

ПОЛТАВСЬКИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ

Навчально-науковий інститут денної освіти

Форма навчання денна

Кафедра туристичного та готельного бізнесу

Допускається до захисту

В. о. завідувача кафедри

М. М. Логвин

„_____” _____ 2026 р.

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

***На тему “ІНФРАСТРУКТУРА СФЕРИ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ:
СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПОВОЄННІ ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ”***

***зі спеціальності 242 “Туризм і рекреація”
освітня програма “Туризм” ступеня магістра***

Виконавець роботи Кувеньов Денис Юрійович

(підпис, дата)

Науковий керівник к. е. н., доц. Тараненко Олександр Олексійович

(підпис, дата)

ПОЛТАВА – 2025

ЗМІСТ

ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ІНФРАСТРУКТУРИ СФЕРИ ТУРИЗМУ І РЕКРЕАЦІЇ.....	6
1.1. Місце і роль туризму у соціально-економічному розвитку сучасного суспільства.....	6
1.2. Зміст, структура, чинники та функціональні складові розвитку інфраструктури сфери туризму	17
1.3. Нормативно-правова база розвитку інфраструктури в Україні	32
РОЗДІЛ 2. ОЦІНКА СТАНУ ІНФРАСТРУКТУРИ СФЕРИ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ	43
2.1. Світовий досвід відновлення інфраструктури сфери туризму в повоєнний період	43
2.2. Оцінка інфраструктурного забезпечення розвитку сфери туризму в Україні: регіональний аспект	52
2.3. Аналіз стану інфраструктури сфери туризму в Полтавській області	67
РОЗДІЛ 3. ПЕРСПЕКТИВИ ТА ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ІНФРАСТРУКТУРИ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ.....	77
3.1. Інноваційні проекти у розвитку повоєнної інфраструктури України	77
3.2. Організаційно-економічні заходи відновлення та розвитку туристичної інфраструктури в Україні	85
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ.....	94
ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ДЖЕРЕЛ	96
ДОДАТКИ	111

ВСТУП

Актуальність теми обумовлюється невпинно зростаючою роллю туристичного бізнесу в соціально-економічному зростанні сучасного суспільства. Зважаючи на це, навіть у тих країнах, де він ще не посів домінуючого місця в структурі дозвілля, а це стосується і сьогоденної України, туризм привертає до себе увагу як та ланка економічної діяльності, котра здатна забезпечити значний і суттєвий господарський, фінансовий та соціальний ефект. Саме з цієї причини досить актуальним у науковому плані є дослідження феномена інфраструктури туризму, його соціально-економічних чинників, з метою з'ясування шляхів та способів подальшого розвитку й удосконалення індустрії туризму, збагачення її соціокультурного змісту та досягнення високого рівня соціально-економічної ефективності.

В умовах ринкових форм господарювання проблема формування ефективної ринкової інфраструктури туризму є надзвичайно актуальною. Ефективно діюча сучасна туристична інфраструктура є важливим чинником формування конкурентоспроможної вітчизняної туристичної галузі у світовому розподілу праці.

Однією з головних перешкод ефективного розвитку туристичної галузі в Україні протягом останніх років залишається саме слабка туристична інфраструктура.

Вітчизняні науковці (Р. Косак, О. Світлинець, І. Годя, А. А. Моца, С. М. Шевчук, Н. М. Середи, М. Кашка, Л. Корчевська, Ю. В. Краснокутська, І. В. Сегеда, А. С. Беспалова та інших) з'ясовували сутність та головні ознаки окремих складових туристичної інфраструктури, аналіз особливостей функціонування готелів та інших елементів туристичної інфраструктури. Розкривають місце і роль туристичної інфраструктури в функціонуванні туристичної галузі та в соціально-економічній системі суспільства.

Дослідженням питання відновлення та розвитку туристично-рекреаційних комплексів в Україні в післявоєнний період займалося чимало науковців. Серед них можна виокремити.

Метою роботи є дослідження та обґрунтування теоретичних і практичних аспектів розвитку та аналіз інфраструктури туризму в Україні як складної проблеми трансформаційних відносин України.

Завданнями роботи є:

- розкрити місце і роль туризму у соціально-економічному розвитку сучасного суспільства;
- дослідити зміст, структуру, чинники та функціональні складові розвитку інфраструктури сфери туризму;
- вивчити нормативно-правову базу розвитку інфраструктури в Україні;
- проаналізувати світовий досвід відновлення інфраструктури сфери туризму в повоєнний період;
- оцінити інфраструктурне забезпечення розвитку сфери туризму в Україні в регіональному аспекті;
- проаналізувати стан інфраструктури сфери туризму в Полтавській області;
- дослідити організаційно-економічні заходи відновлення та розвитку туристичної інфраструктури в Україні.

Об'єктом дослідження є організаційно-економічні процеси дослідження розвитку інфраструктури сфери туризму в Україні.

Предметом дослідження є теоретичні, методологічні та практичні особливості розвитку інфраструктури сфери туризму в сучасній та повоєнній Україні.

У кваліфікаційній роботі були використані такі методи: загальнонаукові та спеціальні методи, зокрема абстрагування, узагальнення, аналіз і синтез, індукція й дедукція, статистичний, системний аналіз. Використовувався метод

економіко-статистичного аналізу.

Робочими матеріалами для кваліфікаційної роботи стали дані статистичних щорічників України, матеріали департаменту культури і туризму Полтавської обласної державної адміністрації, статистичних щорічників Полтавської області, актуальні матеріали Інтернету.

Окремі положення кваліфікаційної роботи були апробовані на XI Міжнародній молодіжній науково-практичній інтернет-конференції “Наука і молодь у XXI сторіччі” (м. Полтава, 10 листопада 2025 р).

Структурно робота складається з трьох розділів, вступу, висновків, переліку інформаційних джерел, додатків. У роботі налічується 6 таблиць, 8 рисунків, 1 додаток (1 таблиця), перелік інформаційних джерел налічує 151 найменування.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ ІНФРАСТРУКТУРИ СФЕРИ ТУРИЗМУ І РЕКРЕАЦІЇ

1.1. Місце і роль туризму у соціально-економічному розвитку сучасного суспільства

Туризм є однією з найбільш відкритих і міжнародних сфер соціально-економічної діяльності, цілісною системою, що поєднує суспільні, економічні, соціокультурні та екологічні аспекти функціонування. За темпами розвитку, економічною динамікою та швидкістю впровадження інновацій він став одним із ключових соціально-економічних феноменів ХХ століття. Активне зростання туризму розпочалося в другій половині минулого століття. Для багатьох країн повоєнної Європи становлення туристичної індустрії стало чинником економічного відновлення. Завдяки туризму Іспанія не лише подолати повоєнну кризу, а й із 1960-х років перетворилася на одного з провідних учасників світового туристичного ринку. Щороку країну відвідує понад 56 млн. іноземних мандрівників, а туризм став одним із ключових драйверів її економічного зростання та стабільним джерелом валютних надходжень [145].

Сучасні взаємини між спільнотами та окремими людьми ґрунтуються на взаємодії та обміні напрацьованими цінностями. Одним із засобів такого взаємовпливу може бути і звичайний туризм. Незалежно від того, яка саме сфера залучена до розвитку туристичного сектора – політична, освітня, побутова чи інша – соціокультурні цінності залишаються ключовим механізмом обміну ідеями та знаннями, важливим чинником їхнього сприйняття й інтеграції у повсякденне життя. Зазвичай після подорожей змінюється світогляд людини, зростає її відкритість до нового, активізуються творчі здібності. Туристична сфера, за умови ефективного використання її потенціалу, здатна значно гуманізувати різні сфери суспільного життя України

та сприяти формуванню справді демократичного, соціально й культурно спрямованого суспільства [50].

За кілька десятиліть туристична індустрія стала однією з найприбутковіших сфер світової економіки, запровадивши нові підходи та принципи ведення бізнесу. Замість традиційної жорсткої конкуренції вона продемонструвала ефективність партнерської взаємодії між спеціалізованими туристичними підприємствами, органами державної влади, громадськими інституціями, закладами культури й мистецтва, освітніми та медико-оздоровчими установами, транспортними компаніями та іншими структурами. Туризм відкрив широкі можливості для самореалізації мільйонів людей, незалежно від їхнього соціального чи матеріального становища, національності, раси або віку.

Сьогодні туристична сфера функціонує як складна багатокomпонентна соціально-економічна система, забезпечуючи збалансовану взаємодію суспільства, природного середовища й економіки. Завдяки гнучкій організаційній структурі, високій мобільності, поглибленій диверсифікації, здатності швидко реагувати на нові умови, а також доступності й значній рентабельності туризм демонструє стрімкий розвиток, наближаючись за масштабами бізнесу до експорту продовольчих товарів та нафтопродуктів.

Особливо динамічно зростає міжнародний туризм. У другій половині XX століття кількість іноземних мандрівників збільшилася майже у 28 разів, а доходи від туристичних послуг – у 237 разів. Протягом останніх двадцяти років середньорічний приріст міжнародного туризму становив 5,1%. Кожен долар, інвестований у розвиток туристичної галузі, приносить від 50 до 300 доларів прибутку.

Сьогодні на туризм припадає близько 10% світового валового продукту, 30% глобального обсягу реалізації послуг і 7% загальносвітових інвестицій. У понад 40 країнах світу ця галузь є провідним джерелом доходів державного

бюджету, а в 70 країнах входить до трійки найважливіших статей бюджетних надходжень. Частка доходів від іноземного туризму у структурі експорту товарів і послуг становить: в Іспанії – 35%, на Кіпрі та в Панамі – понад 50%, на Гаїті – понад 70%. Крім того, кожне робоче місце, створене у туристичному секторі, спричиняє появу понад 20 – у суміжних видах діяльності [28, 144].

Варто підкреслити, що останнє десятиліття характеризувалося стабільним зростанням міжнародних туристичних потоків. До початку пандемії COVID-19 кількість міжнародних прибуттів сягнула 1,46 млрд. осіб. У середньому в 2009-2019 рр. цей показник зростав приблизно на 5% щороку. Туризм поступово став одним із ключових соціально-економічних секторів світової економіки.

У 2019 р. доходи від експорту туристичних послуг становили 1,7 трлн. дол. США, що відповідало 7% загального обсягу світового експорту товарів і послуг. Прямий економічний внесок туристичної галузі у світовий ВВП у тому ж році досяг 3,5 трлн дол. США, або близько 4%.

Як свідчать статистичні дані, країни з теплим кліматом і доступом до моря часто схильні зосереджуватися саме на туристичній сфері, інколи майже не розвиваючи інші сектори економіки. Водночас слід враховувати, що в окремих державах загальний обсяг експорту є дуже низьким. Якщо країна бідна, малоіндустріалізована й майже не експортує товарів чи послуг, то частка туризму в експорті може виглядати значною, навіть якщо сама туристична галузь розвинена слабо. Тому високий відсоток туристичних надходжень у структурі експорту не завжди є показником реальної сили чи успішності туризму.

Такий рейтинг лише демонструє вагу туристичної галузі у національній економіці, але не дає оцінки загальному рівню економічного розвитку країни. Наприклад, Франція багато років утримує перше місце у світі за кількістю туристів, проте частка доходів від туризму в її загальному експорті залишається порівняно невеликою [28].

Країни, чия економіка істотно залежить від туристичних надходжень, зазвичай не належать до держав із високим рівнем економічного розвитку, демократичності та захисту прав людини. Економісти наголошують, що національна економіка має бути якнайбільш диверсифікованою і не спиратися переважно на один сектор. Для розуміння масштабів: частка туризму у 30% від загального експорту є надзвичайно високою й свідчить про сильну залежність країни від туристичних потоків. Водночас показник у 5% є низьким і означає, що туристична сфера не відіграє визначальної ролі в економіці. Найновіша на сьогодні версія звіту щодо частки туризму в економічній структурі країн узагальнює дані за 2019 рік (див. табл. 1.1.1) [28].

Таблиця 1.1.1

Рейтинг країни світу з найбільшою часткою туризму в економіці, 2019 р., за [27, 28]

№ з/п	Країна	% туризму в експорті
1	Макао	87,6%
2	Палау	86,3%
3	Мальдіви	85,3%
4	Гренада	84,3%
5	Антигуа и Барбуда	84,3%
6	Аруба	82,0%
7	Сент-Люсія	81,3%
8	Сент-Вінсент и Гренадини	76,3%
9	Сан-Томе и Прінсіпі	73,2%
10	Багами	70,4%

Туризм має значний вплив на розвиток регіону, реалізуючи низку важливих економічних функцій. Зокрема, функція відтворення передбачає безперервне використання виробничих ресурсів для формування туристичного продукту. Функція забезпечення зайнятості проявляється у створенні нових робочих місць у туристичній сфері та суміжних галузях. Функція збільшення доходів пов'язана з мультиплікативним ефектом, коли витрати туристів генерують додаткові прибутки в економіці регіону.

Функція згладжування означає, що ефективний розвиток туризму здатен сприяти відродженню депресивних територій. А функція нівелювання

платіжного балансу полягає в тому, що доходи від туристів, які приїжджають у регіон, компенсують витрати місцевих жителів на подорожі в інші місцевості, що допомагає стабілізувати загальний платіжний баланс регіону [78].

У 2020 р. через запроваджені обмеження, спрямовані на стримування пандемії, міжнародний туризм фактично відкотився до показників початку 1990-х років. За інформацією ЮНВТО (рис. 1.1.1), кількість міжнародних прибуттів скоротилася на 73% – з 1,5 млрд. до 402 млн. осіб. Крім того, у 2020 році світ недоотримав близько 1,1 трлн. дол. США експортних доходів від міжнародного туризму [144].

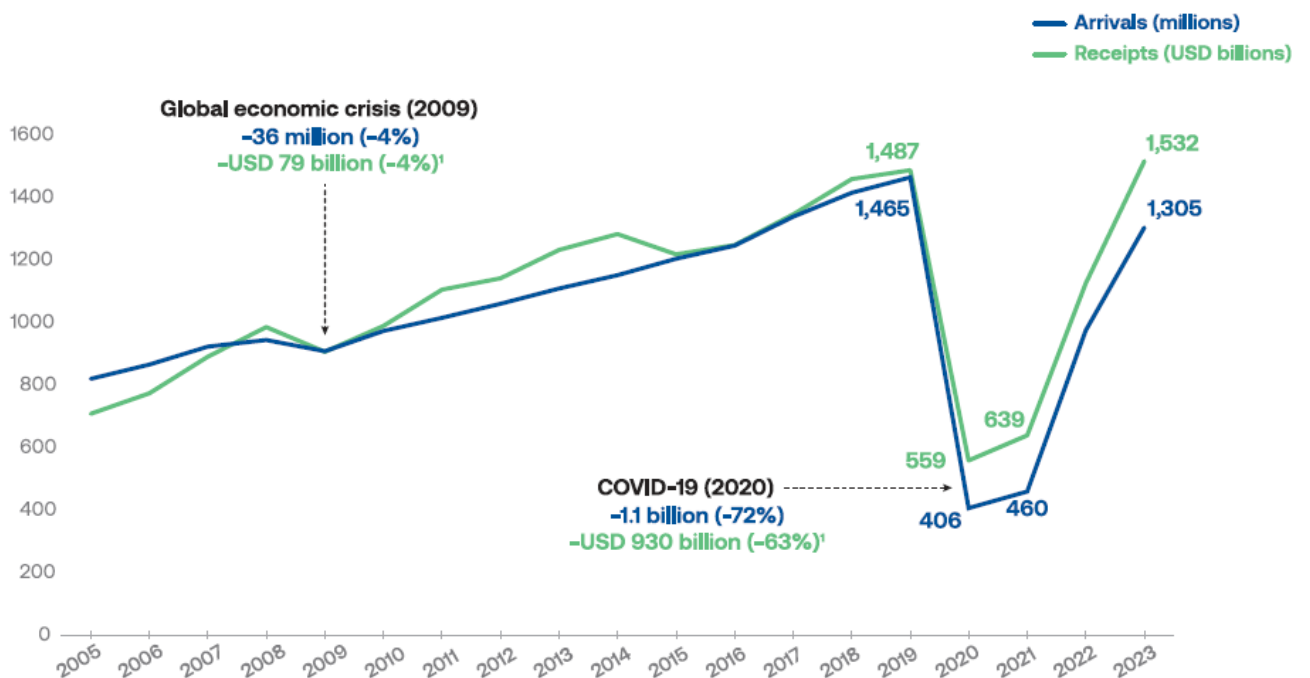


Рис. 1.1.1 Міжнародні прибуття та доходи від туризму, за [150]

Туризм чинить значний як прямий, так і опосередкований вплив на економічний розвиток регіону. Прямий вплив проявляється через стимулювання діяльності низки пов'язаних секторів. Зокрема:

1. Транспорт – ключовий елемент подорожі, від якого залежать комфорт, безпека, швидкість пересування та, відповідно, загальна вартість і привабливість поїздки.

2. Сфера розміщення – базовий компонент туристичної інфраструктури,

що визначає спроможність регіону приймати певний обсяг туристів.

3. Громадське харчування та торгівля – забезпечують потреби туристів у харчуванні, пропонують сувеніри та різноманітні торговельні послуги.

4. Індустрія розваг і атракцій – формує унікальні характеристики туристичного продукту та підсилює його привабливість.

5. Страхування – це додатковий рівень безпеки під час подорожей.

6. Банківські та фінансові послуги – дозволяють туристам здійснювати платежі, користуватися фінансовими сервісами та зберігати кошти.

7. Зв'язок та інформаційні послуги – зростання збільшення попиту на мобільний зв'язок, інтернет, довідкову та інформаційну підтримку.

Усі ці сектори отримують додатковий імпульс розвитку внаслідок зростання туристичної активності, що підсилює загальний економічний ефект для регіону [145] (табл. 1.1.2).

Таблиця 1.1.2.

Результативність міжнародного туризму в країнах світу, за [145]

Країна	Прибуток від міжнародного туризму, млрд. дол. США			Міжнародні туристичні витрати, млрд. дол. США			Міжнародні туристські прибутки в приймаючій території, млн. дол.			Рейтинг країн світу по рівню конкурентоспроможності подорожей і туризму в 2019 р.	
	2018	2019	2020	2018	2019	2020	2018	2019	2020	Місце в рейтингу	Індекс
США	214,7	214,1	126,3	144,5	152,3	72,8	-	-	-	3	83,7
Китай	4,4	35,8	21,1	277,3	254,6	185,1	-	-	-	4	73,9
Індія	28,6	30,0	25,6	21,3	-	-	17,43	17,91	13,91	22	61,4
Німеччина	40,3	41,6	25,5	95,6	93,2	51,7	38,88	39,56	16,1	8	81,8
Великобританія	48,6	50,4	18,4	69,0	71,0	59,0	36,32	37,5	-	10	81,2
Франція	66,0	63,8	32,5	48,9	51,7	29,5	89,4	-	-	1	78,8
Італія	49,3	49,6	18,1	30,1	30,3	14,8	61,57	54,5	30,58	5	71,5
Туреччина	25,2	25,2	14,3	4,6	4,1	1,8	45,77	51,19	17,25	6	62,1
Польща	14,0	13,9	12,5	9,7	9,5	8,6	19,62	21,16	17,75	19	68,9
Японія	42,1	46,1	18,1	20,2	21,3	9,5	31,19	32,18	9,24	11	82,3
Іспанія	81,5	79,7	41,3	26,8	28,3	18,9	82,81	83,7	30,22	2	75,3
Чехія	7,4	7,3	6,6	6,0	5,9	3,5	13,66	14,28	10,55	31	70,9
Канада	26,4	27,0	24,8	34,4	35,3	31,0	21,13	22,14	8,725	18	79,6

У таблиці 1.1.2 подано окремі економічні підсумки сфери туризму різних країн за період 2018-2020 рр., а також рейтинг країн світу за рівнем конкурентоспроможності подорожей і туризму в 2019 р.

Туризм зазнає впливу не лише на економіку регіону, а й сам регіон та його довкілля впливають на розвиток туристичної сфери. Основними факторами цього впливу є: природно-географічні та культурно-історичні умови, що формують туристичний попит і надають місцевості унікальності; демографічні показники, які характеризують населення регіону; соціально-економічні умови, що відображають рівень розвитку економіки та соціальної сфери; матеріально-технічна база, що визначає стан інфраструктури; а також політична стабільність і порядок, які впливають на безпеку туристичної діяльності.

Непрямий вплив туризму на економіку регіону проявляється через декілька напрямів. По-перше, на соціокультурну сферу, де він може мати як позитивні, так і негативні наслідки: негативний вплив полягає у внесенні туристами «чужих» культурних елементів, що загрожує втраті національної ідентичності та особливостей регіону; позитивний – у стимулюванні розвитку національних та культурних цінностей завдяки зростанню інтересу туристів до місцевих традицій та культурних об'єктів. По-друге, туризм впливає на екологію, де його вплив може бути як шкідливим, так і корисним. По-третє, на регіональний та місцевий бюджет через надходження податків та платежів від туристичної діяльності. По-четверте, на міжнародну торгівлю та платіжний баланс – через експорт і імпорт туристичних послуг, що може змінювати сальдо платіжного балансу країни. І, нарешті, на зайнятість населення: із зростанням туристичного потоку збільшується потреба у робочій силі як у сфері туризму, так і в суміжних обслуговуючих секторах [27].

Збільшення позитивного та зменшення негативного впливу туризму на економіку країни можливе за умови його сталого розвитку, на який впливають

зовнішні та внутрішні чинники, а також сезонність. Зовнішні фактори визначають умови сталого розвитку туризму в регіоні. Природно-кліматичні, географічні та культурно-історичні чинники впливають на масштаби, темпи та напрями розвитку туризму, формують привабливість регіону та його туристичний потенціал. Економічне становище регіону визначає рівень розвитку матеріально-технічної бази та інфраструктури туризму. Крім того, важливу роль відіграють соціальні чинники (наявність вільного часу у населення), демографічні, політико-правові та техніко-технологічні фактори. Внутрішні чинники формуються у сфері туризму та впливають на його сталий розвиток. До них належать матеріально-технічні умови, попит і пропозиція, сегментація ринку, обмеження монополізації, підвищення кваліфікації кадрів та вдосконалення засобів масової інформації. Значну роль у розвитку туристичної діяльності відіграє сезонність, що проявляється у концентрації туристичних потоків у певних місцях протягом обмеженого часу, забезпечуючи значний економічний ефект [52].

Швидкий розвиток туризму позитивно впливає на інші сфери суспільного життя. Розвиваючи внутрішній та міжнародний туризм, національні уряди та міжнародні інституції змушені не лише вдосконалювати сучасні заклади готельно-ресторанного господарства та транспортну інфраструктуру, але й приділяти постійну увагу відновленню та підтримці численних історико-культурних об'єктів і музейних колекцій, а також охороні природного та етнокультурного середовища. Це обумовлено тим, що зміни в одному із елементів соціально-економічної системи спричиняють зміни у всіх її складових, зокрема й у туризмі. Поява нових видів туризму посилює позиції галузі у структурі світової економіки та підвищує її роль у соціокультурних процесах.

Сьогодні туризм є не лише одним із найдинамічніших і ключових елементів взаємопов'язаної соціально-економічної системи, а й важливим

каталізатором економічного та соціального розвитку. Як багатогранна предметна галузь знань, туризм є об'єктом наукових досліджень у таких напрямках, як теорія та історія туризму, туристичне країнознавство та краєзнавство, екскурсознавство, туристична географія, економіка туристичної діяльності, туристичний менеджмент, туристичний маркетинг тощо. Крім того, у самій сфері туризму виділяють маркетинг туристичної інфраструктури, туристичних ресурсів, персоналу та територіального туристичного продукту [16]. Саме тому теорію туризму варто розглядати та вивчати як «відкриту» систему логічно впорядкованих наукових знань про це явище [**Error! Reference source not found.**].

Туризм відіграє значну роль як в економіці та соціальній сфері країн, регіонів і міст, так і у світовому господарстві, сприяючи поглибленню інтеграційних процесів і міжнародної спеціалізації. У таких економічних умовах відбувається активне розширення інтеграційних зв'язків між державами, що проявляється у розвитку торговельних, культурних та науково-технічних відносин, що, у свою чергу, стимулює розвиток туризму як соціально-економічного явища.

Динаміка розвитку туризму зберігає зростаючу тенденцію навіть у періоди світових економічних криз, тому його роль у сучасному постіндустріальному суспільстві постійно збільшується. Туризм як соціально-економічний процес поєднує ринкові механізми економічних відносин із соціальними цілями розвитку суспільства. Формування міждисциплінарної наукової сфери, присвяченої туризму, актуалізувало необхідність вивчення економічних концепцій у цій галузі.

Значення туризму у духовному розвитку людини, формуванні інтелектуально та духовно чутливої, комунікативно відкритої особистості важко переоцінити. При цьому, за раціонального підходу, прибутки від активізації туризму можуть значно перевищувати доходи від торгівлі

нафтопродуктами чи зброєю.

Сучасний стан національного туризму дедалі частіше розглядається як показник якості життя населення. Це пояснюється тим, що високий рівень добробуту й зростання обсягу вільного часу (два ключові чинники розвитку туризму) безпосередньо пов'язані зі сталими темпами економічного зростання. Відповідно, високий рівень розвитку туризму переважно характерний для економічно потужних держав.

У 1980-х роках XX століття поступово сформувалося чітке уявлення про туризм не лише як про галузь економічної діяльності, а як про економічний феномен. Також утвердилося розуміння того, що туризм здатен створювати умови для зміцнення глобальної та національної економік. У результаті змінилася сама парадигма дослідження економічних ефектів туристичної діяльності [29].

Провідні туристичні держави світу нині зосереджують увагу не стільки на розвитку транспортної чи готельної інфраструктури, скільки на формуванні інформаційної та інноваційної інфраструктур. Саме ці елементи забезпечують ключові конкурентні переваги туристичного бізнесу. Підприємства, що вміло використовують інформаційно-комунікаційні ресурси, виходять у лідери ринку та демонструють прискорене зростання. Таку взаємозалежність М. Кастельс визначив як кумулятивну петлю розвитку інформаційно-глобальної економіки [62]. Інформаційне середовище нині виступає одним із ключових формотворчих чинників сучасної економіки та вже сьогодні істотно впливає на всі аспекти організації бізнесу, зокрема й у туристичній галузі.

Стратегія сталого розвитку туризму має спрямовуватися на підтримку екологічних форм подорожування, що сприяють збереженню унікальних природних територій. Вона повинна гарантувати дотримання заходів охорони довкілля та історико-культурної спадщини в туристичних локаціях. На думку українських науковців, інтеграція регіонального туристичного продукту

України у світовий ринок потребує посилення ролі держави в модернізації туристичної інфраструктури [Error! Reference source not found.].

Економічні дослідження доводять, що розвинена інфраструктура є необхідною умовою розвитку малого й середнього бізнесу, а результативність його діяльності безпосередньо залежить від ефективності цієї інфраструктури. Відтак інфраструктура туристичного ринку постає як організаційно-економічна система, що забезпечує найбільш раціональний рух туристичних товарів і послуг від виробника до споживача та охоплює широкий спектр підприємств, які підтримують функціонування самого ринку.

Розвиток інфраструктури туристичного ринку неможливий без державного фінансування й має вагоме соціальне значення, тому для її вдосконалення необхідно активно залучати приватні та державні інвестиції. Крім того, подолання проблем у цій сфері можливе завдяки комплексним проєктам із розвитку туристичних дестинацій, а не через зусилля окремих підприємств.

Численні дослідження соціально-економічної природи туризму переконливо свідчать, що у найближчому майбутньому ця галузь має всі передумови для того, щоб посісти провідні позиції у світовій економіці. Сучасний туризм демонструє виняткову здатність акумулювати інноваційні ідеї та адаптуватися до нових умов, зберігаючи стабільну позитивну динаміку соціально-економічного розвитку. Водночас туристична індустрія формує нові підходи до організації бізнес-середовища, орієнтовані на підтримку розвитку відкритого суспільства. Тому усвідомлення ролі й перспектив туризму має стати одним із ключових чинників прискорення соціально-економічних змін в Україні.

Отже, туризм виступає загальновизнаним драйвером соціально-економічного та соціокультурного розвитку, адже його ефективне функціонування зумовлює низку позитивних ефектів: створення робочих місць,

розвиток інфраструктури, збільшення доходів бюджетів різних рівнів, збереження культурної спадщини, культурне збагачення подорожуючих і відновлення їхніх духовних та фізичних сил тощо. Усе це комплексно сприяє соціально-економічному розвитку як держави загалом, так і її окремих територій.

Наступним кроком розглянемо зміст, структуру, чинники та функціональні складові розвитку інфраструктури сфери туризму.

1.2. Зміст, структура, чинники та функціональні складові розвитку інфраструктури сфери туризму

Термін «туристична інфраструктура» походить від латинських слів *infra* («під») та *structura* («будова», «розташування») і має тривалу історію становлення. На початку XX століття інфраструктурою називали сукупність об'єктів, що забезпечували діяльність збройних сил, зокрема склади, військові бази, полігони тощо. Уже у 1940-х роках це поняття почали застосовувати щодо комплексу галузей, які забезпечували функціонування промислового й аграрного виробництва.

Склад індустрії туризму є доволі чітко окресленим, і зазвичай її основними складовими є [53]:

- організатори туристичної діяльності – підприємства, що створюють, просувають і реалізують туристичний продукт (туроператори й турагенти);
- заклади розміщення;
- підприємства харчування;
- транспортні компанії;

- екскурсійні служби;
- виробничі підприємства туристичного профілю (виготовлення сувенірів, готельних меблів, туристичного спорядження);
- торговельні установи (магазини, що продають спорядження та сувенірну продукцію);
- заклади дозвілля та розваг (тематичні парки, кінотеатри, концертні майданчики, клуби за інтересами, ігрові зали тощо);
- організації самодіяльного туризму (туристичні, альпіністські, велосипедні клуби тощо);
- органи управління туризмом (державні структури та громадські об'єднання);
- освітні, наукові та проєктні установи [53].

За структурою інфраструктуру туризму можна подати у вигляді трьох компонентів: інституційний, інформаційний, регламентуючий [29]. Інституційна складова туристичної інфраструктури охоплює дві групи інституцій: загальні – транспортні підприємства, готелі, банки, страхові компанії, митні служби, інвестиційні фонди – та спеціалізовані, до яких належать туристичні фірми, рекламні агентства, профільні страхові компанії й маркетингові служби. Інформаційна складова включає: поширення інформації (Інтернет-ресурси, засоби масової інформації); інформаційний і рекламний бізнес; інформаційно-туристичні ресурси, що передбачають формування привабливого образу подорожі, здатного мотивувати туристів і сприяти ефективному використанню туристичного потенціалу регіону. Регламентуюча складова туристичної інфраструктури охоплює нормативно-правові акти, які визначають і регулюють взаємовідносини в цій сфері суспільної діяльності.

Основним ринковим продуктом туристичної індустрії є тур – програма перебування людини поза місцем постійного проживання, сформована з урахуванням її індивідуальних потреб і очікувань. Це також комплекс заходів

щодо забезпечення виконання такої програми на належному якісному рівні [28].

Зазвичай до складу туру входять транспортне обслуговування, послуги розміщення й харчування, а також екскурсійний супровід. Розробкою турів займаються спеціалізовані туристичні підприємства – туроператори, тоді як їх реалізацію кінцевому споживачеві забезпечують туристичні агенції та самі туроператори.

У структурі індустрії туризму можна виокремити ядро, до якого належать суб'єкти, безпосередньо пов'язані з виробництвом і наданням туристичних послуг: туроператори й турагенції, організації, що здійснюють екскурсійну діяльність; підприємства готельно-ресторанного господарства; транспортні компанії. (див. рис. 2.1.1).

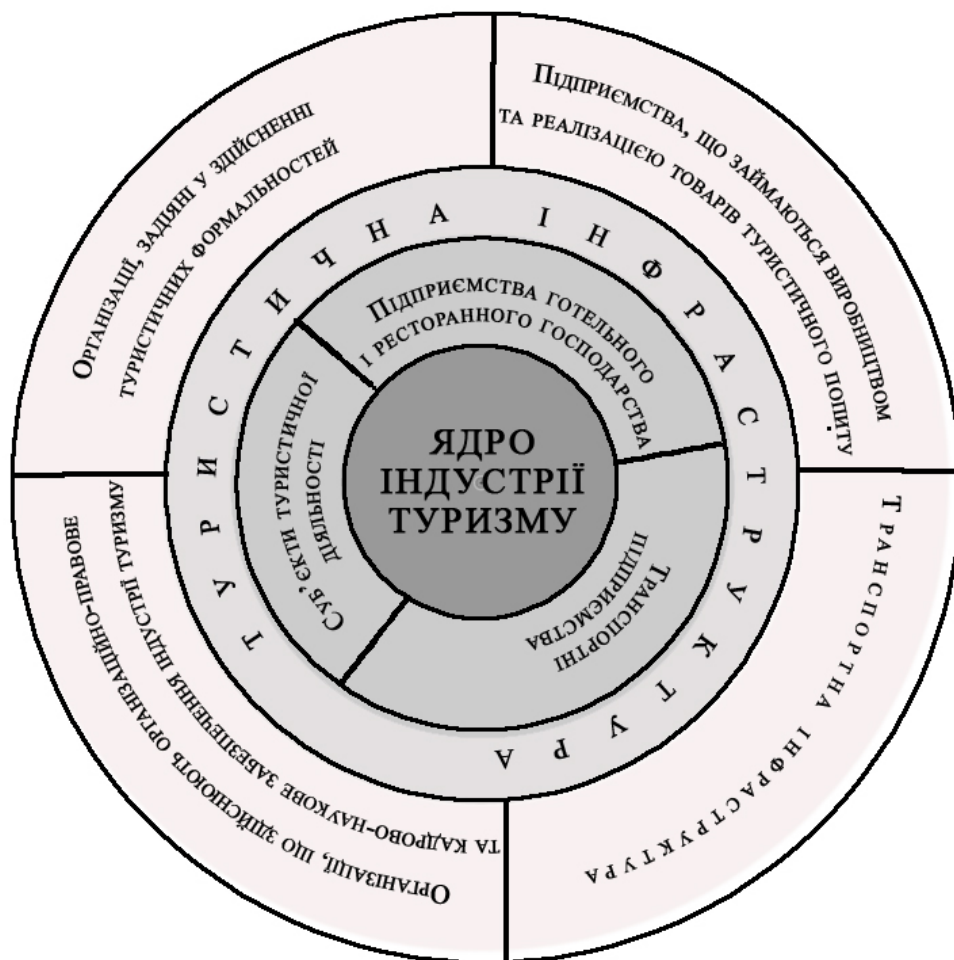


Рис. 2.1.1. Функціональні складові інфраструктури туризму, за [102]

Інфраструктура ринку туризму розглядається як сукупність допоміжних структур, що забезпечують процес створення та реалізації турів. У межах функціонального підходу її поділяють на чотири блоки.

Перший блок становить транспортна інфраструктура, оскільки туризм неможливий без подорожі – переміщення з рекреаційною метою. До цього блоку належать шляхи сполучення, залізничні, морські й річкові вокзали, аеропорти.

До другого блоку відносять організації, що забезпечують проходження туристичних формальностей. Здійснення туристичної подорожі, особливо міжнародної, потребує виконання низки процедур, які традиційно поділяють на: паспортно-візові, митні, медико-санітарні та страхові [17]. Паспортно-візові туристичні формальності забезпечує Державна міграційна служба України (ДМС України).

Страховання в туризмі – це система відносин між страховою компанією і туристом по захисту його життя і здоров'я та майнових інтересів при настанні страхових випадків. Відповідно до Закону України «Про внесення змін до Закону України «Про туризм»» медичне страхування та страхування від нещасного випадку для туристів є обов'язковим і забезпечується суб'єктами туристичної діяльності на основі угод із страховиками. Туристи також мають право самостійно укладати договори на таке страхування [121]. Крім обов'язкових, медичного та від нещасного випадку, щодо туристів застосовуються інші види страхування: майнове; страхування відповідальності власника автотранспортних засобів; асистанс; на випадок затримки транспорту; витрат, пов'язаних із неможливістю здійснити поїздку тощо.

Третій блок інфраструктури туризму охоплює організації, що забезпечують організаційно-правове, кадрове та наукове підґрунтя діяльності туристичної індустрії. Регулювання туристичної сфери в Україні здійснюють Верховна Рада України, Кабінет Міністрів України, центральний орган

виконавчої влади у сфері туризму, місцеві державні адміністрації, органи місцевого самоврядування та інші установи в межах своєї компетенції.

Інфраструктура відіграє ключову роль для туристичної галузі, оскільки включає комунікації, транспортні послуги, інженерні споруди, дороги та підприємства суміжних сфер, які забезпечують доступ туристів до туристичних ресурсів, їх належне використання та підтримання життєдіяльності суб'єктів туристичної індустрії.

Туристична інфраструктура – це сукупність штучно створених рекреаційних об'єктів (санаторії, бази відпочинку, готелі, ресторани тощо) та супутніх споруд загального користування, споруджених переважно за рахунок державних інвестицій (автомобільні й залізничні шляхи, пункти пропуску, аеропорти, медичні заклади, заклади освіти та інші). Послуги цієї інфраструктури виконують функцію зв'язувальної ланки між різними секторами туристичної галузі, включаючи кінцевих споживачів, що є невід'ємним елементом як індустріального, так і постіндустріального суспільства.

Довгостроковий розвиток туристичної індустрії визначається тим, наскільки її інфраструктура здатна гнучко реагувати на ринкові зміни. Орієнтація на майбутнє стає важливою складовою стратегічного мислення, основне завдання якого – опанувати принципи стратегічного управління, провести аналіз зовнішнього середовища, обрати оптимальний стратегічний напрям і послідовно реалізувати стратегію розвитку інфраструктурної бази туристичної галузі.

Основна причина існування інфраструктури полягає в тому, що вона відображає цілі та інтереси різних груп суб'єктів, які певною мірою пов'язані з її функціонуванням. До таких груп належать:

- власники підприємств, що входять до інфраструктури;
- працівники цих підприємств;

- споживачі туристичного продукту;
- місцеві територіальні громади;
- суспільство загалом (громадські інституції, політична й економічна сфери);
- держава як суб'єкт і водночас об'єкт розвитку інфраструктури.

Зовнішнє середовище охоплює сукупність факторів, що визначають довгострокові умови функціонування та розвитку, і на які суб'єкт інфраструктури або зовсім не може впливати, або його вплив є мінімальним.

Економічна сфера включає чинники, пов'язані з рухом грошей, товарів та інформації. Їх аналіз дозволяє зрозуміти механізми формування та розподілу ресурсів у господарській системі.

Правова сфера охоплює закони, підзаконні та інші нормативно-правові акти, що визначають правові засади і правила взаємодії між учасниками суспільних та економічних відносин.

Аналіз політичної сфери передбачає дослідження чинників, які формують політичні погляди суспільства та впливають на рішення органів державної влади й місцевого самоврядування. До таких факторів належать: стабільність уряду, державні пріоритети економічного розвитку, вплив на гуманітарну та соціальну сфери, рівень протекціонізму, міждержавні угоди, ступінь корупції та економічної свободи тощо.

Соціальна сфера розглядається через призму чинників, що визначають якість і рівень життя населення. Її аналіз дає можливість оцінити, як соціальні процеси й явища впливають на розвиток інфраструктури. До таких факторів належать система цінностей, рівень та стиль життя, ставлення до праці, традиції, демографічна ситуація, рівень освіти та інші характеристики соціального середовища.

Технологічна сфера досліджується з точки зору факторів, пов'язаних із розвитком техніки, технологій та інноваційних рішень (know-how). Водночас

підприємства стикаються з ризиком несвоєчасно помітити або неправильно оцінити нововведення, що може призвести до суттєвого відставання від конкурентів.

Географічна сфера розглядається з точки зору чинників, пов'язаних із розташуванням території, кліматичними умовами, природно-ресурсним потенціалом, особливостями рельєфу та іншими природними характеристиками. Туристичний комплекс, особливо його рекреаційна складова, має надзвичайно тісний зв'язок із цією групою факторів, що зумовлює необхідність їх детального та всебічного аналізу. Саме географічні чинники багато в чому визначають вибір територіально-географічних напрямів розвитку туристичної інфраструктури та формування туристичних продуктів.

Вивчення безпосереднього (внутрішнього) середовища спрямоване на аналіз тих елементів, з якими суб'єкт туристичної інфраструктури має прямий контакт та на які може активно впливати. На відміну від факторів зовнішнього середовища, взаємодія із цими елементами можлива через налагодження ефективних комунікацій та управлінських рішень.

Дослідження характеристик споживачів є важливою складовою такого аналізу, оскільки воно визначає напрями та цілі подальшого розвитку. Розуміння потреб, мотивів і пріоритетів туристів дає змогу сформувати відповідну структуру туристичного продукту та встановити ключові акценти його змістового наповнення.

У процесі розроблення стратегії підприємствам туристичної інфраструктури необхідно здійснювати системну переорієнтацію на маркетинговий підхід, приділяючи особливу увагу детальному аналізу конкурентного середовища. Висока мінливість факторів зовнішнього оточення зумовлює потребу в його пріоритетному дослідженні, адже нестабільність і ризику вимагають від керівників формування виваженої довгострокової стратегії розвитку.

Одночасно із цим виникає необхідність адаптації та трансформації організаційної структури підприємства відповідно до змін у зовнішньому середовищі. З огляду на специфіку функціонування інфраструктури туристичної індустрії, такий підхід є не лише актуальним, а й критично важливим для забезпечення її ефективності та конкурентоспроможності.

У світлі сучасних тенденцій до глобалізації економіки та переходу на концепції стратегічного управління висвітлений підхід до формування стратегічного управління розвитком туристичної інфраструктури як визначального напрямку розвитку туристичної індустрії є необхідним та економічно ефективним для всіх суб'єктів інфраструктури, зокрема в Україні. Використання його як базового неодмінно призведе до пожвавлення економічної активності в сфері туризму та виведе Україну на чільне місце у структурі туризму світового співтовариства.

Туристичну інфраструктуру можна розуміти як комплекс підприємств, установ і закладів, діяльність яких спрямована на забезпечення потреб людей, що подорожують з метою відпочинку чи оздоровлення. До її складу входять також транспортні шляхи, засоби сполучення та об'єкти розміщення, які створюють умови для стабільного функціонування галузі. Це інтегрована система, що включає дві взаємопов'язані підсистеми – соціальну та виробничу, які спільно забезпечують обслуговування туристів. Наявність розвинених інфраструктурних елементів певною мірою формує туристичні регіони, визначає їхню спеціалізацію та господарський профіль, адже саме інфраструктурні зв'язки між окремими об'єктами впливають на рівень і якість туристичного обслуговування на конкретній території.

Розвиток соціальної інфраструктури має відповідати високим стандартам обслуговування, оскільки турист, перебуваючи поза постійним місцем проживання і звільнений від щоденних турбот, очікує ефективного обслуговування під час відпочинку. Особливу роль у цьому відіграють заклади

розміщення, громадське харчування та побутові служби. Саме вони формують якість персонального споживання туриста і впливають на загальне враження від перебування.

За типом обслуговування заклади харчування поділяються на ті, що працюють за системою самообслуговування, та ті, де обслуговування здійснюють офіціанти (приватні або орендовані (рис. 1.2.1)).



Рис. 1.2.1 Класифікація закладів харчування, за [49]

Система громадського харчування формується на базі ресторанів різних категорій, барів, кафе та їдалень, пунктів швидкого харчування і самообслуговування. До структури харчування належать сніданок, напівпансіон та повний пансіон. Якщо повний пансіон передбачає триразове харчування, то напівпансіон охоплює дворазове.

За останні роки особливо активно розвиваються ресторани та кафетерії у великих торгових центрах, які також функціонують у популярних туристичних місцях. Бажано, щоб заклади громадського харчування обслуговували як постійний контингент туристів у готелях, пансіонатах та санаторіях, так і

змінний – у міських ресторанах, кафетеріях тощо.

Об'єкти розміщення туристів займають важливе місце у наданні послуг. До основних закладів належать готелі та споріднені об'єкти, комерційні та соціальні заклади розміщення, а також спеціалізовані установи рис. 1.2.3).

Заклади розміщення туристів – це будь-які об'єкти, де туристам надають місце для ночівлі. Розміщення вважається одним із ключових сегментів туризму, оскільки рівень комфорту безпосередньо впливає на якість обслуговування. Основними закладами є готелі, мотелі та турбази, інші – додаткові. Готелі залишаються найпоширенішим видом розміщення, а туристичні потоки значною мірою залежать від їхнього розвитку та якості послуг. Високий рівень проживання й обслуговування визначається кваліфікацією персоналу, матеріально-технічною базою та наданим сервісом.

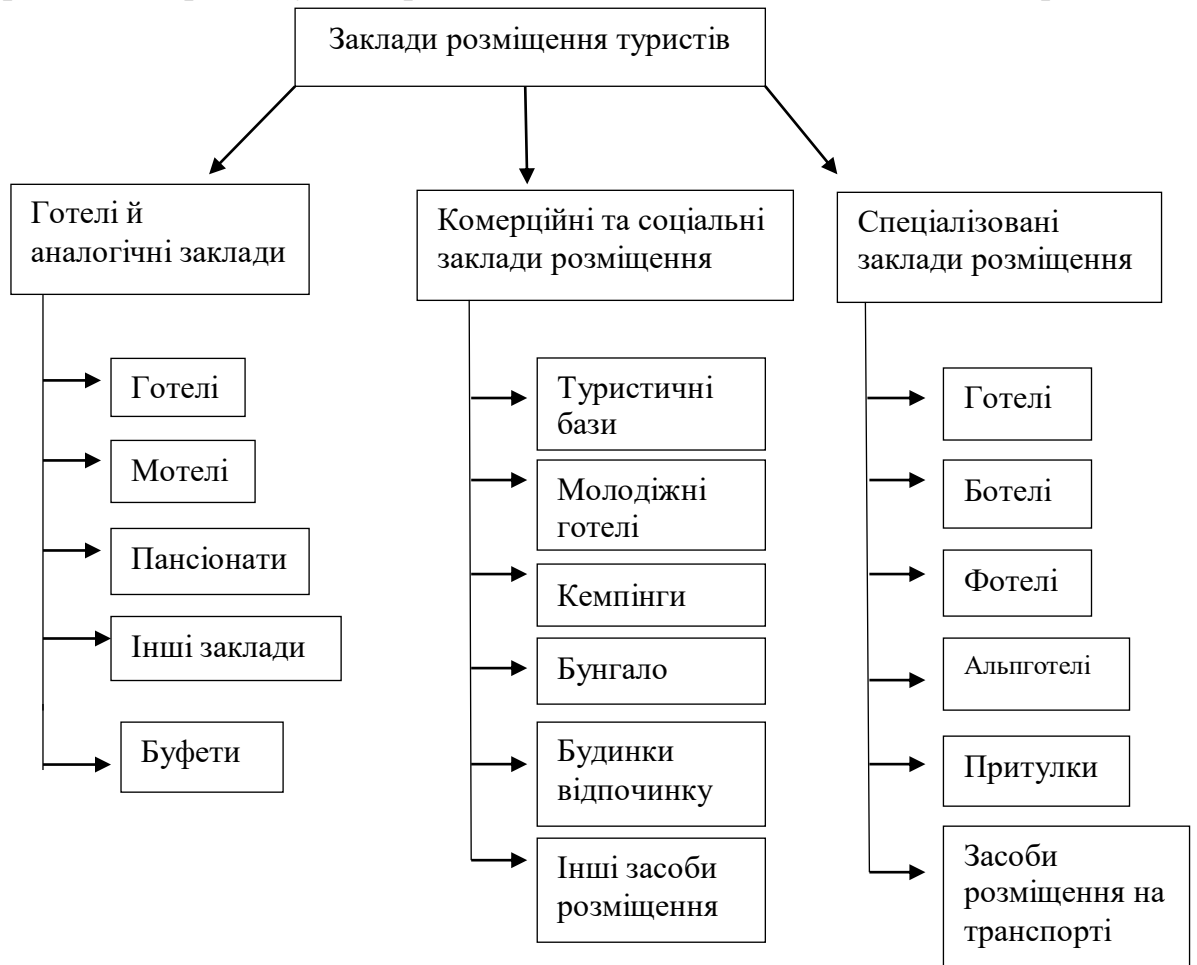


Рис. 1.2.2 Заклади розміщення туристів, [49]

Готельний бізнес є самостійним економічним явищем і відіграє важливу роль у розвитку туризму. Його розвиток розпочався з 90-х років XIX ст., коли з'явилися перші готелі для розміщення відпочивальників. З розвитком транспорту, підвищенням рівня життя та становленням курортних і рекреаційних територій як круглорічних, готелі також перейшли на постійне функціонування.

Для створення будь-якої туристичної інфраструктури, зокрема на промисловій території, необхідні три групи факторів. Перша включає природні та соціально-економічні ресурси: природні й антропогенні об'єкти, території туристичних дестинацій та їхні характеристики, сформовані соціально-економічні та господарські зв'язки. До другої групи належить економічна ємність промислового ринку дестинації, яка охоплює обсяг суспільних потреб економіки та ринковий попит місцевого населення і туристів. Третя група факторів визначається фінансовим потенціалом туристичної інфраструктури.

У виробничій інфраструктурі важливе місце займає транспортна система, що включає дорожню мережу, транспортні засоби та відповідні пристрої. Особливу роль у туристичній інфраструктурі відіграє залізничний транспорт, який зручний для перевезення різних категорій туристів – від індивідуальних мандрівників до спеціально організованих туристично-екскурсійних поїздів місцевого та далекого сполучення. Залізниця вже понад півтора століття сприяє розвитку туризму та формуванню туристичних пасажиропотоків.

У країнах світу існують різноманітні підходи до створення та функціонування органів регулювання розвитку індустрії туризму. Це пояснюється специфікою соціально-економічних і політичних умов розвитку окремих держав, рівнем значущості та масштабами туризму в національній економіці, рівнем розвинутої ринкових відносин та ін. Аналізуючи роль держави в розвитку туристичної галузі, можна виділити чотири моделі

розвитку індустрії туризму (табл. 1.2.1).

Таблиця 1.2.1

Моделі розвитку туристичної галузі, за [13]

Моделі розвитку індустрії туризму		
Перша модель - “Ринкова, американська”	Друга модель - “Туризм - основне джерело надходжень до бюджету”	Третя модель -“Європейська”
Оперативне регулювання, мезоекономічний + мікроекономічний рівень	Державне регулювання, макроекономічний + мезоекономічний + мікроекономічний рівень	
Країни з розвинутою ринковою економікою	Країни, що розвиваються, країни з перехідною економікою, країни з уже розвинутою індустрією туризму	Розвинуті європейські держави
Відсутність державної адміністрації, що займається питаннями розвитку туристичної галузі. Вирішення питань розвитку туризму на місцях. Принципи ринкової економіки	Спеціальні органи державної влади. Центральний орган - міністерство	Спеціалізований галузевий підрозділ (централізована структура, державний орган) багатопрофільного, багатогалузевого органу (міністерства) або підпорядкований уряду країни
США	Ізраїль, Єгипет, Індія, Куба, Мальта, Марокко, Мексика, Нова Зеландія, Малайзія, Кенія, Оман, Камбоджа, ПАР, Домініканська Республіка, Хорватія	Швейцарія, Німеччина, Франція, Австрія, Великобританія, Італія, Іспанія, Швеція, Сінгапур, Чехія, Угорщина, Грузія, Китай
	Четверта модель ”Комбінована”	
	Державне регулювання, макроекономічний + мезоекономічний + мікроекономічний рівень	
	Країни з рецептивними (такими, що приймають) туристичними ринками	
	Комбіноване міністерство (туризм + суміжні з ним або взаємодоповнюючі напрями соціально-економічної політики). Туризм – пріоритетний напрям розвитку економіки. Чіткий розподіл повноважень між центральною та регіональними туристичними адміністраціями	
	Туреччина, Греція, Польща, Туніс, Індонезія, Болгарія, Йорданія	

Перша (ринкова) модель розвитку туризму передбачає відсутність

центрального державного органу, що керує туристичною сферою. Усі питання щодо розвитку туризму вирішуються на регіональному рівні або безпосередньо суб'єктами господарювання за принципами ринкової економіки та оперативного регулювання.

Друга модель передбачає наявність потужного, авторитетного та самостійного центрального державного органу (міністерства, управління тощо), який займається розвитком і контролем усієї туристичної галузі. Такі органи мають значні повноваження у сфері інвестицій, маркетингових досліджень, підготовки кадрів, реклами та інших напрямів, а спеціалізовані структури зосереджуються переважно на функціонуванні туристичної індустрії (табл. 1.2.2).

Таблиця 1.2.2.

Органи управління туристичною галуззю (за другою моделлю), [13]

Країна	Спеціалізований підрозділ
Єгипет	Державна туристична адміністрація
Ізраїль	Міністерство туризму
Куба	Національний офіс з туризму
Мальта	Управління з туризму
Марокко	Національний туристичний офіс
Хорватія	Міністерство туризму (Управління з туризму)
Індія, Мексика, Малайзія, Нова Зеландія, Кенія, Оман, Камбоджа, ПАР, Домініканська Республіка	Міністерство туризму

Така модель управління туристичною індустрією характерна для багатьох країн, що розвиваються, з перехідною економікою, де туризм є одним із основних джерел валютних надходжень до бюджету, а також для деяких високорозвинених держав з багатою туристичною історією.

Третя (європейська) модель державної участі у розвитку туризму переважає у розвинутих європейських країнах. Вона передбачає, що питання розвитку туристичної діяльності вирішуються через спеціалізований галузевий підрозділ – централізовану державну структуру, яка функціонує в складі

багатогалузових міністерств (зазвичай економічного профілю) або підпорядкована безпосередньо урядові країни, але має статус відносно самостійного адміністративного органу (додаток табл. А 1).

Четверта (комбінована) модель розвитку туристичної галузі передбачає створення міністерства, яке окрім туризму охоплює суміжні або взаємодоповнюючі напрямки соціально-економічної політики.

За даними Всесвітньої туристичної організації (UNWTO), у понад 80 країнах туризм віднесено переважно до компетенції міністерств економічного блоку (економіки, торгівлі, транспорту, промисловості, фінансів), тоді як у решті країн він належить до міністерств соціального спрямування (культури, екології, освіти, інформації, археології) [13].

Для країн із таким типом державного регулювання туризм визначається як пріоритетний напрям розвитку економіки, що забезпечується чітким розподілом повноважень між центральними та регіональними туристичними адміністраціями. Основними цілями державної туристичної політики у таких комбінованих міністерствах є забезпечення збалансованого розвитку туризму та інших галузей економіки, а також просування національного туристичного продукту за кордоном. На нашу думку, ця модель поєднує риси другої та третьої моделей і широко застосовується в країнах, які прагнуть позиціонувати себе як рецептивні туристичні ринки (табл. 1.2.3).

У ряді країн реалізуються спеціальні державні програми підтримки туризму, які включають прямі субсидії або податкові пільги, створення сприятливих умов для приватних інвестицій, надання кредитів за вигідними відсотковими ставками, зниження митних платежів, збільшення бюджетних асигнувань на розвиток інфраструктури та гарантії для інвесторів з метою залучення капіталу. Наприклад, у Хорватії туристичні послуги звільнені від сплати ПДВ; польський туристичний бізнес оподатковується за найнижчою ставкою в Європі – 7%; уряд Греції надає інвесторам допомогу у отриманні

кредитів за вигідними ставками та податкові знижки; в Туреччині органи державного управління здають в оренду на 49 років земельні ділянки за мінімальну плату за умови будівництва готелів.

Таблиця 1.2.3

Органи управління туристичною галуззю (за четвертою моделлю), за [13]

Країна	Спеціалізований підрозділ А - Адміністративна діяльність М - Маркетингова політика	Назва відомства
Туреччина	А + М - Генеральна дирекція популяризації, Генеральне управління з інвестицій	Міністерство культури та туризму
Греція	-	Міністерство культури та туризму
Польща	А - Департамент туризму М - Польська туристична організація Органи місцевого самоврядування, Польське агентство розвитку туризму, регіональні та локальні туристичні організації	Міністерство спорту і туризму
Туніс	А + М - Національне управління з туризму	Міністерство торгівлі та туризму
Індонезія	А + М - Управління з туризму Індонезії VITO (Visit Indonesia Tourism Promotion Officer)	Міністерство туризму, культури та мистецтва
Болгарія	-	Міністерство економіки, енергетики та туризму
Йорданія	А + М - Рада з туризму Jordan Tourism Board регіональні ради з туризму	Міністерство туризму
Україна	-	Департамент з туризму та курортів

У багатьох країнах, де уряди визначають туризм як одну з ключових галузей національної економіки, запроваджуються стратегічні державні програми розвитку туризму (національні туристичні стратегії), які забезпечуються відповідним фінансуванням, податковими стимулюючими заходами тощо. Наприклад, угорський уряд визнав розвиток туристичної галузі

стратегічним пріоритетом і розробив план Сечені, а у Словаччині реалізуються Програма підтримки розвитку туризму та Кредитна програма підтримки.

Аналіз світового досвіду показує, що рівень державної участі у розвитку туризму залежить від економічного розвитку країни. У розвинених ринкових економіках державне втручання може бути мінімальним, тоді як у країнах із нестабільною економікою спостерігається посилена увага держави до туристичної сфери. Держава може підтримувати приватний сектор шляхом кредитування або субсидій на будівництво готелів, а також самостійно створювати та експлуатувати об'єкти туристичної інфраструктури. У будь-якому випадку вона має виконувати роль координатора розвитку туристичної інфраструктури.

Таким чином, інфраструктура туризму – це комплекс споруд, інженерних і комунікаційних мереж, включно з телекомунікаційним зв'язком та дорогами, а також суміжні туристичні підприємства, що забезпечують нормальний доступ туристів до туристичних ресурсів, їх ефективне використання для цілей туризму і функціонування підприємств індустрії туризму.

Наступним кроком буде вивчення нормативно-правової бази розвитку інфраструктури в Україні.

1.3. Нормативно-правова база розвитку інфраструктури в Україні

Головним чинником раціонального використання рекреаційних ресурсів є наявність у туристичних дестинаціях відповідної туристичної інфраструктури. Попри значну кількість досліджень, присвячених розвитку туристичної інфраструктури, універсального визначення цього поняття, прийнятного як для науковців, так і для практиків галузі, досі не вироблено.

Поняття «інфраструктура» та перша самостійна теорія інфраструктури були сформовані у працях А. Маршала та Д. Кларка в першій половині XX ст. Загалом інфраструктуру розглядають як комплекс галузей і видів діяльності, що забезпечують функціонування виробництва (виробнича інфраструктура – транспорт, зв’язок, дороги, лінії електропередач тощо) та населення (соціальна інфраструктура – мережа закладів охорони здоров’я, торгівлі тощо) [39].

Відповідно до Закону України «Про внесення змін і доповнень до Закону України “Про туризм”» туристична інфраструктура визначається як сукупність суб’єктів туристичної діяльності (готелі, туристичні комплекси, кемпінги, мотелі, пансіонати, заклади харчування, транспортні підприємства, установи культури, спорту тощо), що забезпечують прийом, обслуговування та перевезення туристів [112]. Отже, під нею розуміють будівлі й споруди, комунікаційні мережі та транспортну систему, задіяні у процесі надання туристичних послуг.

Туристична інфраструктура охоплює сукупність штучно створених рекреаційних об’єктів (санаторії, бази відпочинку, готелі, ресторани тощо) та пов’язаних із ними споруд загального користування, зведених переважно за рахунок державних інвестицій (автомобільні й залізничні шляхи, пункти пропуску, аеропорти, медичні заклади, школи та ін.). Інфраструктурні послуги виконують інтегруючу функцію, поєднуючи різні сегменти туристичної сфери з кінцевим споживачем і спираючись на основоположні характеристики індустріального, а згодом постіндустріального суспільства, для якого їх наявність є необхідною умовою існування [44].

Туристична інфраструктура розглядається як сукупність підприємств та інституцій, що формують територіальну, матеріальну й організаційну основу розвитку туризму. Вона охоплює чотири ключові компоненти: засоби розміщення, харчування, супутні послуги та комунікаційну сферу [21]. Туристична інфраструктура представлена матеріально-речовими об’єктами,

діяльність яких спрямована на задоволення потреб туристів, і включає матеріально-технічну базу функціонально-господарських структур, які входять до складу ТРС різних рівнів.

Окремі науковці відносять до туристичної інфраструктури також природні туристичні об'єкти, пам'ятки, музеї тощо. Туристичні ресурси інфраструктури посідають важливе місце у розвитку всієї туристичної сфери. До них належать природні та штучно створені об'єкти, що вирізняються комфортністю та придатністю для формування туристичного продукту. Саме їх наявність часто визначає можливість становлення туристичного бізнесу у певному регіоні.

До таких об'єктів належать, зокрема, пам'ятки історії й культури – музеї, монументи, місця, пов'язані з важливими подіями чи постатями науки, техніки та культури, а також унікальні архітектурні та етнографічні комплекси. Сюди ж зараховують об'єкти, що демонструють сучасні досягнення держави у промисловості, будівництві, сільському господарстві, науці, культурі, медицині та спорті [59].

У туристичній сфері інфраструктура охоплює будівлі та споруди, елементи транспортної мережі, заклади культури та інші об'єкти, задіяні у наданні туристичних послуг. Таке тлумачення повністю відповідає чинному законодавству України. Як і будь-яка система, туристична інфраструктура має власну структуру, що потребує постійного оновлення й удосконалення.

До основної (виробничої) інфраструктури належать засоби розміщення, харчування та транспортні засоби, що забезпечують переміщення туристів. Супутня інфраструктура охоплює заклади культури, розваг, спорту, охорони здоров'я та інші установи, які надають туристам додаткові послуги.

В останні роки в Україні спостерігається динамічний розвиток елементів туристичної інфраструктури, основу якого становлять ефективні інвестиції. Показовим є досвід муніципалітетів Бразилії, де уряд протягом чотирьох років

вклав 8 млрд. дол. у відновлення туристичних ресурсів – екологічних територій, історичних зон і архітектурних пам'яток. Це сприяло підвищенню інвестиційної привабливості країни: лише за один рік обсяг приватних інвестицій досяг 6 млрд дол., а надходження від туристичної галузі – 31,9 млрд дол. [39].

Зазвичай приватний сектор інвестує у відносно невеликі проєкти – заклади розміщення й харчування, об'єкти надання додаткових послуг тощо. На нашу думку, державні інвестиції мають бути спрямовані на реалізацію масштабних інфраструктурних проєктів, зокрема на розвиток транспортної мережі, будівництво великих об'єктів і споруд, створення систем життєзабезпечення для освоєння нових рекреаційних територій.

Державно-приватне партнерство може ефективно впроваджуватися у формі концесійних проєктів, що дає можливість залучати приватний капітал до великих інвестиційних ініціатив і водночас вирішує низку законодавчих колізій, зокрема щодо реалізації проєктів на землях державної власності, які не підлягають приватизації.

Законодавча база України у сфері туризму охоплює Конституцію України, Закон «Про туризм» та інші нормативно-правові акти, прийняті на їх виконання.

Майнові відносини, що виникають у туристичній сфері та ґрунтуються на принципах рівності сторін, автономії їх волевиявлення й майнової самостійності, регулюються положеннями Цивільного [146] та Господарського [33] кодексів України з урахуванням спеціальних норм, визначених туристичним законодавством. Це забезпечує узгодженість загальних правових механізмів з особливостями функціонування туристичної галузі.

У випадку, коли міжнародний договір України, ратифікований Верховною Радою, встановлює інші правила, ніж ті, що містяться в національному законодавстві про туризм, застосовуються саме норми такого

міжнародного договору. Це відповідає загальноприйнятому принципу пріоритетності міжнародних зобов'язань та сприяє інтеграції України у світовий туристичний простір.

У відносинах, що виникають у процесі здійснення туристичної діяльності, беруть участь юридичні та фізичні особи, які формують туристичний продукт, надають послуги з перевезення, розміщення, харчування, екскурсійного, курортного, спортивного, розважального та іншого обслуговування, а також суб'єкти, що здійснюють посередництво у наданні характерних і додаткових туристичних послуг. До учасників цих відносин належать також громадяни України, іноземці та особи без громадянства (туристи, екскурсанти, відвідувачі тощо), в інтересах яких і здійснюється туристична діяльність.

Суб'єктами, які здійснюють або забезпечують туристичну діяльність (далі – суб'єкти туристичної діяльності), є:

- туристичні оператори (туроператори) – юридичні особи, створені відповідно до законодавства України, основною та виключною діяльністю яких є формування й організація туристичного продукту;

- туристичні агенти (турагенти) – юридичні особи, зареєстровані згідно із законодавством, а також фізичні особи – підприємці, що виконують посередницькі функції з продажу туристичного продукту туроператорів і туристичних послуг інших суб'єктів галузі;

- інші суб'єкти підприємницької діяльності, які надають послуги тимчасового розміщення, харчування, організації екскурсій, розваг та інші туристичні послуги;

- фахівці туристичного супроводу – гіді-перекладачі, екскурсоводи, спортивні інструктори, провідники та інші спеціалісти, що є фізичними особами;

- фізичні особи, які не здійснюють підприємницьку діяльність, але надають послуги з проживання, харчування та інші види побутового

обслуговування туристів.

Безпека в туризмі визначається як комплекс чинників, що відображають соціальний, економічний, правовий та інші аспекти захисту прав і законних інтересів громадян, юридичних осіб і держави у туристичній сфері.

Органи державної влади та місцевого самоврядування разом із своїми посадовими особами у межах наданих повноважень здійснюють заходи для забезпечення прав громадян, закріплених Конституцією України, на безпечне для життя і здоров'я довкілля під час туристичних подорожей та на захист громадян за кордоном.

Для гарантування безпеки туристів суб'єкти туристичної діяльності зобов'язані під час виконання своєї діяльності інформувати клієнтів про можливі ризики під час подорожей, наголошувати на дотриманні загальнообов'язкових правил та запобіжних заходів, включно з необхідністю проходження медичних щеплень.

Надання необхідної допомоги туристам, які потрапили в надзвичайні ситуації на території України, здійснюється спеціалізованими державними, комунальними та приватними службами, а також рятувальними командами, створеними відповідно до законодавства.

Організація рятувальних команд і порядок проведення рятувальних заходів визначається Кабінетом Міністрів України. Держава гарантує захист законних прав та інтересів іноземних туристів відповідно до національного законодавства та міжнародних договорів. Крім того, забезпечується захист прав і інтересів громадян України під час туристичних подорожей за кордон: у разі надзвичайних ситуацій держава вживає заходів для їхнього захисту та організовує евакуацію з країни тимчасового перебування.

Для захисту прав і законних інтересів громадян – споживачів туристичних послуг – туроператор та турагент зобов'язані забезпечити фінансову гарантію своєї цивільної відповідальності перед туристами, що може

бути оформлена через банківську або іншу кредитну установу.

Зокрема, туроператор має підтвердити фінансове забезпечення своєї відповідальності на випадок заподіяння збитків туристу через власну неплатоспроможність або процедуру визнання банкрутом. Це стосується витрат на повернення туриста до місця постійного проживання (перебування) та відшкодування вартості послуг, які не були надані відповідно до договору. Підтвердження гарантії оформлюється у встановленому законодавством порядку.

Турагент зобов'язаний забезпечити фінансову відповідальність за можливі збитки туристу у випадку своєї неплатоспроможності або в разі порушень процедури визнання банкрутом. Це стосується відшкодування вартості послуг, не наданих відповідно до договору. Підтвердження фінансового забезпечення (гарантія банку або іншої кредитної установи) надається туристу у встановленому порядку.

Мінімальний розмір фінансового забезпечення туроператора складає суму, еквівалентну не менше ніж 20 000 євро. Для туроператорів, які надають послуги виключно з внутрішнього та в'їзного туризму, мінімальна сума становить 10 000 євро. Для турагента мінімальний розмір фінансового забезпечення становить не менше ніж 2 000 євро.

Будь-які кошти, що гарантуються фінансовим забезпеченням цивільної відповідальності туроператора, використовуються виключно для задоволення вимог, передбачених цією статтею.

Відшкодування збитків туристу у разі неплатоспроможності туроператора (турагента) або внаслідок порушення процедури визнання його банкрутом здійснюється відповідною кредитною установою на підставі заяви туриста, договору на туристичне обслуговування (ваучера) та документів, які підтверджують невиконання туроператором або турагентом договірних зобов'язань.

Медичне страхування туристів та страхування від нещасних випадків є обов'язковим і здійснюється суб'єктами туристичної діяльності через укладення договорів зі страховими компаніями. Туристи мають право самостійно укладати такі договори, у цьому випадку вони зобов'язані заздалегідь надати туроператору або турагенту підтвердження наявності дійсного страхового полісу.

Компенсація шкоди, заподіяної життю, здоров'ю або майну туриста, проводиться у встановленому законодавством порядку.

З метою забезпечення рівних умов для суб'єктів туристичної діяльності на ринку туристичних послуг, захисту прав і законних інтересів громадян, охорони навколишнього природного середовища та підвищення якості туристичного обслуговування здійснюється ліцензування діяльності туроператорів і турагентів.

Державна система стандартизації у сфері туристичної діяльності в Україні спрямована на:

1. Забезпечення єдності та відповідності якості туристичних послуг до встановлених державних стандартів;
2. Гарантування безпеки туристів під час подорожей та перебування у туристичних закладах;
3. Уніфікацію процедур і вимог для суб'єктів туристичної діяльності (туроператорів, турагентів, закладів розміщення, харчування тощо);
4. Підвищення конкурентоспроможності та інвестиційної привабливості туристичної галузі України на внутрішньому та міжнародному ринках;
5. Захист прав споживачів туристичних послуг та забезпечення їх інформованості;
6. Сприяння сталому розвитку туризму, включаючи охорону культурної спадщини та природного середовища.

Відповідно, сертифікація товарів, робіт і послуг у сфері туристичної

діяльності проводиться з метою:

- запобігання реалізації продукції та послуг, що можуть становити загрозу для життя, здоров'я людей, майна та довкілля;
- сприяння свідомому вибору споживачами туристичних товарів, робіт і послуг;
- забезпечення дотримання обов'язкових норм і правил щодо охорони довкілля, раціонального використання природних ресурсів та екологічної безпеки;
- гармонізації національних стандартів, норм і правил із міжнародними вимогами та рекомендаціями, що стосуються об'єктів відвідування, туристичних послуг, взаємодії туроператорів, використання обмежених туристичних ресурсів, а також якості й видів туристичних послуг.

Підтвердження відповідності туристичних послуг здійснюється у встановленому законодавством порядку. Для підвищення якості туристичного обслуговування, сприяння свідомому вибору туристичних послуг споживачами, забезпечення рівних умов для суб'єктів туристичної діяльності, захисту прав і законних інтересів громадян, їх життя, здоров'я та майна, а також підвищення екологічної безпеки об'єктів туристичної інфраструктури присвоюються відповідні категорії якості та рівня обслуговування.

Присвоєння категорій об'єктам туристичної інфраструктури – готелям, закладам розміщення, закладам харчування, курортним та іншим об'єктам, призначеним для надання туристичних послуг – здійснюється за заявою власника. Види категорій, порядок їх встановлення та зміни визначаються Кабінетом Міністрів України.

Вищевказані документи закладають основоположні принципи розвитку міжнародного туризму в країнах-членах міжнародних організацій. Керується ними у своїй законотворчій діяльності і Україна, для якої міжнародні договори та декларації становлять правову основу міжнародного співробітництва в галузі

туризму.

До норм спеціального законодавства, котрі регулюють туристичну діяльність в Україні, належать:

1. Закон України від 5.10.2000р. №2026-III "Про курорти".
2. Деякі питання встановлення категорій готелям та іншим об'єктам, що призначаються для надання послуг з тимчасового розміщення (проживання). Наказ Міністерства інфраструктури України від 17.11.2022 № 858.
3. Про внесення змін до Ліцензійних умов провадження туроператорської діяльності. Постанова Кабінету Міністрів України від 13.11.2025 № 1457
4. Деякі питання фінансування робіт з відновлення зруйнованого майна та інфраструктури. Постанова Кабінету міністрів України від 29 липня 2022 р. № 879.
5. Постанова КМУ від 28.06.2024 р. № 754 «Про деякі питання ведення Єдиного туристичного реєстру».
6. Деякі питання створення безбар'єрних маршрутів у населених пунктах Постанова Кабінету Міністрів України від 20.08.2025 № 1007.
7. Про затвердження Типового положення про організацію безпечних маршрутів для пішохідного, велосипедного, водного туризму. Мінмолодьспорт; Наказ, Положення від 02.01.2024 № 14.
8. Про заходи щодо підтримки сфери культури, охорони культурної спадщини, розвитку креативних індустрій та туризму. Указ Президента України від 18.08.2020 № 329/2020.
9. Про утворення робочої групи з питань статистики у сфері туризму та курортів. Наказ Міністерства економічного розвитку і торгівлі України від 23.08.2017 № 1263.
10. Про внесення змін до деяких законів України щодо розвитку та підготовки готельної інфраструктури до проведення в Україні фінальної частини чемпіонату Європи. Закон України.

11. Про внесення змін до Закону України "Про туризм" щодо розширення кола суб'єктів надання готельних послуг. Введений в дію 01.04.2023.

Подальший розвиток законодавчої бази туризму, зокрема в'їзного, слід здійснювати комплексно, враховуючи взаємозв'язки з іншими секторами, такими як транспорт, зайнятість, охорона здоров'я, сільське господарство, зв'язок тощо.

Важливим є також ухвалення нових нормативних актів, які забезпечать ефективне функціонування галузі, зокрема «Кодексу туризму», «Концепції розвитку українських курортів», а також внесення відповідних змін до законів України «Про туризм» та «Про місцеве самоврядування» щодо повноважень органів місцевого самоврядування у сфері туризму.

Обов'язковим складником Стратегії [137] розвитку туризму є активна робота над удосконаленням законодавства у сфері туризму та його приведенням у відповідність із правовою базою Європейського Союзу.

Для ефективного розвитку туризму в Україні слід використовувати міжнародний досвід, спрямований на формування та зміцнення позитивного іміджу країни як привабливої туристичної дестинації. Найбільш прийнятною для України є «європейська» модель розвитку туристичної індустрії. Практика країн із успішно розвиненим туризмом свідчить, що державну політику у цій сфері найефективніше реалізує спеціалізована структура – національна туристична адміністрація (НТА).

У наступному параграфі буде розкрито світовий досвід відновлення інфраструктури сфери туризму в повоєнний період.

РОЗДІЛ 2

ОЦІНКА СТАНУ ІНФРАСТРУКТУРИ СФЕРИ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

2.1. Світовий досвід відновлення інфраструктури сфери туризму в повоєнний період

Світова практика має приклади, коли туристична галузь країни швидко відновлювалася після масштабних військових конфліктів. До таких держав, зокрема, належить Єгипет, де туристичний сектор розвивається високими темпами завдяки наявності унікальних історичних пам'яток та привабливих морських узбереж Синайського півострова й провінції Хургада. Військові дії у 1967-1970 рр., спрямовані на повернення Синайського півострова, захопленого Ізраїлем, завершилися підписанням мирної угоди у 1979 році. Ізраїль вивів війська з Синайського півострова у 1982 році, після чого туризм почав відновлюватися. Уже у 2019 році Єгипет відвідало близько 15 млн туристів, а частка туризму в економіці країни досягла 12%. Нині країна продовжує активно розвивати пізнавальні подорожі та відпочинок на узбережжі [149].

Після завершення війни в Боснії та Герцеговині (1992-1995 рр.) туристичні потоки почали активно зростати: за офіційними даними, у 1995 році приріст становив 24% на рік. За прогнозами Всесвітньої туристичної організації, до 2020 року країна мала посісти третє місце у світі за темпами розвитку туризму. Уже у 2019 році загальний внесок туристичної сфери в економіку Боснії та Герцеговини досяг 10,5%.

У місті Сараєво особливу популярність здобув так званий «темний» (dark) туризм. Тут створено меморіали загиблим, пам'ятники дітям, які загинули під час облоги міста, а також «троянди Сараєво» – ями від снарядів, де загинули люди, заповнені червоною смолою. Водночас у місті збереглася османська архітектура старого центру, численні музеї та готелі. Довгий час Сараєво

вважалося «меккою темного туризму» для іноземних відвідувачів через пошкоджені фасади багатьох житлових будинків. Проте ці локації гармонійно поєднуються з відновленими християнськими храмами, мечетями та синагогами, що формує в туристів образ духовного центру – свого роду «Єрусалиму Балкан» [79].

У 1990-х роках туристична сфера Хорватії майже перестала функціонувати, але після завершення військових дій країна розпочала активну промоційно-інформаційну кампанію своїх туристичних «родзинок». Водночас розвивався ринок бюджетних авіарейсів і житла, а також запускалися круїзні маршрути. Хорватія налічує понад тисячу островів, з яких 66 заселені, що привабляло туристів, раніше відданих грецьким островам.

Хорватські пляжі почали отримувати «голубі прапори» за чистоту та екологічність, про пляжі країни активно писали іноземні ЗМІ та публікували інформацію в соцмережах. Це привернуло увагу мережових готелів, круїзних компаній і міжнародних туроператорів. Інтенсивний розвиток туризму значно вплинув на економіку країни: близько десяти мільйонів туристів щорічно приносять значні доходи, формуючи близько 15% ВВП. Так, у період січень–серпень 2017 року Хорватію відвідало 15 мільйонів туристів.

Зростання туризму стимулювало інвестиції в розвиток прибережних готелів, ресторанів та яхтової інфраструктури. За даними Хорватського бюро статистики, до пандемії COVID-19 доходи від туризму щороку зростали на 11%. Хорватія повторила досвід Кіпру, активно використовуючи медіа та міжнародну рекламу для просування туристичних послуг [144].

Кіпр зумів відновити туристичну галузь після міжетнічного протистояння між грецькою та турецькою громадами. Уже у 2018 році країна прийняла рекордні 3,8 млн туристів за населення близько 1,22 млн осіб. Частка туризму у національній економіці тоді сягнула приблизно 18%. У 2021 році в пікові місяці кількість відвідувачів зросла до 300% порівняно з 2020 роком. Кіпр активно

просуває пляжний відпочинок, екотуризм у центральних регіонах та морські круїзи до сусідніх країн.

Показовим прикладом держави, якій вдається утримувати високий туристичний рейтинг попри тривалі військові конфлікти з сусідніми територіями, є Ізраїль. Туристична індустрія країни значною мірою пристосувалася до умов безпекової нестабільності. На сферу туризму припадає 6,2% економіки держави. Найпопулярнішими видами подорожей до Ізраїлю є паломництво, медичний та культурний туризм. У 2019 році країну відвідали 4,5 млн туристів. Водночас Ізраїль постійно перебуває у стані конфлікту з Палестиною. І нині триває напружене протистояння між ізраїльською стороною та палестинцями, які проживають у Східному Єрусалимі, Секторі Гази та на Західному березі [79]. Під час кожного загострення військового протистояння, як-от у травні 2021 року в секторі Газа, Ізраїль недоотримує приблизно 0,5% річного зростання економіки. Туристична галузь у такі періоди практично втрачає прибутки. Так, у ході 50-денної війни в Газі – найдовшої з 2009 року – країна недорахувалася близько чверті туристів і понад пів мільярда доларів доходів. Однак ця сфера зазвичай швидко відновлюється та лишається одним із ключових секторів економіки, забезпечуючи 5% експорту та 6% робочих місць. Загалом ізраїльська економіка навчилася пристосовуватися до подібних коливань: її структура побудована так, що прибутки одних галузей компенсують спад в інших [143].

Для впровадження державної туристичної політики, узгодження ключових напрямів розвитку галузі та підтримки туристичного бізнесу в країні створено спеціальний урядовий орган – Міністерство туризму. Основні функції цього відомства включають визначення пріоритетів національного туризму, стратегічне планування та підготовку перспективних проєктів розвитку, надання фінансової підтримки інвесторам для будівництва чи реконструкції об'єктів, проведення маркетингових досліджень у туристичній сфері, збирання

та аналіз статистичних даних щодо туризму. Крім того, міністерство координує випуск усіх туристичних публікацій та розробляє нові туристичні продукти, доступні широкому колу як іноземних, так і українських туристів.

Серед інноваційних туристичних продуктів, представлених на ізраїльському ринку, виділяються екологічні тури, що організовуються у гірських районах і пустелях із використанням вторинних будівельних матеріалів, природної сировини та сонячної енергії. Молодіжні тури включають відвідування найбільшого крокодилового заповідника в курортному комплексі Хамат-Гедер, міні-сафарі, цирку папуг, які вміють розмовляти, поїздки до бедуїнів із ночівлею в наметах у пустелі й традиційною вечерею кочівників. Також туристам пропонуються екскурсії-квести, винні тури, поїздки до фруктових і ботанічних садів, ферм прянощів та пасік, різні види екстремального відпочинку – зокрема дайвінг на підводному скутері та спуск водоспадами до Мертвого моря з альпіністським спорядженням.

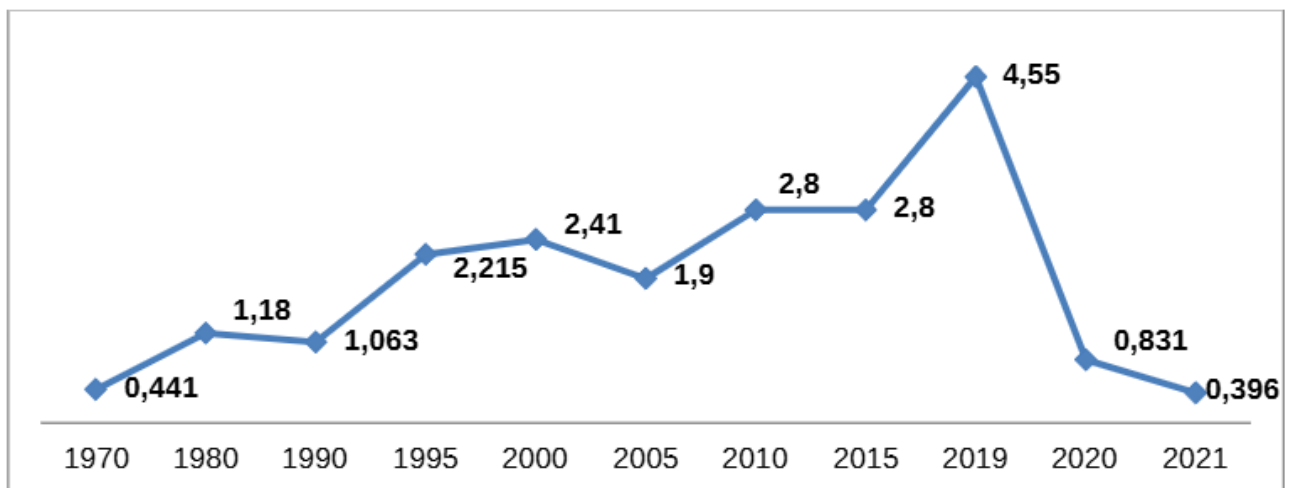


Рис. 2.1.1 Динаміка чисельності іноземних відвідувачів за 1970-2021 рр.
(в млн осіб), за [143]

У 2020 році в туристичній сфері були реалізовані проєкти, спрямовані на підтримку та модернізацію внутрішнього ринку. Серед них: створення «зелених островів туризму», надання субсидій готельним операторам, упровадження стандартів безпеки «Фіолетовий знак» тощо. Ейлат і район Мертвого моря були

оголошені «особливою туристичною зоною» – так званими «зеленими островами», де ізраїльтяни могли відпочивати навіть у період пандемії.

У найближчі роки очікується, що загальний фінансовий внесок туризму до 2025 року зросте майже до 30 мільйонів доларів США. Досвід Ізраїлю щодо підтримки туристичної галузі в умовах військових конфліктів та пандемії є корисним і може бути адаптований в Україні [143] (див. рис. 2.1.1).

Показовим є також приклад Грузії. Після військового конфлікту в Південній Осетії між Грузією та Російською Федерацією у 2008 році країна стала більш помітною на міжнародному туристичному ринку. У постконфліктний період до Грузії почали надходити іноземні інвестиції, спрямовані на створення сучасної інфраструктури відпочинку на узбережжі моря. Крім того, держава активно розвиває літній гірський туризм, зимові гірськолижні курорти та еногастрономічні маршрути.

Слід підкреслити, що всі описані негативні тенденції, які спостерігалися на іноземних туристичних ринках, були значно меншими, ніж ті, що переживає туристична індустрія України. В Україні туризм фактично зупинився: значна частина готелів повністю зруйнована, зачинена або переобладнана під житло для внутрішньо переміщених осіб. Багато туристичних операторів вимушено призупинили роботу або суттєво скоротили кількість напрямів і маршрутів [144].

Дослідження міжнародного досвіду показало, що організація та проведення масштабних громадських заходів – спортивних, культурних, релігійних чи бізнесових – у період зростання конкуренції на світовому туристичному ринку стає важливою конкурентною перевагою для держав. Такі події здатні суттєво активізувати міжнародний туристичний попит. Водночас їх підготовка вимагає значних капіталовкладень, насамперед з боку держави, яка виступає головним гарантом успішного проведення подібних заходів. Реалізація стратегічних цілей у сфері туризму передбачає розробку та втілення

комплексних програм розвитку туризму в різних країнах.

За останнє десятиліття суттєве економічне зростання спостерігається в Єгипті, Тунісі, Туреччині, Іспанії, Бразилії, на Кубі, у Йорданії та ряді інших держав. Проведені дослідження підтверджують, що найбільшу роль у цьому відіграло саме інтенсивне розширення туристичної галузі. Зокрема, африканські країни очолюють рейтинги за темпами приросту міжнародних туристичних потоків, демонструючи високу динаміку розвитку цього сектора економіки.

Історія розвитку залізничної мережі у світі тісно пов'язана як із господарськими, так і з військово-стратегічними потребами. Наприклад, будівництво залізниць у США було спрямоване не лише на економічний розвиток, а й на стратегічне освоєння територій Дикого Заходу. До середини XIX століття активне спорудження залізниць велося майже в усіх країнах Європи та у США, тоді як в Азії, Африці й Австралії воно розпочалося лише у другій половині XIX ст. Якщо перша залізниця в Англії була відкрита у 1825 році, то в Україні – у 1861 році на маршруті Перемишль – Львів.

До 1913 року загальна протяжність залізниць у світі сягнула 1 млн км. Проте під час світової економічної кризи 1930-х років темпи розширення залізничної мережі різко скоротилися, а в багатьох розвинених державах навіть почали демонтовувати застарілі лінії. У другій половині XX століття також спостерігалось поступове зменшення довжини залізниць: якщо у 1950-х роках вона становила близько 1320 тис. км, то в середині 1990-х – уже приблизно 1180 тис. км.

Щодо пільгового оподаткування підприємств туристичної індустрії, то, одним із можливих шляхів вирішення цієї проблеми є створення у регіоні «офшорних зон». Їхнє функціонування стимулює приплив капіталу, що позитивно впливає як на економіку території загалом, так і на розвиток окремих її секторів, зокрема туристичного. Прикладом можуть слугувати Сінгапур,

Кіпр, Швейцарія та низка острівних держав Тихого океану, де сучасно розвинена фінансова інфраструктура успішно поєднується з потужною туристичною індустрією.

Показовим прикладом є створення туристичного комплексу Лангедок – Руссільйон у Франції. На узбережжі Середземного моря, де двокілометрова прибережна смуга вважалася повністю непридатною для відпочинку через болотисті ґрунти, велику кількість москітів, одноманітний ландшафт та відсутність зелених насаджень, було ухвалено рішення звести кілька туристичних центрів загальною місткістю близько 30 000 місць. Для цього здійснили масштабні роботи з відновлення довкілля: осушили болота, провели лісонасадження та комплексне благоустрій території. У результаті сформувався привабливий рекреаційний ландшафт.

Таким чином, з одного боку, було значно покращено природне середовище цього району, а з іншого – досягнуто розвантаження традиційних курортних зон Середземномор'я, оскільки частина туристичних потоків була спрямована до новоствореного центру.

У багатьох країнах діють спеціальні державні програми стимулювання туризму, які включають надання прямих субсидій, податкові пільги, створення сприятливого інвестиційного клімату, можливість отримання пільгових кредитів, зниження митних ставок, збільшення державних вкладень у розвиток інфраструктури та надання гарантій для інвесторів.

Наприклад, у Хорватії туристичні послуги повністю звільнені від ПДВ. У Польщі туристичний бізнес користується найнижчою в Європі ставкою оподаткування – лише 7%. Уряд Греції підтримує інвесторів, забезпечуючи доступ до кредитів під вигідні відсоткові ставки та надаючи податкові знижки. У Туреччині державні органи пропонують інвесторам оренду земельних ділянок строком на 49 років за мінімальну плату за умови будівництва готелю, що стимулює розвиток туристичної інфраструктури.

Туризм є одним із ключових секторів економіки Китаю. Значні інвестиції спрямовуються на розвиток інфраструктури, підвищення стандартів обслуговування та впровадження політик, орієнтованих на зручність і привабливість для туристів. На тлі зростання економік і зміцнення середнього класу в азійських країнах такі відомі туристичні об'єкти Китаю, як Велика китайська стіна, Заборонене місто в Пекіні та сучасний центр Шанхаю, стають дедалі популярнішими. При цьому загальний приріст туристичного попиту в регіоні переважно забезпечується за рахунок збільшення кількості мандрівників із країн Далекого Сходу, тобто активізація туристичних потоків у Азії має переважно внутрішньорегіональний характер.

Сьогодні Китай є також світовим лідером за кількістю громадян, які подорожують за кордон. За статистичними даними, темпи зростання виїзного туризму з КНР за останні роки становлять близько +20% щорічно. Це зумовлено низкою економічних і політичних чинників: підвищенням рівня доходів населення, лібералізацією внутрішньої політики щодо закордонних поїздок, зміцненням національної валюти, сприятливими візовими умовами в багатьох країнах, а також збільшенням кількості міжнародних авіарейсів із Китаю.

Варто підкреслити, що китайські мандрівники не лише активно подорожують, а й посідають провідні позиції за обсягами витрат під час поїздок за кордон. За даними Всесвітньої федерації туристичних міст, середні витрати одного туриста з Китаю становлять близько 20 тисяч юанів, причому 57,8% цієї суми припадає на покупки. На другому місці за структурою витрат є харчування в ресторанах, далі – витрати на проживання та розваги. Туристичним підприємствам у різних країнах необхідно враховувати цей потенціал, створювати належні умови та вивчати особливості запитів китайських гостей.

У багатьох державах, де туризм розглядається як ключовий сектор

розвитку національної економіки, діють стратегічні державні програми підтримки туристичної галузі, забезпечені фінансуванням і податковими стимулами. Так, в Угорщині розвиток туризму визначено стратегічним напрямом, що спричинило створення плану Сечені; у Словаччині впроваджуються Програма підтримки розвитку туризму та спеціальна Кредитна програма..

В Україні важливою складовою Стратегії розвитку туризму є системна робота над удосконаленням туристичного законодавства та його адаптацією до правових норм Європейського Союзу. Одним із ключових елементів національних туристичних стратегій виступає організація діяльності туристично-інформаційних центрів (ТІЦ) – установ, що забезпечують мандрівників повною інформацією про місцевість, її пам'ятки, екскурсійні можливості, а також пропонують рекламно-інформаційні матеріали, зокрема буклети, довідники та карти. У європейських країнах ТІЦ зазвичай працюють як підрозділи органів влади або функціонують на базі музеїв чи туристичних комплексів, оснащені сучасним комп'ютерним обладнанням.

Отже, в умовах сучасного розвитку економічних систем туризм як важлива галузь економіки сприяє зменшенню регіональних диспропорцій, подоланню соціально-економічної та демографічної депресивності територій, стимулює традиційні промисли місцевих жителів і сприяє інтеграції регіональної економіки у глобальні процеси. Крім того, для багатьох країн, що розвиваються, міжнародний туризм є провідною статтею експорту послуг, вагомим джерелом валютних надходжень і важливим стабілізаційним чинником у формуванні державних бюджетів та фінансово-кредитних взаємин.

У наступному параграфі йтиме оцінка інфраструктурного забезпечення розвитку сфери туризму у розрізі регіонів України.

2.2. Оцінка інфраструктурного забезпечення розвитку сфери туризму в Україні: регіональний аспект

Україна належить до найбільших держав Європи, а її вигідне геополітичне положення разом із багатими природними й створеними людиною ресурсами формують сприятливі умови для розвитку внутрішнього туризму. Наявний туристично-рекреаційний потенціал дає можливість країні претендувати на помітне місце на світовому ринку туризму та розвиватися як конкурентоспроможна туристична держава. Туризм виступає однією зі стратегічно важливих галузей економіки, що забезпечує соціально-економічний поступ країни.

Війна створила серйозні перешкоди для економічного розвитку України, зокрема для туристичної сфери, яка зазнала значних збитків унаслідок руйнування інфраструктури та різкого скорочення туристичних потоків. Туристично-рекреаційна галузь, що раніше мала вагоме значення для наповнення бюджету, забезпечення зайнятості населення та розвитку регіонів, нині перебуває у глибокій кризі. Відновлення цього сектора є надзвичайно важливим для економічного зростання країни та підтримки сталого регіонального розвитку. Очевидно, що такі несприятливі умови завдають суттєвих втрат державній економіці. За даними дослідників Р. Корсака, О. Світлинець та І. Годі, на початку війни готельний бізнес в Україні скоротився на 90%. Від початку повномасштабного вторгнення росії значних пошкоджень зазнали готелі у Харківській, Миколаївській, Чернігівській, Київській та Одеській областях. Серед постраждалих – об'єкти, що перебувають під управлінням «Ribas Hotels Group», зруйнований глемпінг «Mandra Shato Trubetskogo» на Херсонщині та готель мережі «Reikartz» у Миколаєві, який постраждав від касетного обстрілу. Дефіцит пального та інші труднощі спричинили збої у логістичних ланцюгах, що негативно вплинуло на

діяльність готельних підприємств. Зокрема, у «Ribas Hotels Group» порушення логістики затримало будівництво нових готелів, а «BANKHOTEL» на початку вторгнення зіткнувся з проблемами у забезпеченні продуктами. Додатковим прикладом є ракетний удар по одному з харківських готелів 10 січня 2024 року. Усі ці факти свідчать про масштабні руйнування готельної інфраструктури та наголошують на потребі її подальшого відновлення [64].

До 2014 року туристична галузь України демонструвала стабільне зростання: готелі щороку обслуговували понад 8 млн відвідувачів. Однак перша хвиля російської агресії порушила цю стабільність, що призвело до різкого падіння туристичного потоку. Повномасштабне вторгнення 2022 року могло остаточно паралізувати сектор, проте індустрія почала змінюватися. Туристичні фірми, які раніше спеціалізувалися на бронюванні та організації екскурсій, переорієнтували свою діяльність і долучилися до масштабного волонтерського руху [138].

Починаючи з 24 лютого 2022 р., в'їзний туристичний потік до України фактично припинився, діловий туризм опинився у стані повної зупинки, а внутрішній туризм трансформувався у переміщення внутрішньо переміщених осіб. Крім того, у сфері бізнес-туризму спостерігається значний застій: іноземні відвідувачі уникають подорожей до України через високі ризики. Нині туристична індустрія продовжує працювати переважно завдяки діяльності громадян України, а також через обмеження на виїзд чоловіків віком 18–60 років за кордон [93].

Не дивлячись на істотні втрати, завдані війною вітчизняному туристичному сектору, за перші чотири місяці 2022 року надходження від туристичного збору становили 64,6 млн грн, що на 65% більше порівняно з аналогічним періодом 2021 року. Аналітики зазначають, що до п'ятірки регіонів-лідерів за сплатою туристичного збору увійшли Київ та чотири області. Зокрема, бюджет столиці поповнився більш ніж на 18 млн грн.

Найбільше зростання доходів туристичної сфери зафіксовано у Львівській області, де надходження зросли на 268% і досягли 11,5 млн грн. У Закарпатській області збір збільшився на 144% – до 6,2 млн грн. Хмельницька область отримала 1,4 млн грн, а Івано-Франківська – майже 6 млн грн, продемонструвавши приріст у 48%.

Це зростання, пов'язане насамперед із внутрішньою міграцією українців, які, уникаючи обстрілів та окупації, переїжджають зі східних, центральних і південних регіонів у відносно безпечні західні області. Водночас у регіонах, де тривали або тривають бойові дії, а також на окупованих територіях, обсяги туристичного збору суттєво скоротилися або взагалі зникли. Зокрема, у Миколаївській області падіння становило 63%, у Луганській – 60%, у Сумській – 48%, у Херсонській – 46%, а у Запорізькій – 41%. Важливо підкреслити, що через активні бойові дії туристична індустрія продовжує занепадати або може бути втрачена на десятиліття. Основною причиною цього є непридатність територій для відпочинку через замінування та руйнування рекреаційної інфраструктури [93].

У 2022 році бюджетні надходження від туризму скоротилися більш ніж на третину. Туристичні бази, дитячі табори та кемпінги втратили 57% прибутків, а туроператори й туристичні агентства недоотримали значну частку доходів. Єдиним сегментом, що продемонстрував зростання, стали пансіонати та гуртожитки, адже вони виконували функцію тимчасового житла для внутрішньо переміщених осіб. Завдяки цьому їхні показники збільшилися на 46% [138].

Асоціація в'їзних туроператорів України від перших днів війни почала організовувати евакуаційні перевезення. Завдяки цьому вдалося вивести з небезпечних територій тисячі людей. Серед евакуйованих були тяжкохворі, особи з інвалідністю, матері з дітьми та літні люди. Часто виникала потреба транспортувати і лежачих пацієнтів.

Туризм є одним із ключових засобів для збереження фізичного й психологічного ресурсу людини. Він здатен не лише сприяти економічному відновленню, а й відігравати важливу роль у підтриманні морального стану населення.

За оцінками американських аналітиків, у разі відсутності війни туризм міг би забезпечити Україні у 2024 році близько 1,75 млрд доларів доходу. Натомість у разі продовження воєнних дій щорічні втрати для галузі можуть скласти приблизно 1,5 млрд доларів до 2034 року [138].

Інфраструктура отримала значні руйнування: частина унікальних туристичних об'єктів була знищена, а деякі нині перебувають під окупацією. Попри це, Україна й надалі привертає увагу іноземців. Вони приїжджають, аби глибше ознайомитися з українською культурою, побачити життя країни в умовах війни та висловити підтримку її громадянам.

За даними Державного агентства розвитку туризму, у 2024 році туристична сфера принесла бюджету України 273,1 млрд грн. (рис. 2.2.1). Особливо зросла сума туристичного збору: вона була майже на 23% більшою порівняно з 2023 роком, коли до місцевих бюджетів надійшло 222,6 млн грн. Для порівняння, у 2022 році ця сума становила лише 178,9 млн грн, майже вдвічі менше. Це свідчить про поступове відновлення попиту на внутрішній туризм.

За обсягом сплаченого туристичного збору лідирують Київ, а також Львівська, Івано-Франківська, Черкаська, Закарпатська та Дніпропетровська області. Активізувалися й центральні регіони: Вінницька, Полтавська та Кіровоградська області (рис. 2.2.2).

Водночас у Запорізькій області спостерігається зниження туристичного збору, аналогічна ситуація спостерігається у східних і південних регіонах, де тривають бойові дії або існує загроза обстрілів: Харківська, Донецька, Луганська області та Херсонщина [138].



Рис. 2.2.1 Туристичний збір за 2024 р., за [138]

Влітку 2024 року Асоціація в'їзних туроператорів, Українська асоціація готелів і курортів (UHRA), Всеукраїнська асоціація гідів та Українська ресторанна асоціація об'єднали зусилля, щоб оцінити стан туристичної галузі під час війни.

У дослідженні взяли участь 268 компаній із 23 областей України та Києва, серед яких були готелі, хостели, пансіонати, туроператори, ресторани та інші бізнеси, пов'язані з туризмом.

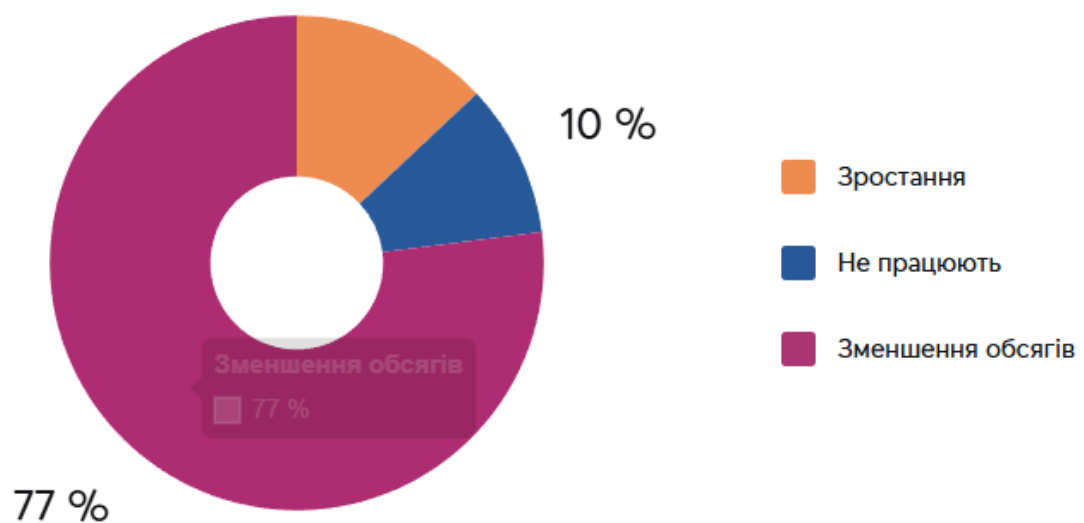


Рис. 2.2.2 Туристичний збір за 2024 р., за [138]

Результати показали, що лише 13% компаній змогли збільшити обсяг послуг порівняно з довоєнним періодом; 10% бізнесів повністю припинили діяльність; 75% відчули значне падіння обсягів; майже половина компаній повідомила про відсутність будь-яких фінансових резервів [138].

Під час опитування учасників туристичного ринку їх запитали про головні перешкоди у роботі:

- 71% респондентів назвали економічну нестабільність ключовою проблемою;
- серед інших викликів зазначали небезпеку та зруйновану інфраструктуру, що ускладнює пересування та обслуговування туристів;
- значною перешкодою також є кадровий голод – його відчули 42% опитаних, адже частина працівників виїхала за кордон або змінила сферу діяльності;
- 40% компаній мають співробітників, які наразі мобілізовані [138]

До війни прогнозували, що туризм та суміжні галузі забезпечать близько 1,3 млн робочих місць. Наразі в цьому секторі працює лише близько 600 тис. осіб, тобто галузь втратила приблизно 700 тис. потенційних працівників, що означає значні упущені можливості для економіки та регіонів. Практично всі готелі мають відкриті вакансії, а плинність кадрів сягає 40%. Ті, хто залишився, часто потребують не лише перепідготовки, а й психологічної підтримки [138].

Є й інші проблеми. Через енергетичну кризу значно зросли витрати на електроенергію, опалення та воду. Готелі й садиби змушені підвищувати ціни, що робить відпочинок менш доступним. Держава намагається впроваджувати програми підтримки, але їх поки недостатньо.

Перебої з електропостачанням залишаються актуальними, а генератори є не скрізь, що додатково збільшує витрати. Водночас відбувається адаптація: у Карпатах та інших регіонах набирають популярності екоготелі, які використовують альтернативні джерела енергії.

Складно навіть у регіонах, які майже не постраждали від обстрілів. Наприклад, інфраструктура Карпатського регіону здебільшого збережена, проте багато українців із центральних та східних областей не можуть дозволити собі відпочинок у горах, особливо в сезон, коли ціни зростають удвічі. Крім того, тут відчувається дефіцит персоналу [138].

Морські курорти України зазнали серйозних руйнувань. Чорноморське узбережжя, яке раніше приваблювало як українських, так і іноземних туристів, нині перебуває в зоні ризику. Багато об'єктів в Одеській, Миколаївській, Херсонській областях та інших південних регіонах пошкоджені або повністю знищені.

Щодо курортів Азовського моря говорити поки зарано, оскільки планування можливо лише після деокупації. Навіть тоді знадобиться оцінка впливу на екологію та безпеку.

Поступове відновлення вже розпочалося: у регіонах із більш-менш стабільною ситуацією підприємці почали відбудовувати інфраструктуру. Цікаво, що влітку 2024 року Одеса провела активний туристичний сезон, демонструючи, що навіть у складних умовах галузь продовжує функціонувати [138].

Нині в туристичній сфері спостерігається кілька тенденцій. Зокрема, зростає популярність оздоровчого туризму, оскільки українці шукають можливості відновити сили та відпочити від стресу.

Групові тури поступово відходять у минуле, а на перший план виходять сімейні та індивідуальні поїздки.

Люди обирають не лише привабливі локації, а й ті, де є електропостачання, вода, зв'язок та укриття.

Також стало звичною практика бронювати заклади в останній момент: більшість туристів приймають рішення за день-два, адже довгострокове планування наразі ускладнене.

Також змінився портрет туриста. Нині основну аудиторію складають жінки з дітьми, тоді як раніше подорожували здебільшого цілими родинами.

В Україні сформувався новий напрямок – воєнний туризм. Іноземці приїжджають здалеку, щоб побачити наслідки обстрілів та відвідати місця бойових дій, такі як Київ, Львів, Бучу, Ірпінь, Бородянку, Харків. Деякі подорожують самотійно, інші замовляють спеціальні тури вартістю 150–250 євро.

Для багатьох такий туризм є проявом солідарності та способом зрозуміти війну не з новин, а на власні очі. Часто частина коштів від турів спрямовується на підтримку ЗСУ або допомогу постраждалим від війни.

Популярними стають так звані донат-тури, наприклад, у Миколаїв, де туристи можуть брати участь у волонтерській діяльності та допомагати відновлювати місто. Інтерес викликають також маршрути деокупованими містами.

Такий туризм викликає дискусії серед місцевих мешканців: одні вбачають у ньому експлуатацію трагедії, інші – інформаційний та фінансовий ресурс. Воєнний туризм може стати важливою формою підтримки України за кордоном.

Поки існує попит, з'являється й пропозиція, але воєнні тури мають бути контрольованими та відповідальними. ДАРТ було започатковано проєкт «Школа для гідів. Маршрути пам'яті війни», щоб забезпечити професійний підхід до таких екскурсій. Важливо, хто і як розповідає історію війни, адже саме ці туристи, які побували в Україні, стають її адвокатами у світі [138].

Індустрія гостинності обслуговує широкий спектр ринків. Наприклад, сектор громадського харчування можна сегментувати за різними потребами споживачів: швидке обслуговування, сімейне обслуговування, кафетерійне обслуговування, тематичне обслуговування, обслуговування класу люкс тощо.

Готельна індустрія також поділяється на сегменти: повний пансіон для

бізнес-туристів, економ-клас, обслуговування в апартаментах, преміальний економ-клас, курортне обслуговування, розташування в центрі міста або на його околицях тощо. Кожен із сегментів враховує потреби та бажання різних категорій споживачів.

Регіони України відрізняються насиченістю природними, історико-культурними та рекреаційними об'єктами. Туристична інфраструктура традиційно розвивалася у районах із високою концентрацією привабливих для туристів об'єктів, тому саме цим регіонам приділяється найбільше уваги при просуванні країни на туристичному ринку. Ці чинники визначають рівень конкурентоспроможності регіонів та формують регіональні туристичні потоки.

Довоєнний рекреаційний потенціал України визначався розгалуженою мережею санаторно-курортних та оздоровчих установ – загалом 3304 заклади різних форм власності та відомчого підпорядкування. До їхнього складу входять: 487 санаторіїв, 357 санаторіїв-профілакторіїв, 2015 баз та інших закладів відпочинку, 235 пансіонатів відпочинку, 38 будинків відпочинку, 68 пансіонатів із лікуванням та 104 інші оздоровчі установи.

Доволі високий рівень розвитку інфраструктури туристичної сфери до війни спостерігався в Одеській області, Карпатському регіоні (Івано-Франківська та Львівська області) та Київській області. Інформація про природні, рекреаційні та лікувальні ресурси інших регіонів України залишалася вибірковою як для вітчизняних, так і для іноземних туристів.

Заклади розміщення охоплюють готелі, мотелі, будинки відпочинку, пансіонати, санаторії, підприємства харчування, транспортні засоби, об'єкти розваг, атракції тощо. За формою власності вони поділяються таким чином: 40% належать державі та органам місцевого самоврядування, 57% – колективним власникам, а 3% – приватним.

Найбільша кількість готелів зосереджена в таких регіонах України:

- м. Київ (7,3% від загальної кількості по Україні),

- Одеська область (7,3%),
- Дніпропетровська обл. (6,4%),
- Харківська обл. (5,8%),

Серед таких регіонів: промислово розвинена Харківська область на сході; Херсонська область на півдні з виходом до Чорного та Азовського морів і розвиненим сільським господарством; Волинська та Закарпатська області на заході, багаті природними ресурсами. Таким чином, лише 9 регіонів забезпечували 83,6% українського туристичного ринку.

Заклади індустрії гостинності мають вибудовувати власні стратегії обслуговування так, щоб вони відповідали особливим потребам того сегмента ринку, який вони обрали. В умовах розвиненої конкуренції та високих ризиків банкрутства успіх забезпечують лише ті компанії, що здатні розробляти й реалізовувати довгострокові стратегії обслуговування навіть на базовому організаційному рівні. Основним завданням керівників підприємств і установ туристичної сфери є досягнення оптимального балансу між факторами виробництва та створюваними товарами й послугами.

Ресторани і заклади харчування виконують важливі функції:

- гостинності – специфіка ресторанного сервісу дає змогу продемонструвати гостям увагу й доброзичливе ставлення через естетичний інтер'єр, вишукане сервірування, а також грамотно складене меню, що враховує смакові вподобання та культурні чи релігійні обмеження відвідувачів з інших країн.

- економічну – як складова туристичної індустрії, ресторанний бізнес впливає на її загальний розвиток та сприяє збільшенню надходжень іноземної валюти в економіку держави.

- комунікативну – ресторани, бари й кафе створюють сприятливі умови для невимушеного спілкування в неформальній обстановці.

- організації дозвілля – жива музика, що характерна для ресторанів

високої категорії, тематичні події, а також великі екрани для перегляду спортивних змагань забезпечують різноманітні можливості відпочинку для гостей.

- культурно-пізнавальну – національні кухні викликають значний інтерес у туристів, а традиційні кулінарні практики нерідко стають самостійними об'єктами туристичного відвідування.

Мережеві ресторани вирізняються стандартизованими концепцією, асортиментом, технологіями приготування та обслуговування. Міжнародні мережі дозволяють туристам відчувати себе комфортно й передбачувано, бути впевненими в рівні якості, а малозабезпеченим відвідувачам – економити на витратах. Для туроператорів такі заклади зручні тим, що здатні швидко організувати харчування великих груп. Прикладами таких мереж є McDonald's, KFC та інші. Водночас подібний формат не забезпечує збалансованого харчування, не підходить для довготривалого споживання, а для окремих категорій клієнтів може бути зовсім неприйнятним.

Незалежні ресторани відрізняються індивідуальністю, мають власну концепцію та унікальний імідж, орієнтований на гостей, які цінують персоналізоване обслуговування і звертають увагу на особливості локації, меню, сервісу, дизайну та стилю управління. Часто такі заклади спеціалізуються на стравах національної кухні. Завдяки високій якості сервісу й оригінальному меню вони є чудовим варіантом для обслуговування іноземних туристів і здатні задовольнити найвибагливіші смаки.

У структурі інфраструктурного забезпечення рекреаційної діяльності одне з провідних місць посідає транспортна система. Це питання охоплює організацію транзитних перевезень, функціонування залізничної мережі, розвиток автомобільних магістралей, а також повітряного, морського й річкового транспорту.

Україна володіє розгалуженою мережею автомобільних шляхів і

залізниць, а також системою аеропортів, річкових і морських портів. Авіаційний, автомобільний, залізничний, річковий і морський транспорт у змозі забезпечити переміщення туристів, причому деякі види транспорту мають навіть резерв потужностей.

Транспортні маршрути країни повинні відповідати міжнародним стандартам, забезпечуючи швидкі, безпечні, надійні й комфортні перевезення. Саме транспорт виступає першою ланкою в обслуговуванні туристичного потоку, що прибуває до України з-за кордону.

Транспортна інфраструктура України до початку війни включала 54 залізничні вокзали, серед яких 18 мали статус міжнародних, а чотири з них обслуговували понад 300 тисяч пасажирів щодня. Крім того, в країні функціонували 27 міжнародних аеровокзалів і 17 міжнародних автовокзалів. У порівнянні з країнами «великої вісімки» та іншими високорозвиненими державами Україна вирізнялася значною перевагою – високою пропускнуою спроможністю залізничного транспорту в розрахунку на одну особу.

Авіаційна галузь України налічувала 27 міжнародних аеропортів, проте лише чотири з них фактично спроможні забезпечувати пасажиропотік понад 1 млн осіб на рік. Такий показник є недостатнім для потреб держави, адже, наприклад, річна пропусчна спроможність аеропорту «Бориспіль» сягає приблизно 25 мільйонів пасажирів.

Автомобільний сектор транспортних перевезень в Україні також має низку суттєвих проблем. Насамперед експерти відзначають україн незадовільний стан дорожнього покриття – один із найгірших у Європі. Попри наявність 11 транснаціональних транспортних коридорів і 17 міжнародних автовокзалів, загальний рівень автомобільної інфраструктури залишається низьким саме через якість доріг. Крім того, понад половина автоперевізників використовують застарілі або технічно ненадійні транспортні засоби, що призводить до затримок: приблизно кожен п'ятий офіційний внутрішній рейс

запізнюється через технічні несправності автомобіля.

Важливим елементом інфраструктури є також мережа прикордонних переходів із сусідніми державами, її розширення та належне сервісне облаштування.

Розвиток туризму неможливий без ефективної системи зв'язку й комунікацій, роботи різних сервісних служб, належного рівня громадського харчування та побутових послуг, а також організації культурно-розважальної діяльності.

Окремою актуальною проблемою для України залишається забезпечення якісного водопостачання та каналізації, особливо в населених пунктах, де розташовані рекреаційні центри.

Туристична привабливість території значною мірою визначається станом матеріально-технічної бази туристичних підприємств, розгалуженістю та різновидом їхньої мережі, а також якістю й різноманіттям послуг, які вони пропонують відвідувачам.

Соціальна інфраструктура охоплює заклади громадського харчування, охорони здоров'я, установи відпочинку, культурні об'єкти та засоби розміщення туристів. З огляду на те, що за рівнем фінансування туристична галузь України посідає лише 14-е місце серед 21 сфери, розвиток соціальної інфраструктури є недостатнім і значно відстає від стандартів європейських країн.

За оцінками експертів, лише сім українських міст – Київ, Одеса, Харків, Львів, Дніпро, Вінниця та Чернівці – наразі можна вважати повністю готовими до прийому туристів, надаючи весь спектр необхідних послуг.

Залежно від профілю, музеї поділяються на природничі, історичні, художні, архітектурні, літературні, музичні, театральні та інші. В Україні їхня мережа досить розгалужена: функціонує 485 таких закладів, а кількість експонатів основного фонду сягає 11,2 млн одиниць. Особливий інтерес для

іноземних туристів становлять історичні, художні, етнографічні та природничі музеї, що демонструють культуру та довкілля країни – їх нараховується 223. Найпоширенішими залишаються краєзнавчі музеї (155 закладів), які здебільшого мають локальне значення. Також увагу іноземців привертають нестандартні музеї, де зберігаються унікальні та незвичайні колекції.

Найбільше музеїв у довоєнний період було в м. Київ, Кіровоградській, Полтавській, Чернігівській та Харківській областях. Найбагатші музейні фонди знаходилися в м. Києві, Львівській області й та Криму.

У туристичній індустрії існує широкий спектр завдань, для розв'язання яких необхідна значна та постійно зростаюча кількість фахівців різних напрямів. Близько 700 коледжів і університетів у світі здійснюють наукові дослідження, спрямовані на глибше розуміння явища туризму. Обсяги й форми державних інвестицій у туристичну сферу визначаються тим, яке місце відводиться туризму в національній економіці. У більшості країн саме держава відіграє ключову роль у фінансуванні та розвитку інфраструктури, необхідної для функціонування туристичної галузі.

Оскільки туризм є капіталомісткою сферою, формування розвиненої туристичної інфраструктури потребує значних матеріальних та фінансових ресурсів. Для того щоб залучення іноземних інвестицій у розвиток туризму позитивно позначалося на економіці регіону чи країни, будівництво та подальша експлуатація туристичних центрів мають відбуватися у тісній взаємодії з місцевою економікою. Це передбачає застосування державних механізмів впливу на іноземних інвесторів, зокрема встановлення вимог до «робочих характеристик» їхніх капіталовкладень.

Єдиним реальним шляхом подолання системних проблем у сфері туризму та курортів є впровадження стратегічно спрямованої державної політики. Її ключовим завданням має стати визначення туризму як одного з провідних національних пріоритетів, створення ефективних економіко-правових

інструментів для розвитку туристичного бізнесу, запровадження дієвих механізмів інвестування в туристичну інфраструктуру та реалізація інформаційно-маркетингових заходів, спрямованих на формування позитивного туристичного іміджу України.

Повоєнний розвиток туризму в Україні буде стримуватися низкою проблем. Багато туристичних компаній регіону орієнтуються переважно на високоприбуткові виїзні напрямки, тоді як правові й економічні умови для розвитку внутрішнього туризму досі недостатньо врегульовані. Не сформовано і привабливий туристичний імідж країни, а значна частина туристичних ресурсів вивчена поверхово або взагалі не ідентифікована. Статистичний облік ключових показників туристичного ринку також залишається недосконалим.

Інфраструктура внутрішнього туризму потребує суттєвого вдосконалення, адже вартість її використання часто значно завищена. Низьким є і рівень професійної підготовки працівників туристичної галузі. В Україні бракує сучасних автошляхів, що поєднують області між собою, а на наявних маршрутах спостерігається значний дефіцит сервісних об'єктів. Регіони, які приймають транзитних або круїзних туристів, отримують мінімальні доходи від цих перспективних напрямів.

Проблему інфраструктурного розвитку можливо вирішити лише за умов масштабного інвестування в її модернізацію, зокрема за активної участі центральних і місцевих органів влади. Реальні результати можливі лише у межах загальної стратегії економічного відновлення та зростання країни.

Далі розкриємо стан інфраструктури сфери туризму в Полтавській області.

2.3. Аналіз стану інфраструктури сфери туризму в Полтавській області

Полтавська область знаходиться в центральній частині України. Її територія майже повністю лежить у межах Придніпровської низовини, на лівому березі басейну річки Дніпро. Загальна площа області становить 28,8 тис. км², що дорівнює приблизно 4,8% території країни. Розвиток інфраструктури в області визначається низкою основних нормативних документів, до яких належать:

1. Стратегія розвитку Полтавської області на 2021-2027 роки [135].
2. Програма утримання та розвитку автомобільних доріг загального користування місцевого значення на 2024 – 2028 роки [117].
3. Обласна програма «Питна вода Полтавщини» на 2022-2026 роки [100].
4. Програма підтримки об'єднань співвласників багатоквартирних будинків м. Полтави на 2020-2025 роки [114].
5. Регіональна цільова програма охорони довкілля, раціонального використання природних ресурсів та забезпечення екологічної безпеки з урахуванням регіональних пріоритетів Полтавської області на 2022-2027 роки («Довкілля – 2027») [124].
6. Програма поводження з твердими побутовими відходами у м. Полтава на 2021-2025 роки [115].
7. Комплексна програма соціального захисту населення Полтавської області на 2021-2025 роки [56].
8. Програма розвитку туризму і курортів у Полтавській області на 2021–2025 роки [116].

В області ефективно функціонують 14 туристичних маршрутів. Разом із традиційними історичними, пізнавальними, етнографічними та паломницькими напрямками є потреба у розвитку нових туристичних продуктів. Маркетингові дослідження свідчать, що кожен туристичний субрегіон середнього рівня

приваблює найбільше відвідувачів із трьох сусідніх областей. Для Полтавщини такими є Харківська, Київська та Сумська області [116].

У Полтавській області курортно-туристична інфраструктура охоплює 12 санаторно-курортних закладів, 9 рекреаційних зон та понад 120 об'єктів розміщення. У районах діють 74 садиби сільського зеленого туризму. Також в області функціонує 146 музеїв різних форм власності. Водночас у регіоні все ще бракує цілісного та конкурентоспроможного туристичного продукту, головною причиною чого є недостатньо ефективного використання наявного туристичного потенціалу території [116].

Полтавська область у сфері туризму навіть зараз набирає обертів щодо подальшого розвитку свого потенціалу в цій діяльності, що дає можливість і далі генерувати значний інтерес як вітчизняних, так і іноземних туристів до туристичних магнітів регіону. І нині популярними видами туризму за метою подорожі на Полтавщині є: - культурно-пізнавальний туризм; - лікувально-оздоровчий туризм; - сільський «зелений» туризм; - подієвий (фестивальний) туризм; - активний (VELO) туризм; - шкільний туризм. Окреме місце у розвитку туристичної галузі займає соціальна складова [116].

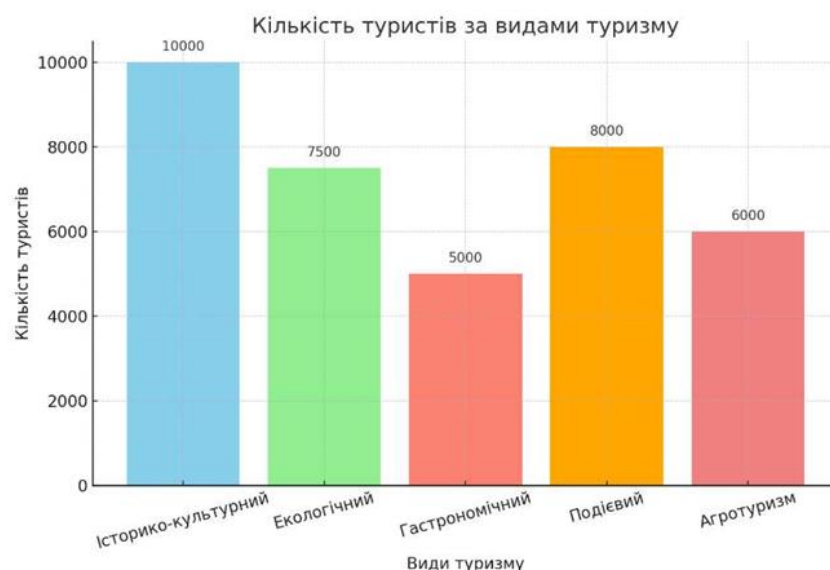


Рис. 2.3.1 Найпопулярніші види туризму в регіоні, за [116]

Стратегічним напрямом розвитку туризму в Полтавській області може стати активне просування природного туризму, оскільки саме цей сегмент має значний потенціал для залучення нових відвідувачів і створення додаткових можливостей для економічного зростання регіону.

Полтавська область відіграє значну роль у структурі транспортного комплексу України. Так, займаючи 4,8% території України, на якій проживає лише 3,3% населення країни, частка Полтавщини у структурі транспорту характеризується наступними показниками: за експлуатаційною довжиною залізничних колій загального користування – 3,9%, за довжиною автомобільних доріг з твердим покриттям – 5,4%, за вантажооборотом автомобільного транспорту – 5%.

На території Полтавщини функціонують всі (за винятком морського) види транспорту - залізничний, автомобільний, річковий, трубопровідний, повітряний. Здійснюючи вантажні і пасажирські перевезення, окремі види транспорту взаємодіють між собою, формуючи транспортну систему. Провідне місце у перевезенні вантажів в області належить трубопровідному і залізничному транспорту, в перевезенні пасажирів – автомобільному, електричному і залізничному транспорту.

Експлуатаційна довжина залізничних шляхів у межах області протягом останніх років залишається незмінною й становить 853,4 км. Середня густота залізниць – 2,96 км на 100 км² (для України цей показник становить 308 км). Перевезення здійснюються як тепловозною, так і електричною тягою. Щороку залізницею в області користуються приблизно 16,6 млн пасажирів.

У 2025 році протяжність мережі автомобільних доріг загального користування Полтавської області становила 8 875,5 км, з яких 890,9 км – дороги державного значення, а 7 984,6 км – дороги місцевого значення. На мережі автомобільних доріг знаходиться 571 мостова споруда, загальною довжиною 20,029 км. Індекс розвитку транспортної підсистеми складає 1,0482

[49].

Судноплавні річки Полтавщини – Дніпро, Сула та Ворскла – створюють сприятливі умови для розвитку річкового транспорту. Транспортні маршрути проходять по Дніпру, по Сулі – від гирла до пристані Тарасівка, а по Ворсклі – від гирла до міста Кобеляки. Річковий транспорт області переважно використовується для перевезення народногосподарських вантажів, основний їх обсяг припадає на Дніпро. Ключовим центром організації річкових перевезень є Кременчуцький річковий порт.

Полтавська область входить до десятки найпопулярніших регіонів України за рівнем впізнаваності туристичних брендів і місць відпочинку, що відкриває значні можливості для активного розвитку туризму. На її території функціонує 12 санаторіїв (6 % їх загальної кількості в Україні) та налічується 337 територій і об'єктів природно-заповідного фонду, серед яких 151 заповідник (18 – загальнодержавного значення), 117 пам'яток природи (1 – державного значення), дендропарк, 18 парків-пам'яток садово-паркового мистецтва, 3 регіональні ландшафтні парки та 49 заповідних урочищ.

За даними Державної служби статистики України, станом на 2020 рік туристичні послуги в Полтавській області надавали 107 суб'єктів туристичної діяльності, серед яких 16 туроператорів та 91 турагент. За офіційною статистикою, кількість обслужованих туристів становила 19 032 особи, з яких 17 884 виїжджали за кордон, а внутрішнім туризмом скористалися 973 особи. Обсяг наданих туристичних послуг за цей період оцінювався в 3 758,4 тис. грн. Водночас експерти зазначають, що ці дані можуть бути неточними [116].

На території Полтавської області зареєстровано приблизно 219 суб'єктів господарювання, серед яких юридичні та фізичні особи, що надають послуги громадського харчування (ресторани, кафе, бари тощо). Проте лише близько 30% із них відповідають високим стандартам якості обслуговування та можуть розглядатися як пріоритетні для обслуговування туристів [116].

У регіоні діє понад 70 закладів розміщення, 74 садиби зеленого туризму та 15 центрів активного відпочинку. Проте близько 80% із 74 садиб сільського «зеленого» туризму потребують дооблаштування санітарних вузлів, утеплення приміщень та оновлення фасадів [116]. Індекс розвитку рекреаційної підсистеми складає 1,1952 [49].

У Полтавській області реалізується комплексний підхід до зміцнення здоров'я населення, профілактики та раннього виявлення хвороб, а також контролю за їх перебігом і запобіганням негативним наслідкам. Здійснюються заходи з підвищення рівня добробуту громадян та формування ефективної системи медичного обслуговування, яка забезпечує загальне охоплення доступною, якісною й безпечною медичною допомогою.

Водночас, попри наявність численних програм і ініціатив, Полтавська область посідає останні місця у відповідних рейтингах, що пов'язано, зокрема, зі зменшенням планової потужності амбулаторно-поліклінічних закладів та недостатнім рівнем забезпечення лікарями.

Пропонується сформувати кластер стоматологічного туризму та об'єднати реабілітаційні установи Полтавської області в єдину мережу. Оскільки 60–70% відвідувачів становлять особи, які не проживають у Полтаві, вони фактично є потенційними споживачами послуг розміщення, харчування та організації дозвілля поза часом лікування.

Таким чином, потенційний кластер стоматологічного туризму зможе щоденно обслуговувати близько 804 осіб. Очікуваний результат – зростання туристичного потоку та підвищення обсягів надання супутніх, немедичних послуг, що упродовж року може сягати приблизно 250 тис. клієнтів. Індекс розвитку медичної підсистеми складає 0,8900 [49].

Важливими закладами культури обласного рівня є Полтавська обласна філармонія та Полтавський краєзнавчий музей – національні пам'ятки містобудування і архітектури України, що занесені до Державного реєстру

національного культурного надбання. Загальний рейтинг області наведений у табл. 2.3.1.

Таблиця 2.3.1

Розраховані індекси розвитку інфраструктури Полтавської області [48]

Складові інфраструктури (підсистема)	Індекс	Значення індексу	Рейтинг
Транспортна підсистема	ІРт.с.	1,0482	2
Підсистема зв'язку	ІРс.з.	1,0881	13
Екологічна (природоохоронна) підсистема	ІРп.с.	1,9072	1
Рекреаційна підсистема (туризм)	ІРр.с.	1,1952	8
Підсистема житлово-комунального господарства	ІРс.жкг	1,4642	12
Освітня підсистема	ІРо.с.	0,8218	22
Медична підсистема	ІРм.с.	0,8900	22
Підсистема соціального забезпечення	ІРс.с.з.	0,7824	22
Культурна підсистема	ІРк.с.	1,0425	7
Інтегральний індекс динаміки розвитку інфраструктури	ІРінф.	1,0954	10

Інтегральний індекс розвитку інфраструктури Полтавської області становить 1,0954, що свідчить про те, що регіон, як і за більшістю інших показників, займає середні позиції у загальнонаціональному рейтингу.

Органам влади області варто приділити особливу увагу розвитку трьох ключових інфраструктурних компонентів – медичної, освітньої сфер та системи соціального захисту населення. Існує значний ризик, що неефективна реалізація реформи децентралізації може призвести до подальшого погіршення ситуації.

Інфраструктура туристичної галузі включає комунікації, транспортні послуги, інженерні споруди, дорожню мережу та суміжні підприємства туристичної індустрії, які забезпечують доступ туристів до туристичних ресурсів, їх ефективне використання, а також стабільне функціонування сфери туризму. Таким чином, інфраструктура туризму охоплює широкий спектр елементів – від спеціалізованих туристичних установ і підприємств до служб зв'язку, торгівлі, дорожнього та комунального господарства, що разом

формують основу туристичної індустрії.

Важливою складовою ефективного функціонування туристичної інфраструктури є об'єкти дозвілля. Слід зазначити, що наявності інфраструктури, призначеної виключно для туризму, недостатньо; її слід розглядати у ширшому контексті. Основні елементи такої інфраструктури мають виконувати не лише рекреаційну функцію, а й виступати ключовим чинником розвитку всього соціально-економічного життя регіону. Таким чином, можна виділити два основні типи інфраструктури: загальну та туристичну.

Загальна інфраструктура включає всі елементи, які функціонують незалежно від туристичного потоку: засоби зв'язку, комунікації підприємств торгівлі та культури, об'єкти комунального господарства. У багатьох випадках вона також задовольняє потреби туристів, проте для ефективного розвитку туризму необхідне додаткове формування спеціалізованої туристичної інфраструктури.

Водночас інфраструктуру туристичної індустрії не слід розглядати як окрему економічну сферу, яка не має зв'язку з іншими видами бізнесу. Хоча вона за певними ознаками відрізняється від інших галузей, це не може слугувати підставою для її ізоляції від загальної управлінської практики та процедур, що застосовуються в інших секторах економіки.

Основними напрямками реалізації туристичної програми є впровадження державної політики у сфері туризму та курортної діяльності на території області, оптимізація системи управління туристичною галуззю, створення сприятливого середовища для розвитку туризму, застосування інноваційних підходів до управління, організація просвітницької діяльності.

Реалізацію державної політики в галузі туризму на території Полтавської області здійснює департамент культури і туризму облдержадміністрації.

В області створена мережа туристичних інформаційних центрів,

основною функцією яких є надання оперативної інформації про наявні туристичні, екскурсійні та курортно-рекреаційні послуги, інформації про заклади розміщення, харчування, поширення рекламно-інформаційної продукції. Велике значення для збільшення притоку туристів має просування обласного туристичного продукту на внутрішньому та міжнародному ринках.

Розвиток інфраструктури залишається однією з найперспективніших галузей для Полтавщини.

Таким чином, проведений аналіз свідчить про те, що, попри значний туристично-рекреаційний потенціал Полтавщини, туристична інфраструктура регіону функціонує неефективно. Основною проблемою її подальшого розвитку залишається підвищення якості обслуговування та розширення асортименту туристичних послуг.

Важливим напрямом є налагодження активної співпраці з національними туроператорами з метою включення полтавських історико-культурних маршрутів до загальноукраїнських туристичних програм. Полтавщина може запропонувати спеціальні пакети для туристичних агентств, зокрема тури «вихідного дня» та тематичні маршрути, які поєднуюватимуть відвідування кількох історичних об'єктів із зупинками в місцевих закладах розміщення та харчування.

Крім того, доцільно вибудувати партнерські відносини з українськими та міжнародними онлайн-платформами для просування пакетних турів, що охоплюватимуть культурно-історичні пам'ятки Полтавської області.

Не менш важливим є залучення інвесторів і розвиток туристичної інфраструктури. Місцева влада має створювати сприятливі умови для приватних інвесторів, зацікавлених у благоустрої історичних об'єктів та прилеглих територій, зокрема у створенні кафе, зон відпочинку, сувенірних крамниць і інших сервісних точок поблизу туристичних локацій. Надання державних субсидій та податкових пільг таким ініціативам стимулюватиме

бізнес, підвищуючи інвестиційну привабливість туристичної сфери та сприяючи зростанню туристичного потоку в регіоні.

Важливою умовою розвитку природного туризму є створення належної інфраструктури, що гарантуватиме комфорт і безпеку відвідувачів – облаштування туристичних стежок, пікнікових майданчиків та зон відпочинку на території парків. Окрім цього, слід удосконалювати транспортну інфраструктуру, аби забезпечити зручний і швидкий доступ до природних туристичних локацій.

Основним вектором розвитку туристичної інфраструктури Полтавської області має стати поетапне вдосконалення території на основі відновлення історичної забудови та формування системи обслуговування, орієнтованої як на туристів, так і на місцевих мешканців. Туристична інфраструктура повинна підтримувати головну ідею – збереження унікального історичного середовища регіону, його автентичності та реновації цінних історичних об'єктів.

Впровадження заходів Програми [113] сприятиме розвитку наявної туристичної інфраструктури Полтавської області, забезпечить комплексний поступ туристичної галузі та стимулюватиме диверсифікацію регіонального туристичного продукту. Це також дозволить підвищити якість туристичних послуг і залучити додаткові інвестиції у сферу туризму.

Очікуваними результатами реалізації програми є:

- зростання обсягів надання туристичних та супутніх послуг;
- збільшення туристичного потоку в область;
- активізація інвестицій у туристично-рекреаційну галузь;
- створення нових робочих місць у сфері туризму та суміжних напрямках;
- збільшення надходжень до бюджетів усіх рівнів;
- соціально-економічний розвиток місцевих громад;
- зростання кількості заходів, спрямованих на розвиток туризму, та підтримка відповідних ініціатив.

Розвиток туризму в Полтавській області має значний потенціал для створення нових робочих місць, збільшення доходів та забезпечення соціально-економічного зростання всього регіону. Проте для реалізації цього потенціалу необхідна скоординована взаємодія між державними інституціями, місцевою владою, бізнесом і громадським сектором.

Ефективний розвиток туристичної сфери в області потребує комплексного підходу та активної участі всіх зацікавлених сторін. Важливим завданням є залучення інвестицій, спрямованих на вдосконалення інфраструктури та просування регіону як туристичної дестинації. Необхідно проводити маркетингові дослідження та реалізовувати промоційні кампанії, щоб привертати увагу потенційних відвідувачів і формувати позитивний імідж Полтавщини як привабливого туристичного регіону.

Таким чином, Полтавська область посідає одне з провідних місць в Україні за потенціалом розвитку туризму, що зумовлено вдалим географічним розташуванням, різноманітними природними умовами та значним історико-культурним надбанням. Проте сучасний стан туристичної сфери регіону поки що не відповідає актуальним стандартам і не забезпечує повного використання наявних можливостей як у кількісному, так і в якісному вимірах. На наш погляд, першочерговим завданням розвитку туризму в Полтавській області має стати посилення державної підтримки щодо формування та модернізації туристичної інфраструктури, адже саме її ефективний розвиток є визначальним для забезпечення комфорту та задоволення потреб відвідувачів.

Наступним кроком буде висвітлення приклади інноваційних проектів у розвитку повоєнної інфраструктури України.

РОЗДІЛ 3

ПЕРСПЕКТИВИ ТА ШЛЯХИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ІНФРАСТРУКТУРИ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

3.1. Інноваційні проекти у розвитку повоєнної інфраструктури України

Інновації в туризмі це комплексні заходи з принципово новими властивостями, які спричиняють позитивні зміни та забезпечують стабільне функціонування й подальший розвиток туристичної галузі в регіоні. Зокрема, створення та впровадження туристичних проєктів, навіть якщо вони на початковому етапі не приносять значного прибутку, здатні стимулювати туристичну активність, сприяти появі нових робочих місць і підвищенню рівня доходів населення.

Підвищення якості українських туристичних послуг до рівня європейських стандартів, модернізація туристичної інфраструктури та транспортних маршрутів у повоєнний період могли б суттєво прискорити розвиток національного туризму й залучити більше відвідувачів як з України, так і з сусідніх країн. У свою чергу, такі кроки сприяли б зростанню інвестиційної привабливості туристичного сектору держави.

За даними 2019 року, Україна посіла 78 місце за індексом конкурентоспроможності подорожей і туризму за версією експертів Всесвітнього економічного форуму. Зокрема, країна отримала такі показники: 48 – за рівнем розвитку людських ресурсів та ринку праці, 55 – за забезпеченістю історико-культурними ресурсами, 65 – за рівнем туристичного сервісу, 71 – за рівнем авіаційної інфраструктури, 77 – за розвитком наземного транспорту та портової інфраструктури, 103 – за розвитком ділового середовища, 92 – за пріоритетністю туризму як галузі, 114 – за екологічними умовами перебування туристів, 116 – за забезпеченістю природними ресурсами

[60].

Згідно зі статистичними даними Всесвітнього економічного форуму, найбільші проблеми України пов'язані із забезпеченням безпеки та захистом туристів (особливо у контексті українсько-російського конфлікту), а також із екологічною стійкістю та охороною природних ресурсів. Крім того, слід відзначити зниження позицій України у рейтингу інновацій у туристичному бізнесі: країна опустилася з 88 на 89 місце.

Звісно, під час війни показники туристичної галузі однозначно погіршилися. Проте підвищилася впізнаваність України, зросла зацікавленість її історією, культурою та туристичним потенціалом загалом, що без сумніву сприятиме розвитку туризму після завершення війни. Відновлення туристичної сфери можливе через реалізацію нових інвестиційних проєктів у галузі, що є перспективним напрямком євроінтеграції та важливим джерелом надходжень до державного бюджету.

Протягом років незалежності України працює значна кількість грантових програм у різних галузях. Реалізовані проєкти дозволяють наблизити економіку, інфраструктуру та суспільство України до європейських стандартів.

Систему співробітництва та інтеграції України з європейськими країнами в туристичній сфері можна умовно розділити на такі блоки: імплементація законодавчо-нормативної бази для функціонування туризму та готельного бізнесу; співпраця у формуванні туристичної інфраструктури, включно з реалізацією інвестиційних проєктів; надання фінансової та консультативної підтримки окремим проєктам; а також співробітництво в інформаційному забезпеченні розвитку галузі.

Аналіз статистичних даних у сфері інвестицій свідчить, що стан інвестиційного процесу в туризмі не відповідає вимогам сучасної економіки. На сьогодні державна підтримка в Україні практично не передбачає цільових інвестицій у розвиток туризму. Більш поширеною формою інвестування є

фінансова підтримка на місцевому або регіональному рівнях за рахунок місцевих бюджетів та приватного капіталу. Інфраструктурні проєкти, фінансовані з державного бюджету, часто виявляються недостатньо обґрунтованими та малоефективними, а частина з них залишається нереалізованою. У умовах війни не слід очікувати активної участі держави у таких проєктах.

Після завершення війни в Україні розпочнеться масштабна відбудова, а розвиток туристичної інфраструктури залишатиметься актуальним питанням по всій території країни. Досвід інших держав показує, що реалізація туристичних проєктів стимулює комплексний розвиток регіону.

Позитивним прикладом ефективності державних інвестицій у туристичну сферу є досвід урядів та муніципалітетів Бразилії. Протягом чотирьох років уряд цієї країни інвестував 8 млрд доларів у розвиток туристичної інфраструктури, покращення екологічного стану туристичних територій, охорону історичних об'єктів та архітектурних пам'яток. У результаті Бразилія стала привабливою для інвесторів у туристичній сфері: приватні інвестиції за рік досягли 6 млрд доларів, а доходи від туристичної галузі становили 31,9 млрд доларів [60].

Прикладом успішного інвестиційного проєкту в Україні є туристичний комплекс «Буковель», який є масштабним вкладенням у галузь туризму. Такі проєкти сприяють не лише розвитку туристичної інфраструктури в безпосередній локації, але й стимулюють розвиток суміжних територій, забезпечуючи економічний і значний соціальний ефект для місцевого населення. Проте подібні проєкти у сфері туризму залишаються поодинокими.

Навіть у умовах війни в Івано-Франківській області відбувається розвиток елементів туристичної інфраструктури, здебільшого завдяки реалізації малих інвестиційних проєктів приватних інвесторів. Це підтверджується такими показниками, як кількість готелів, рекреаційних закладів і приватних зелених

садиб, а також загальна чисельність суб'єктів туристичної діяльності [60].

Відомо, що туризм є постійним та інтенсивним користувачем природних ресурсів. Внаслідок будівництва та функціонування готельно-відпочинкових комплексів скорочуються площі природних ландшафтів, вони зазнають змін, а навколишнє середовище піддається забрудненню. Оскільки сприятливий екологічний стан туристичних дестинацій є цінним ресурсом із визначеною споживчою вартістю, розвиток туризму загалом можливий лише з урахуванням екологічних факторів.

Зокрема, туристична діяльність в Україні, особливо після війни, має здійснюватися на основі сталого розвитку дестинацій. Це передбачає інтеграцію екологічної складової у економічну сферу туристичної діяльності та розробку таких економічних механізмів, які дозволяти б мінімізувати негативний вплив туризму на навколишнє середовище. У цьому контексті напрямок сталого та екологічно орієнтованого розвитку є перспективним для проєктної діяльності у туризмі.

Інвестиційна діяльність у туризмі буде ефективною за умови впровадження туристичних інноваційних технологій, які розглядаються як системні заходи з якісною новизною, що спричиняють позитивні зміни у процесі туристичної діяльності, підвищують конкурентоспроможність і забезпечують сталий розвиток туристичної галузі та ефективну реалізацію стратегії розвитку.

Серед основних напрямів інноваційної діяльності в туризмі виділяють:

1. Продуктові інновації, спрямовані на зміну споживчих властивостей туристичного продукту, його позиціонування та створення конкурентних переваг. Вони виконують такі функції:

- модифікація існуючих або створення принципово нових туристичних продуктів;

- освоєння нових сегментів туристичного ринку та туристично-

рекреаційних територій;

- залучення додаткових ресурсів до туристичного сегменту.

2. Технологічні інновації, які передусім стосуються використання нових інформаційних та комунікаційних технологій, а також сучасної техніки при наданні традиційних туристичних послуг. Це включає автоматизацію діяльності туристичних організацій, застосування електронних комунікацій, інтернет-систем, глобальних систем бронювання турів, електронної комерції тощо.

3. Технічні інновації, пов'язані з підвищенням комфорту перебування клієнтів у закладах гостинності, новими інженерно-технічними рішеннями в готелях, ресторанах і транспорті. Вони дозволяють підприємствам підвищувати конкурентоспроможність на ринку послуг.

4. Організаційні інновації, які особливо важливі для трудомістких підприємств сфери туризму, таких як готелі, та сприяють підвищенню ефективності їхнього функціонування.

Такі інновації пропонують нові форми та методи управління для суб'єктів туристичної діяльності і забезпечують ефективне керування туристичною індустрією. Вони включають удосконалення організаційної структури управління, перегляд ролі та функцій управлінських органів, зміну підходів до системи управління тощо.

У сучасних умовах жорсткої конкуренції особливе значення для туристичної галузі має маркетингова діяльність. Маркетингові інновації у сфері туризму передбачають впровадження нових методів і способів маркетингу та реклами туристичних продуктів, а також проведення заходів, спрямованих на формування позитивного іміджу України як туристично привабливої держави на міжнародній арені.

Прикладом реалізованих інноваційних проєктів можна навести Івано-Франківську область. Зокрема, це відновлення історичного корпусу в Палаці Потоцьких та створення високотехнологічної STEM-лабораторії у просторі

«Промприлад. Реновація», що фінансується за кошти Європейського Союзу.

Крім того, низка інвестиційних програм у сфері туризму Івано-Франківської області підтримується різними закордонними фондами та банками, зокрема Європейським банком реконструкції та розвитку, Фондом підтримки малого та середнього підприємництва, а також деякими благодійними організаціями.

У рамках цих інвестиційних програм основна увага приділяється підготовці та підвищенню кваліфікації кадрів, проведенню спеціалізованих конференцій, симпозіумів, семінарів та інших заходів. Так, у 1999–2001 рр. в Івано-Франківській області реалізовувався проєкт TESIS «Підтримка місцевого розвитку та туризму Карпатського регіону» із вартістю 1,5 млн євро. З 2002 року в області діяв новий проєкт TESIS «Збереження навколишнього середовища та розвиток сільського, зеленого та екотуризму» вартістю 1,4 млн євро.

Проте цільове фінансування капіталомістких проєктів за рахунок цих джерел практично не здійснювалося. Проєктна діяльність зосереджувалася на дослідженні ресурсного потенціалу, формуванні інформаційної бази для розвитку туризму, підготовці фахівців та виданні навчальної літератури.

Дослідження проєктної діяльності у сфері туризму проводилося за даними Департаменту міжнародного співробітництва та євроінтеграції громад Івано-Франківської ОДА. За результатами аналізу виявлено, що у період 2018–2023 рр. було реалізовано 17 міжнародних проєктів, спрямованих на популяризацію історико-культурної спадщини та промоцію нових туристичних маршрутів у рамках програм прикордонного співробітництва «Румунія–Україна» та «Угорщина–Словаччина–Румунія–Україна».

Основні напрями реалізації міжнародного проєкту «Розвиток транскордонного співробітництва щодо популяризації об'єктів історичної та культурної спадщини на транскордонній території Румунії та України» (2021–

2023 рр.) включають реконструкцію Геологічного музею ІФНТУНГ, а також просування 50 історичних і культурних об'єктів Івано-Франківської області (Україна) та 50 туристичних об'єктів у Сучавському повіті (Румунія).

Проект також передбачає створення рекламної продукції, відеороликів, віртуальних 3D-турів та проведення лазерного сканування цих об'єктів. Ці заходи спрямовані на дослідження та оцінку стану історико-культурних об'єктів науковцями, а також на ухвалення відповідних управлінських рішень для їх збереження та популяризації [125].

Проект «Назад до наших спільних коренів» (ROOTS) реалізовувався в рамках програми прикордонного співробітництва «Румунія–Україна» у період 2020–2023 рр. Метою проекту було оснащення Музею зброї програмним забезпеченням та сенсорними дошками на території об'єкта історико-культурної спадщини Палацу Потоцьких, а також проведення двох фестивалів культурного різноманіття в містах-партнерах – м. Ботошані (Румунія) та м. Івано-Франківськ (Україна). Загальний бюджет реалізації проекту в Івано-Франківській області склав 318 987,72 євро [118].

У період 2018–2022 рр. реалізовувався проект «Світ карпатських розет – заходи із збереження унікальності культури Карпат», виконавцем якого була Асоціація промоції та розвитку Підкарпаття «Pro Carpathia» (Підкарпатське воєводство, Польща). Загальна вартість проекту становила 1 543 329,05 євро, зокрема грант для Івано-Франківської області – 331 028,00 євро.

Міжнародний проект «Карпатський культурний шлях» реалізовувався громадською організацією «Асоціація економічного розвитку Івано-Франківщини» (АЕРІФ) у партнерстві з Центром розвитку малого та середнього бізнесу Марамуреського повіту (Румунія) та Івано-Франківським національним технічним університетом нафти і газу (Україна) в рамках Програми транскордонного співробітництва «Угорщина–Словаччина–Румунія–Україна» (2021–2023 рр.).

Основна мета проєкту – підтримка валоризації культурно-історичної спадщини в Карпатському єврорегіоні шляхом розвитку та просування Карпатського культурного шляху як інтегрованого туристичного продукту культурної спадщини у транскордонних регіонах Румунії та України [88]. У результаті реалізації проєкту створено новий туристичний маршрут, який охоплює 40 найвизначніших та найцікавіших об'єктів історико-культурної спадщини Івано-Франківської та Закарпатської областей (Україна) і повіту Марамуреш (Румунія). Серед цих об'єктів 11 внесені до списку всесвітньої спадщини ЮНЕСКО. Загальна довжина маршруту становить 822 км.

Крім того, у межах проєкту на 10 локаціях, зокрема на території національного заповідника «Давній Галич» та Геологічного музею ІФНТУНГ, встановлено цифрові інформаційні панелі, що надають детальну інформацію про туристичні об'єкти маршруту.

Що стосується структури проєктів у Івано-Франківській області, то найбільша частка (53%) присвячена просуванню туристичних продуктів для популяризації історико-культурної спадщини, інфраструктурні проєкти складають 29%, освітні – 12%, а дослідження історико-культурної спадщини – 6% від загальної кількості проєктів [60].

Таким чином, аналіз реалізованих проєктів у туристичній галузі протягом останніх п'яти років на прикладі Івано-Франківської області показав, що у грантовому фінансуванні переважають проєкти, спрямовані на просування туристичних продуктів для популяризації історико-культурної спадщини, інфраструктурні та освітні ініціативи, а також проєкти з дослідження історико-культурної спадщини [60].

Розуміння виключної ролі належної інфраструктури для розвитку туристичної діяльності в Україні визначає пріоритет у продовженні робіт із будівництва автомобільних магістралей, систем комунікацій та розвитку суміжних із туризмом галузей. Реалізація таких проєктів може здійснюватися

різними способами: через державно-приватне партнерство, за участю приватних інвесторів або за підтримки європейських спільнот.

Високий рівень туристичної інфраструктури сприятиме збільшенню туристичних потоків, а отже – надходжень до державного та місцевих бюджетів, підвищенню доходності та прибутковості підприємств, що надають туристичні послуги або послуги у суміжних із туризмом галузях. Усе це стимулюватиме регіональний розвиток і, як наслідок, сприятиме підвищенню рівня соціально-економічного розвитку України та її окремих регіонів.

Останній параграфі присвячено розгляду організаційно-економічних заходів відновлення та розвитку туристичної інфраструктури в Україні.

3.2. Організаційно-економічні заходи відновлення та розвитку туристичної інфраструктури в Україні

Організаційно-економічний механізм відіграє ключову роль в ефективному управлінні туристичною галуззю, оскільки забезпечує її рентабельність та підвищує конкурентоспроможність національної економіки загалом. Інвестиційну діяльність у сфері туризму доцільно оцінювати як у розрізі прямих вкладень, так і в сукупних обсягах фінансування, що включають інвестиції в суміжні та підтримувальні галузі.

Рекреаційно-туристична галузь України з початку повномасштабного вторгнення Росії зазнала значних негативних змін. Більшість провідних туристично-рекреаційних підприємств, а також представників середнього та малого бізнесу були змушені призупинити діяльність через низку несприятливих факторів. Повоєнне відновлення туристично-рекреаційної сфери має спиратися на комплексні стратегії, які не лише забезпечать її ефективний

розвиток, а й сприятимуть залученню туристичних потоків, що, у свою чергу, позитивно позначиться на наповненні бюджету [84].

Цей процес охоплює пристосування туристичних продуктів до нових умов, забезпечення сталого функціонування галузі та поєднання екологічних, соціальних і економічних складових. Особливо важливо розробити стратегії підтримки місцевих громад, залучення інвестицій, формування безпечної та інклюзивної інфраструктури, а також упровадження інноваційних технологій у туристичну сферу. Вартим уваги є й досвід держав, що успішно відновили туристичний сектор після криз, адаптувавши його до українських потреб. Лише комплексний підхід до визначення напрямів відновлення туристично-рекреаційних комплексів забезпечить формування конкурентоспроможної туристичної галузі, яка сприятиме економічному розвитку, культурному відродженню та міжнародній інтеграції України [84].

Бойові дії в Україні тривають, проте вже сьогодні вітчизняні науковці займаються розробкою стратегій, спрямованих на підвищення якості обслуговування, залучення туристів та зміцнення конкурентоспроможності українських туристичних закладів. Одним із головних завдань цих стратегій є збільшення надходжень до державного бюджету [93].

Серед низки викликів, з якими може стикнутися вцілілий бізнес у поствоєнний період, варто виділити такі [62]:

- фінансові обмеження, що ускладнюють відновлення готельно-рекреаційних закладів після тимчасового припинення діяльності;
- невідповідність національних стандартів стандартам ЄС;
- кадрові проблеми через масовий виїзд потенційних працівників за кордон у пошуках кращих умов;
- конкуренція на ринку готельно-туристичної інфраструктури;
- інфраструктурні виклики, зокрема проблеми логістики, обмежена комунікаційна мережа та втрата значної частини територій, придатних для

рекреаційного використання;

– політичні чинники, що суттєво впливають на міжнародні відносини, туристичний попит та інвестиційний клімат.

Однією з ключових стратегій післявоєнного відновлення рекреаційно-туристичного комплексу України є впровадження сучасних технологій замість застарілих рішень. Це не лише підвищить конкурентоспроможність галузі, а й спростить низку технічних процесів. Зокрема, використання штучного інтелекту та чат-ботів може частково замінити фізичну присутність персоналу, полегшивши комунікацію з клієнтами. Розробка спеціалізованих мобільних додатків дозволить швидко та зручно обирати напрямки відпочинку, здійснювати бронювання та уточнювати всі необхідні умови.

Поряд із технологічною модернізацією, туристичні об'єкти можуть використовуватися не лише за прямим призначенням, а й для проведення конференцій, виставок та інших масштабних заходів за участю іноземних гостей. Для ефективної організації таких подій слід підготувати спеціалізований персонал, який забезпечуватиме високий рівень обслуговування учасників, а також розробити партнерські програми з бізнес-організаціями та асоціаціями для залучення нових заходів і сприяння обміну знаннями та досвідом між українськими та закордонними учасниками [63].

Стратегія підвищення кваліфікації персоналу також має важливе значення у післявоєнний період. Інвестування в навчання фахівців сприятиме підвищенню якості обслуговування та відповідності сучасним стандартам індустрії гостинності. Особливу увагу слід приділяти не лише теоретичній підготовці, а й практичним навичкам, зокрема у сфері сервісу, забезпечення безпеки клієнтів та впровадження інноваційних технологій. У комплексі це дозволить забезпечити стабільність і конкурентоспроможність туристичного бізнесу.

В умовах післявоєнного відновлення важливо акцентувати увагу на

залученні молоді до туристичної сфери. Для цього слід підвищувати престиж професії та впроваджувати навчальні курси, орієнтовані на вивчення локальних туристичних особливостей і збереження культурної спадщини регіонів. Також необхідно реалізувати програми психологічної підтримки персоналу, що стає особливо актуальним у післявоєнний період [148].

Перспективи розвитку туризму в Україні після завершення війни визначаються кількома ключовими напрямками [65]:

- залучення більшої кількості туристів із використанням досвіду країн, які пережили військові конфлікти. Багато туристів цікавляться відвідуванням місць, пов'язаних із воєнними подіями. Історичні об'єкти дозволяють на власні очі оцінити наслідки руйнувань, героїчні місця спротиву та відновлення життя після катастрофи. Такі маршрути зберігають історичну пам'ять і формують унікальний культурний досвід, привабливий як для українських, так і для іноземних туристів. Відвідування локацій на кшталт Маріуполя, Ірпеня, Бучі чи острова Зміїний стане важливою складовою розвитку туризму, підкреслюючи трагічні сторінки історії та уроки мужності й відновлення. Популяризація цих напрямків сприятиме залученню фінансування на відновлення постраждалих територій і підтримці місцевих громад;

- наповнення фінансових фондів для відновлення країни та розробка спеціальних програм і стратегій відновлення інфраструктури та економіки, у тому числі через туристичну галузь. Для відновлення позицій України на міжнародному ринку туристичних послуг підприємствам важливо розробляти нові підходи у рекламі та просуванні продуктів, брендів і рекреаційних послуг. Серед таких підходів – створення системи ефективних взаємозв'язків для реалізації стратегічних завдань, правильна інтеграція яких підвищує ефективність діяльності підприємств. Також слід враховувати досвід країн, які опинилися в аналогічних ситуаціях і змогли відновити економіку, включно з

туризмом. Використання їхніх напрацювань дозволить Україні прискорити процес відновлення та забезпечити сталий розвиток туристичної галузі.

З огляду на це, перспективи повоєнного відновлення туристичної сфери в Україні базуються на кількох ключових напрямках:

1. розвиток різних видів туризму, зокрема ділового, освітнього, спортивного, медичного, зеленого, а також пов'язаного з воєнною тематикою;
2. розробка та впровадження програм підтримки суб'єктів туристичної діяльності на національному та міжнародному рівнях;
3. встановлення тісної співпраці з іншими країнами для спільного розвитку туристичної галузі;
4. стимулювання інтересу іноземних туристів до пам'ятних маршрутів і локацій, що стали символами повоєнного відродження;
5. впровадження інноваційних підходів у наданні туристичних послуг [65].

Для відновлення туристичної інфраструктури країни важливо спиратися на принципи сталого розвитку, що дозволить створити екологічну, ефективну та енергоощадну систему. Відновлюючи заклади гостинності, слід робити їх комфортними, енергоефективними, «зеленими» та інклюзивними. Це передбачає впровадження механізмів раціонального використання ресурсів і відповідального споживання та виробництва. Основними напрямками повоєнного відновлення туристичної сфери України мають стати: розвиток нових видів туризму, створення програм підтримки підприємців у сфері туризму та гостинності, підвищення зацікавленості іноземних туристів до пам'ятних маршрутів і символічних місць, пошук нових способів просування туристичних послуг, а також удосконалення туристичних і гостинних сервісів із урахуванням принципів сталого розвитку. Стратегічними цілями відродження туристичної галузі мають бути розширення інфраструктури туристичного обслуговування та забезпечення сталого розвитку туризму на всіх рівнях [69].

Стратегія сталого розвитку туризму передбачає інтеграцію принципів екологічної відповідальності у всі процеси туристичної діяльності. Вона дозволяє зберігати природні ресурси, мінімізувати екологічний вплив і забезпечувати довгострокову економічну стабільність. Оскільки багато рекреаційних комплексів зазнали руйнувань під час війни, важливим є впровадження «зелених» технологій для підвищення енергоефективності та зниження витрат на обслуговування.

Стратегія інвестицій та залучення міжнародної підтримки спирається на допомогу з боку світової спільноти рекреаційно-туристичній галузі України. Вона ефективна для швидкого відновлення туристичних комплексів. Залучення міжнародних партнерів також відкриває додаткові можливості для просування українських туристичних послуг на світовому ринку.

Стратегія розвитку нових видів туризму зосереджена на розширенні туристичних продуктів, зокрема військового, екологічного та культурного туризму. Вона є перспективною, оскільки привертає увагу не лише до традиційних напрямів, а й до тих, що з'явилися внаслідок війни.

Стратегія інфраструктурного відновлення, як одна з ключових стратегій для розвитку рекреаційно-туристичної галузі, зосереджується на відновленні та модернізації інфраструктури, включно з будівництвом нових доріг, логістичних зв'язків, а також ремонтом пошкоджених готелів і курортних зон. Вона має великий потенціал розвитку, оскільки дозволяє поєднати доступні туристичні об'єкти та створити комфортні умови для відпочинку. Оновлення інфраструктури сприятиме створенню нових робочих місць і залученню зовнішніх інвестицій.

Стратегія цифрової трансформації передбачає впровадження сучасних технологій у туристичний бізнес, аналогічних до тих, що використовуються у багатьох країнах світу. Онлайн-сервіси бронювання, застосування штучного інтелекту, чат-ботів та засобів віртуальної реальності для огляду рекреаційних

об'єктів підвищують ефективність і зручність надання туристичних послуг. Ця стратегія ефективна завдяки своїй доступності та здатності робити туристичні об'єкти більш привабливими.

Стратегія освіти та підвищення кваліфікації персоналу включає програми підготовки та навчання обслуговуючого персоналу. Її впровадження необхідне для підвищення якості обслуговування та підтримки високих стандартів у туристичному бізнесі. Одночасно ця стратегія сприятиме підвищенню ефективності розвитку галузі та формуванню конкурентних переваг на ринку рекреаційно-туристичних послуг.

Для розвитку ефективної туристичної індустрії необхідно формувати матеріально-технічну базу, зокрема будувати нові готельні комплекси, модернізувати наявні відповідно до світових стандартів і проводити реконструкцію історичних об'єктів, зокрема старовинних замків, які можуть успішно функціонувати як готелі.

Основою матеріально-технічної бази туризму є засоби розміщення, що забезпечують туристів тимчасовим житлом і надають побутові та інші послуги під час подорожей. Окрім основних послуг, заклади розміщення можуть пропонувати додаткові – медичні, для проведення ділових зустрічей, посередницькі, спортивні, банківські та інші.

Для організації туристичних подорожей із лікувальною метою заклади розміщення (санаторії, профілакторії, оздоровчі комплекси) мають бути обладнані спеціальним устаткуванням, оскільки спеціалізовані засоби розміщення, окрім надання тимчасового житла, виконують ще й додаткові профільні функції. Для прийому туристів, які прибувають на наукові симпозиуми, готелі повинні бути укомплектовані конференц-залами.

Відповідно до національного стандарту України [97] категорії готелів позначаються символом “*” (зірка), причому збільшення їх кількості свідчить про вищий рівень якості обслуговування. Окрім базових вимог до

функціонування готельного господарства, стандарт установлює, що готелі з категорії “три зірки” і вище повинні мати стаціонарно-аварійний генератор для забезпечення безперебійного електропостачання служб готелю, а також ліфт і кімнату для дозвілля.

Особливе значення надається обслуговуванню туристів з інвалідністю. У готелях будь-якої категорії має бути щонайменше один номер, адаптований до їхніх потреб. Крім того, у службі приймання повинно бути спеціально облаштоване місце для обслуговування гостей, які пересуваються на інвалідному візку.

Для побудови моделі оцінювання туристичної привабливості території необхідно визначити конкретні компоненти, за якими здійснюватиметься аналіз.

Основою функціонування туристичної галузі є туристичні ресурси, що охоплюють природні й антропогенні елементи та формують базовий рівень туристичної привабливості. Однак самих ресурсів недостатньо для її підвищення. Важливим чинником зростання туристичної привабливості регіону є розвиток матеріально-технічної бази, зокрема туристичної інфраструктури та належного інвестиційного забезпечення галузі. Наступний рівень привабливості забезпечується підтриманням високої якості довкілля в межах території. Як свідчать світові статистичні дані, найбільше приваблюють туристів регіони з позитивним іміджем, економічною стабільністю та мінімальними політичними ризиками.

Однією зі стратегій розвитку туристичної сфери є вдосконалення інфраструктури. Зокрема, це створення фінансового інституту підтримки туризму у формі фонду розвитку турбізнесу, який забезпечуватиме фінансування потреб галузі (збір статистичних даних, підготовка рекламних матеріалів, кредитування виставкової діяльності, підтримка пам’яток тощо); підготовка пропозицій щодо формування сучасної туристичної інфраструктури,

інтегрованої в міжнародні операторські, бронювальні та збутові системи; розроблення програм розвитку виробничої інфраструктури готельного господарства, зокрема з виробництва дрібнофасованої продукції для готелів і створення переробних потужностей в областях для забезпечення їх харчовими товарами; аналіз основних туристичних маршрутів і формування на цій основі цільових програм розвитку ресторанів, кафе та супутніх об'єктів (сувенірних крамниць, пунктів обміну валюти, інформаційних центрів); розроблення програм модернізації транспортних підприємств, що здійснюють перевезення туристів; а також підготовка комплексу заходів (податкових, адміністративних тощо), спрямованих на підтримку сертифікованих товарів і послуг на ринку.

У більшості країн світу туристична політика реалізується в межах програм регіонального економічного розвитку та спрямована на активізацію економічної діяльності у менш розвинених районах. Необхідність розвитку туристичної інфраструктури та ефективного управління нею розглядається як важливий соціальний процес.

Інфраструктура туризму має такі ключові властивості: цілісність, відносну стійкість і прямий вплив сучасного стану її елементів на показники розвитку туристичної галузі. Для забезпечення мобільного формату відпочинку, якого прагнуть сучасні туристи, потрібна повноцінна й збалансована система туристичної інфраструктури. Відсутність хоча б одного її елемента порушує цілісність системи та не дає змоги повністю задовольнити потреби туристів.

Таким чином, впровадження сучасних стратегій забезпечить комплексне відновлення туристичної інфраструктури України з урахуванням актуальних потреб та викликів післявоєнного періоду. Застосування принципів сталого розвитку сприятиме зміцненню екологічної стабільності та раціональному використанню рекреаційних ресурсів.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Дослідивши питання даної проблеми можна зробити наступні висновки:

1. Туризм виступає загально визнаним драйвером соціально-економічного та соціокультурного розвитку, адже його ефективне функціонування зумовлює низку позитивних ефектів: створення робочих місць, розвиток інфраструктури, збільшення доходів бюджетів різних рівнів, збереження культурної спадщини, культурне збагачення подорожуючих і відновлення їхніх духовних та фізичних сил.

2. Інфраструктура туризму – це комплекс споруд, інженерних і комунікаційних мереж, включно з телекомунікаційним зв'язком та дорогами, а також суміжні туристичні підприємства, що забезпечують нормальний доступ туристів до туристичних ресурсів, їх ефективне використання для цілей туризму і функціонування підприємств індустрії туризму.

3. Відповідність туристичних послуг здійснюється у встановленому законодавством порядку. Для підвищення якості туристичного обслуговування, сприяння свідомому вибору туристичних послуг споживачами, забезпечення рівних умов для суб'єктів туристичної діяльності, захисту прав і законних інтересів громадян, їх життя, здоров'я та майна.

4. Для багатьох країн міжнародний туризм є провідною статтею експорту послуг, вагомим джерелом валютних надходжень і важливим стабілізаційним чинником у формуванні державних бюджетів та фінансово-кредитних взаємин.

5. Проблему інфраструктурного розвитку можливо вирішити лише за умов масштабного інвестування в її модернізацію, зокрема за активної участі центральних і місцевих органів влади.

6. Полтавська область посідає одне з провідних місць в Україні за потенціалом розвитку туризму, що зумовлено вдалим географічним

розташуванням, різноманітними природними умовами та значним історико-культурним надбанням. Проте сучасний стан туристичної сфери регіону поки що не відповідає актуальним стандартам і не забезпечує повного використання наявних можливостей як у кількісному, так і в якісному вимірах.

7. Високий рівень туристичної інфраструктури сприятиме збільшенню туристичних потоків, а отже – надходжень до державного та місцевих бюджетів, підвищенню доходності та прибутковості підприємств, що надають туристичні послуги або послуги у суміжних із туризмом галузях.

8. Впровадження сучасних стратегій забезпечить комплексне відновлення туристичної інфраструктури України з урахуванням актуальних потреб та викликів післявоєнного періоду. Застосування принципів сталого розвитку сприятиме зміцненню екологічної стабільності та раціональному використанню рекреаційних ресурсів.

9. Після встановлення миру на внутрішньому туристичному ринку спостерігатимуться нові тенденції: зросте попит на оздоровчий та рекреаційний туризм, включаючи відпочинок біля моря, у горах та лісах. Активно розвиватимуться види релакс-туризму, що сприятимуть відновленню психічних та фізичних сил. Також очікується збільшення поїздок до рідних та знайомих місць, а інтерес до історії та традицій України зростатиме. Туристичний імідж України має зберігати багатоплановість і не обмежуватися лише одним напрямком.

.

ПЕРЕЛІК ВИКОРИСТАНИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Автомобільні шляхи України. URL: <https://uk.wikipedia.org/wiki>.
2. Азовський Д. Туризм у режимі відновлення: як відпочинок українців рятує економіку країни. URL: <https://business.rayon.in.ua/topics/774368-turizm-u-rezhimi-vidnovlennya-yak-vidpochinok-ukraintsiv-ryatue-ekonomiku-kraini>.
3. Аналітичне дослідження втрат туристичної індустрії від війни в Україні. Аналітичний звіт з науково-дослідної роботи. К., 2023. URL: <https://nto.ua/assets/files/ntou-library-war-%D0%86mpact-analysis.pdf>.
4. Андрушенко В. Ю. Значення та розвиток територіально-рекреаційної системи завдяки туризму. *Розвиток економічної системи в умовах глобалізації*: Матеріали міжн. наук.-практ. конф. Вінниця, 2014. С.87-90.
5. Аріон О.В., Уліганець С.І. Географія туризму : навчально-методичний посібник для студ. вищ. навч. закл. Київ : Обрії, 2009. 172 с.
6. Артюх К. Вплив російсько-української війни на туристичну галузь в Україні та світі: що нас чекає в майбутньому. URL: <https://delo.ua/opinions/vpliv-rosiisko-ukrayinskoyi-viini-na-turisticnu-galuz-v-ukrayini-ta-svitishho-nas-cekaje-v-maibutnyomu-405634>.
7. Ахмедова О. О. Питання розвитку курортів і туризму Полтавської області : роль держави у їх вирішенні. *Механізми публічного управління*. 2022. №3. С. 34-42.
8. Баженова С., Пологовська Ю., Бикова М. Реалії розвитку туризму в Україні на сучасному етапі. *Наукові перспективи*. 2022. № 5 (23). С. 168-180.
9. Бак Г. Впровадження інновацій у сфері туризму. *Наукові записки*. 2010. №2. С. 25-29.
10. Бакурова А. В., Очеретін Д. В. Оцінка рекреаційної привабливості регіону. *Економіка: проблеми теорії та практики*. Збірник наукових праць.

Вип 183. Том III. Дніпропетровськ: ДНУ, 2003. С. 617-622.

11. Бараш Ю. С. Управління залізничним транспортом країни: Монографія. 2-ге вид. перер. і допов. Дн.: Вид-во Дніпропетровського національного університету залізничного транспорту ім. ак. В. Лазаряна, 2006. 264 с.

12. Барна М. Ю. Туристична галузь України під час війни: виклики, загрози, шляхи виходу з кризи : монографія / за заг. ред. М. Ю. Барна. Львів : ЛТЕУ, 2024. 280 с.

13. Бартошук О. В. Моделі розвитку індустрії туризму (зарубіжний досвід). *Держава і регіони*. Серія: Економіка та підприємництво. 2011. №2. С.62-68.

14. Батьковець Г. А., Ланда О. О. Розвиток туристичної інфраструктури Львівщини. *Торгівля, комерція, підприємництво*. 2013. Випуск 15. С.108-110.

15. Бейдик О.О. Рекреаційно-туристські ресурси України: методологія та методика аналізу, термінологія, районування. К.: ВПЦ “Київський університет”, 2001. 395 с.

16. Бець М. Т., Брунець Б. Р. Принципи формування туристичної інфраструктури. *Географія та туризм*. 2012. Вип. 21. С. 8-16.

17. Биркович В.І. Розвиток туристичної галузі в регіоні. *Університетські наукові записки*. 2006. С. 83-86.

18. Бікулов Д. Т. Підвищення органами місцевого самоврядування інвестиційної привабливості туристичної інфраструктури південних регіонів України. *Держава та регіони*. Серія : Державне управління. 2014. № 4. С. 79-82.

19. Бойко В.О., Драгота І. П. Глемпінг – ексклюзивний туристичний продукт сьогодення. *The I International Science Conference on Multidisciplinary Research* (January 19-21, 2021). Berlin, Germany, 2021. P. 208-210.

20. Бойко О. В. Комплексний збалансований розвиток туристської інфраструктури. *Економічний простір*. 2016. № 109. С. 72-84.

21. Брунець Б. Р. Структурна побудова туристичної інфраструктури.

Географія та туризм. 2010. Вип. 9. С. 54-58.

22. Бутирська І. В. Основні напрямки розвитку інфраструктури туристського комплексу. *Муніципальне управління: досвід, проблеми та перспективи*: Матеріали II міжвуз. наук.-практ. конф. студентів та молодих науковців. Чернівці, 12-13 листопада 2004 р. Чернівці: Рута, 2004. С. 18-22.

23. Бутко М. П., Алєшугіна Н. О. Транспортна інфраструктура як складова туристичного потенціалу України. *Ефективна економіка*. 2009. № 2. С. 23-33.

24. Буторіна В.Б. Взаємовплив підприємств туристичної інфраструктури і національного туризму в Україні. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2016.

25. Відновлення малого та середнього бізнесу у секторі туризму та гостинності в 2023-2033 роках. Стратегічна Дорожня карта. URL: <https://nto.ua/assets/files/ntou-library-small-and-medium-sized-businesses-recovery.pdf>.

26. Відновлення туризму і туризм для відновлення. URL: <https://www.ukrainer.net/turyzm-vidnovlennia/>.

27. Всесвітня туристична організація. Офіційний сайт. URL: <http://unwto.org/>.

28. Всесвітня туристична організація. URL: <https://www.nonews.co>.

29. Гайдук А. Формування туристичної ринкової інфраструктури як фактор підвищення ефективності функціонування ринку туристичних послуг. *Регіональна економіка*. 1999. №2. С. 172-178.

30. Галасюк С. С. Сучасний стан розвитку санаторно-курортної бази в Україні. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2017. Вип. 15.

31. Головне управління статистики в Полтавській області. URL: <http://www.pl.ukrstat.gov.ua/>.

32. Городня Т.А., Щербак А.Ф. Економіка туризму: теорія і практика: навч. посіб. К.: Кондор, 2012. 436 с.

33. Господарський кодекс України : за станом на 1 лип. 2024 р. / Верховна Рада України. Офіц. вид. Київ : Парлам. вид-во, 2024. 368 с.
34. Гостюк В. І. Правові засади та механізм державного регулювання туристичної галузі України. *Часопис Київського університету права*. 2013. № 4. С. 168-173.
35. Готелі. Вимоги до послуг. Національна туристична організація України. URL: https://learn.ztu.edu.ua/pluginfile.php/333481/mod_resource/content/1/ntou-guidelines-hotels_online.pdf.
36. Гусаковська Т.О., Логвин М.М. Перспективи розвитку туристичної галузі в Полтавському регіоні. *Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту*. 2012. Випуск IV. С. 209-214.
37. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
38. Державне агентства розвитку туризму. URL: <https://www.tourism.gov.ua>.
39. Долгопола Г.Є., Коробейникова Я. С. Туристична інфраструктура: до проблеми визначення та функціонування державно-приватного партнерства. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/dolgopola.htm.
40. Дружиніна В.В., Залуніна О.М. Оцінка стану туристичної інфраструктури з урахуванням особливостей розвитку регіону. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. Серія Економічні науки. 2015.
41. ДСТУ 4281:2004. Заклади ресторанного господарства. URL: <http://www.rada.gov.ua>.
42. ДСТУ 4527:2006 “Послуги туристичні. Засоби розміщення. Терміни та визначення”. URL: <http://www.rada.gov.ua>.
43. Дудник І. М., Борисюк О. А. Авіатранспортна система України як елемент туристичної інфраструктури. *Географія та туризм*. 2012. Вип. 20. С. 90-97.
44. Енциклопедичний словник-довідник з туризму / упоряд. В.А Смолій, В.К. Федорченко, В.І. Цибух. К.: Слово, 2006. 372 с.

45. Жупаненко А. В. Дослідження поліфункціональних сегментів неявної інфраструктури рекреаційно-туристичної сфери національного господарства. *Технологічний аудит і резерви виробництва*. 2015. № 1 (7). С. 18-22.

46. Жупаненко А. В. Фактори впливу на розвиток неявної інфраструктури рекреаційнотуристичної сфери. *Молодий вчений*. 2015. № 3 (1). С. 69-72.

47. Іляшенко А. Х. Інструменти здійснення регуляторної політики в галузі туризму. *Держава та регіони*. Сер. “Економіка та підприємництво”. 2010. №1. С.110-113.

48. Інфраструктура забезпечення конкурентної економіки регіонів (методологія і механізми) / НАН України. Інститут регіональних досліджень. Ред. кол.: науковий редактор д.е.н., проф. П. Ю. Беленький. Львів, 2002. С. 200.

49. Інфраструктура регіонів України. Пріоритети модернізації. Аналітичне дослідження. ГО «Поліський фонд міжнародних та регіональних досліджень», Фонд імені Фрідріха Еберта. Київ, 2017. 108 с.

50. Калінеску Т. Соціально-економічний феномен розвитку туризму. *Галицький економічний вісник*. 2015. № 2 (49). С. 34-40.

51. Кальченко О. Теоретичні аспекти інноваційної діяльності підприємств туристичної галузі. *Вісник Чернігівського державного технологічного університету*. 2011. №4 (54). С.147-155.

52. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні: Навчальний посібник. Чернівці: Книги-XXI, 2003. 300 с.

53. Ключкович Н. Історія та сучасний стан розвитку туристичної інфраструктури в Україні. *Східноєвропейський історичний вісник*. 2017. Вип. 2. С. 93-97. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/eehb_2017_2_13 (дата звернення 25.11.2025).

54. Ковтуник І. І. Туристична інфраструктура та її складові елементи. *Вісник Кам'янець-Подільського національного ун-ту ім. Івана Огієнка*. Економічні науки. 2014. Вип. 9. С. 380-382. URL: <http://nbuv.gov.ua/UJRN/>

вкрпнен_2014_9_88 (дата звернення 11.10.2025).

55. Комова О., Яворська О. Туризм як соціально-економічний феномен. *Вісник КНЛУ*. Серія історія, економіка, філософія. 2016. Випуск 21. С. 104-113.

56. Комплексна програма соціального захисту населення Полтавської області на 2021-2025 роки. URL: <https://oblrada-pl.gov.ua/doc/doc/1803>.

57. Концепція Стратегії повоєнного відновлення та розвитку України / Національний інститут стратегічних досліджень. URL: <https://niss.gov.ua/sites/files/2022-05/stratvidnovlennyakoncept-v2.pdf>.

58. Корнев Д. А. Особливості розвитку туристичної інфраструктури в Україні. *Вісник ДІТБ*. 2011. № 1(15). С. 174-180.

59. Корнева Д. А. Проблеми розвитку інфраструктури туризму. URL: <http://www.nbu.gov.ua/>.

60. Коробейникова Я., Гринюк В. Перспективні напрями інноваційної проєктної діяльності в туризмі (кейси Івано-Франківської області). *Acta Academiae Beregsasiensis. Economics*. 2024. Випуск 6. С. 56-68.

61. Коробейникова Я. С., Долгопола Г. Є. Туристична інфраструктура: до проблеми визначення та функціонування державно-приватного партнерства. Актуальні питання підвищення конкурентоспроможності держави, бізнесу та освіти в сучасних економічних умовах: матеріали Міжнар. наук. -практ. конф., м. Полтава, 14-15 лютого 2013 р. Полтава, 2013. С. 87- 89.

62. Коробейникова Я. С., Мурава Ю. І. Екологічні проблеми розвитку туристичної інфраструктури. *Карпатський край*. 2013. № 1. С. 107-111. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/kkr_2013_1_15 (дата звернення 13.11.2025).

63. Корсак Р., Кашка М. Проблеми покращення стратегічної діяльності підприємств готельно-ресторанного бізнесу в Україні. *Актуальні питання гуманітарних наук: міжвузівський збірник наукових праць молодих вчених Дрогобицького державного педагогічного університету імені Івана Франка*. Дрогобич : Видавничий дім «Гельветика», 2020. Вип. 28. Том 2. С. 167-171.

64. Корсак Р., Світлинець О., Годя І. Післявоєнна стратегія відбудови готельного комплексу України в умовах євроінтеграції. *Актуальні питання гуманітарних наук*. Випуск 72, том 2. 2024. С. 45–52. URL: http://aphn-journal.in.ua/archive/72_2024/part_2/8.pdf (дата звернення: 27.11.2025).

65. Корчевська Л. Стан, особливості та перспективи туризму у воєнний та поствоєнний періоди. *Управління розвитком сфери гостинності: регіональний аспект* : матеріали Міжнародної науково-практичної онлайн- конференції, м. Чернівці, 5 травня 2022 р. Чернівці : Технодрук, 2022. С. 337-341.

66. Кошарний В. О. Загальна характеристика поняття "туристична інфраструктура". *Молодий вчений*. 2016. № 4. С. 96-49. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/molv_2016_4_26 (дата зернення 15.10.2025).

67. Кравців В.С. Туризм в Україні: стан та шляхи активізації. *Зовнішньоекономічний кур'єр*. 2000. № 7-8. С 9-10.

68. Кравчук В.В., Гринчук В.М. Розвиток інноваційної діяльності як інструменту підвищення конкурентоспроможності регіону. *Проблеми науки*. 2012. Вип. 11. С. 75-84.

69. Краснокутська Ю. В., Сегеда І. В., Безпалова А. С. Післявоєнне відновлення туристичної індустрії України в контексті сталого розвитку. *Економіка та суспільство*. 2023. Випуск 56. URL: https://www.researchgate.net/publication/376296099_pislavoenne_vidnovlenna_turisticnoi_industrii_ukraini_v_konteksti_stalogo_rozvitku (дата звернення 19.11.2025).

70. Кривега К. В. Туристична інфраструктура: поняття та складові. *Гуманітарний вісник ЗДІА*. 2005. Вип. 21. С. 118-124.

71. Кривега К. В. Туристична інфраструктура в Україні: стан та перспективи. *Економічний вісник Національного університету*. 2005. № 1. С. 28-33. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/evngu_2005_1_6 (дата звернення 22.11.2025).

72. Куканова А. М. Інвестиції в інфраструктуру туризму. *Формування*

ринкових відносин в Україні. 2004. № 12. С. 120-123.

73. Курочка О. І. Особливості функціонування аеропортів як об'єктів туристичної інфраструктури. *Географія та туризм*. 2013. Вип. 25. С. 222-228. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/gt_2013_25_30 (дата звернення 14.11.2025).

74. Куценко В.І. Соціальний вектор економічного розвитку. К.: Наукова думка, 2010. 735 с.

75. Куценко В., Решетняк А. Природно-інфраструктурний потенціал туристичного бізнесу та шляхи його ефективного використання. *Економіка природокористування і охорони довкілля*. 2011. № 11. С. 55-61. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/epod_2011_2011_10 (дата звернення 21.11.2025).

76. Лихоманова О.В. Стан і перспективи регіонального розвитку туризму в Україні. *Актуальні проблеми економіки*. 2004. №6 (36). С.149-155.

77. Любіцева О.О., Панкова Є.В., Стафійчук В.І. Туристичні ресурси України: Навчальний посібник. К.: Альтерпрес, 2007. 369 с.

78. Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти). 3-є вид., перероб. та доп. К.: Альтерпрес, 2005. 436 с.

79. Маджумар О., Гончарова К. Повстати з руїн. Які країни після війни стали популярними у туристів. *РБК-Україна*. URL: <https://www.rbc.ua/ukr/travel/-1647724135.html>.

80. Мазур В. Індустрія гостинності – ефективний інструмент розвитку туристичного бізнесу. *Журнал європейської економіки*. 2015. Т.14, № 3. С. 273-286.

81. Мапа культурних втрат (2022). *Український культурний фонд*. URL: <https://uaculture.org/culture-loss/>.

82. Масюк Ю. Особливості розвитку придорожньої туристичної інфраструктури в Україні за сучасних умов. *Вісник Львівського університету*. Серія географічна. 2013. Вип. 42. С. 250-257. URL: http://nbuv.gov.ua/ujrn/vlnu_Geograf_2013_42_29 (дата звернення 13.11.2025).

83. Масюк Ю. Формування брендів туристичних підприємств за сучасних умов. *Вісник Львівського університету. Серія міжнародні відносини*. 2008. Вип. 24. С. 201-207.

84. Матвієнко А. В. Сучасні стратегії відновлення та розвитку туристично-рекреаційних комплексів в Україні в умовах післявоєнної реконструкції. *Економіка та суспільство*. 2024. Випуск № 68. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2024-68-144>.

85. Матеріали офіційного сайту відділу з питань туризму і курортів Полтавської ОДА. URL: <http://poltava-tour.gov.ua/ua/catalog/dir/275/3.htm>.

86. Мельниченко О.А. Теоретико-методологічні основи державного регулювання туризму. *Державне будівництво*. 2010. №2. URL: http://tourlib.net/statti_ukr/melnychenko_o2.htm (дата звернення 23.11.2025).

87. Мельниченко О.А., Шведун В.О. Особливості розвитку індустрії туризму в Україні Монографія. Харків: Видавництво НУЦЗУ, 2017. 153 с.

88. Міжнародний проєкт “Карпатський культурний шлях”. URL: <http://aedif.if.ua/ua/news/232-tretia-zustrich-partneriv-proiektu-karpatskyi-kulturnyi-shliakh> (дата звернення: 18.11.2025).

89. Мініч І. М. Соціальні чинники і функції інфраструктури туризму: соціологічний аналіз : автореф. дис... канд. соціол. наук: 22.00.04; НАН України. Ін-т соціології. К., 2002. 18 с.

90. Модернізація туризмознавства: теорія і практика партнерства: монографія / за ред. Г.П. Скляра. Полтава: ПУЕТ, 2015. 372 с.

91. Мойсей С. Туристичні дестинації України в умовах війни. *Економіка та суспільство*. 2025. Випуск 78. URL: https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/6540?utm_source.

92. Моніторинг стану рекреаційних зон і санаторно-курортної інфраструктури Полтавської області : звіт (2022-2023). URL: https://oblrada-pl.gov.ua/sites/default/files/field/docs/567.pdf?utm_source.

93. Моца А. А., Шевчук С. М., Серeda Н. М. Перспективи післявоєнного відновлення сфери туризму в Україні. *Економіка та суспільство*. 2022. Випуск 41. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/download/1560/1501> (дата звернення: 26.11.2025).

94. Міський портал «Полтава туристична». URL: <http://www.tourism.poltava.ua/>.

95. Музиченко-Козловська О. В. Туристично-інформаційний центр як елемент інноваційної інфраструктури туризму. *Вісник Національного університету "Львівська політехніка"*. Проблеми економіки та управління. 2013. № 754. С. 47-52. URL: http://nbuv.gov.ua/u/jrn/vnulpp_2013_754_9 (дата звернення 17.11.2025).

96. Національний класифікатор України Класифікація видів економічної діяльності (NACE, Rev.1.1 2002, MOD) ДК 009:2005. Київ: Держспоживстандарт України, 2005. 210 с.

97. Національний стандарт України: послуги туристичні. Класифікація готелів. *Гостиничный и ресторанный бизнес*. 2003. № 4. С. 84 98.

98. Никитюк Т. Л. Інфраструктурне забезпечення туристичного ринку. *Економічні науки*. Серія: Економічна теорія та економічна історія. 2014. Вип. 11. С. 113-122. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/ecnet_2014_11_15 (дата звернення 23.11.2025).

99. Новицький В.В. Імперативи інноваційного розвитку. *Економіка України*. 2007. №2. С.50-53.

100. Обласна програма «Питна вода Полтавщини» на 2022-2026 роки. URL: <https://oblrada-pl.gov.ua/doc/doc/540>.

101. Оніщук Л.М., Павлов В.В., Патенко Л.М. Туристичний довідник. Полтава: "АСМП", 2006. 16 с.

102. Орлова М.Л. Функціональні складові інфраструктури туризму України *Геополітика і екогеодинаміка регіонів*. Серія Економіка. 2014. Випуск 2 (50).

URL: <http://geopolitika.crimea.edu/arhiv/2014/tom10-v-2/0125orlova.pdf>.

103. Особливості структурної реформи залізничного транспорту України. Корнієнко В. В., Козак В. В., Легенький Г. М., Лашко А. Д., Пшінко О. М., Бараш Ю. С. *Залізничний транспорт України*. 2007. № 5. С. 3-9.

104. Пандяк І. Сучасний стан та проблеми розвитку інфраструктури ділового туризму в Україні. *Вісник Львівського університету. Серія географічна*. 2007. Вип. 34. С. 183-188.

105. Перший український онлайн-журнал для професіоналів турбізнесу. URL: <http://turprofi.com.ua>.

106. Повоєнне відновлення України. Нові ринки та цифрові рішення. URL: <https://kse.ua/wp-content/uploads/2022/09/Digital-instruments-in-Ukrainian-recovery.pdf>.

107. Поклонський Ф. Є. Вплив туристичної інфраструктури на розвиток туризму. *Вісник ДІТБ*. 2011. № 1 (15). С. 205-208.

108. Покоłodна М.М. Поняття, особливості, класифікація та формування структури і якості туристських послуг на підприємствах розміщення туристського типу. *Проблеми розвитку туризму і готельного господарства: регіональний аспект* / за заг. ред. І.М. Писаревського. Харків: ХНАМГ, 2009. С. 6-33.

109. Положення про Державну авіаційну службу України затверджене Указом Президента України від 06.04.2011 №398/2011. *Офіційний Вісник України*. 2011.

110. Правове регулювання туристичної діяльності в Україні: зб. нормативно-правових актів; під заг. ред. проф. В.К. Федорченка. К.: Юрінком Інтер, 2002. 640 с.

111. Проблеми розвитку туристичного бізнесу: монографія / за ред. Г.П. Скляра, В.Г. Шкарупи. Полтава: ПУЕТ, 2013. 194 с.

112. Про внесення змін до Закону України “Про туризм”: Закон України //

Відомості Верховної Ради України [Текст]. 2004. №13. Ст. 180.

113. Про внесення змін до Закону України "Про туризм" щодо розширення кола суб'єктів надання готельних послуг. Введений в дію 01.04.2023. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1441-20#Text>.

114. Програма підтримки об'єднань співвласників багатоквартирних будинків м. Полтави на 2020-2025 роки. URL: [chrome-https://i1.poltava.to/uploads/2019/12/2019-12-16/osbb-2025.pdf](https://i1.poltava.to/uploads/2019/12/2019-12-16/osbb-2025.pdf).

115. Програма поводження з твердими побутовими відходами у м. Полтава на 2021-2025 роки. URL: <https://www.ekoltava.org/wp-content/uploads/2020/10/Programa-povodzhennnya-z-TPV-u-m.-Poltava.pdf>.

116. Програма розвитку туризму і курортів у Полтавській області на 2021–2025 роки. URL: <https://poda.gov.ua/documents/138506>.

117. Програма утримання та розвитку автомобільних доріг загального користування місцевого значення на 2024-2028 роки. URL: <https://oblrada-pl.gov.ua/doc/doc/3273>.

118. Проект «Назад до наших спільних коренів» (ROOTS). URL: <https://invest-if.com/mizhnarodni-proyekti-ta-grantovi-mozhливosti/nashi-proyekti/nazad-do-nashih-spilnih-koreniv-roots> (дата звернення: 03.11.2025).

119. Про інноваційну діяльність. Закон України. *Відомості Верховної Ради України*. 2002. №36. С.266. URL: <http://zakon.rada.gov.ua>.

120. Про курорти. Закон України. URL: http://www.moz.gov.ua/ua/portal/dp_20010711_805.html.

121. Про туризм: Закон України / *Відомості Верховної Ради України* (ВВР). 1995. №31. Ст.241 (в редакції від 04.08.2011). URL: <http://zakon.rada.gov.ua/cgi-bin/laws/main.cgi?nre>.

122. Радіонова О. М., Істратова А. К. Розвиток туристської інфраструктури як фактор підвищення туристської привабливості міста. *Комунальне господарство*. Серія: Економічні науки. 2014. Вип. 117. С. 115-119. URL:

http://nbuv.gov.ua/UJRN/kgm_econ_2014_117_27 (дата звернення 23.11.2025).

123. Регіональна доповідь про стан навколишнього природного середовища в Полтавській області у 2022 році. URL: https://eko.adm-pl.gov.ua/rd2022.pdf?utm_source.

124. Регіональна цільова програма охорони довкілля, раціонального використання природних ресурсів та забезпечення екологічної безпеки з урахуванням регіональних пріоритетів Полтавської області на 2022-2027 роки («Довкілля – 2027»). URL: https://eko.adm-pl.gov.ua/rishennya_412.pdf.

125. Розвиток транскордонного співробітництва щодо популяризації об'єктів історичної і культурної спадщини на транскордонній території Румунії та України. URL: <https://nung.edu.ua/news/rozvitok-transkordonnogo-spivrobitnictva-schodo-populyarizacii-obektiv-istorichnoi-i-kulturnoi> (дата звернення: 14.11.2025).

126. Рябова Т.А. Маркетингове забезпечення розвитку рекреаційно-туристичної системи. *Економіка. Управління. Інновації*. 2012. №1 (7). С. 45-49.

127. Семенов В.Ф. Регіональний вимір рекреаційно-туристичної діяльності: [монографія]. К.: Фенікс, 2008. 201 с.

128. Сіненко І. В. Вплив мережі автотранспортних коридорів на розвиток туристичної інфраструктури. *Економіка. Управління. Інновації*. 2010. № 1. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2010_1_21 (дата звернення 22.11.2025).

129. Сіренко К. В. Аналіз туристичного ринку України в сучасних умовах розвитку економіки. *Актуальні проблеми економіки*. 2010. №12. С.70-74.

130. Смаль І. В. Туристичні ресурси світу. Ніжин : Видавництво Ніжинського державного університету імені Миколи Гоголя, 2010. 336 с.

131. Смирнов І. Г. Логістична модель сталого розвитку туристичної галузі в Україні. *Вісник Донецького ін-ту туристичного бізнесу*. 2007. № 11. С 26-31.

132. Статистика та огляди: звітні матеріали з внутрішнього та виїзного туризму (2022–2024). Київ, 2022-2024. URL: tourism.gov.ua.

133. Статистичний щорічник України за 2024 рік / Державна служба статистики України: за ред. І. Є. Вернера / відп. за вип. О.А. Вишневська. Київ, 2025. 273 с.

134. Стеченко Д. М. Наукові аспекти удосконалення організаційно-економічного механізму регулювання сфери надання рекреаційно-туристичних послуг. *Регіональна економіка*. 2013. № 4 (70). С. 157-166.

135. Стратегія розвитку Полтавської області на 2021-2027 роки. URL: <https://poda.gov.ua/news/207518>.

136. Стратегічна концепція відбудови туристичного потенціалу України у поствоєнні часи. URL: <https://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/lib/38573/5/22dtvupc.pdf>.

137. Стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2026 року. Розпорядження Кабінету Міністрів України від 16 березня 2017 р. № 168-р. URL: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/168-2017>.

138. Сухорукова Г. Огляд туристичної галузі в Україні: виклики, нові напрямки та перспективи. URL: <https://hub.kyivstar.ua/articles/oglyad-turistichnoyi-galuzi-v-ukrayini-vikliki-novi-napryamki-ta-perspektivi>.

139. Ткаченко Т.І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: Монографія / Т.І. Ткаченко. К.: КНТЕУ, 2006. 537 с.

140. Транспорт і зв'язок. URL: https://poda.gov.ua/page/transport-i-zv-yazok?utm_source.

141. Трегубов О. С. Формування інфраструктури туризму як умова вдосконалення діяльності підприємств туристичної сфери. *Ефективна економіка*. 2013. № 9. URL: http://nbuv.gov.ua/UJRN/efek_2013_9_34 (дата звернення 04.11.2025).

142. Туристичний барометр України 2021-2022. URL: <https://nto.ua/assets/files/ntou-statistics-barometer-2022.pdf>.

143. Фастовець О. О. Розвиток сфери туризму ізраїлю: досвід для України. *Економіка та суспільство*. 2022. Випуск № 41. URL:

https://www.academia.edu/90985277?email_work_card=view-paper.

144. Фастовець О. О. Сфера туризму у повоєнний період: досвід для України. *Економіка та суспільство*. 2022. Випуск № 40. URL: https://www.academia.edu/86811479/email_work_card=view-paper.

145. Худавердієва В. Туризм як драйвер соціально-економічного та соціокультурного розвитку країни. *Економічні горизонти*. 2023. №2 (24). С. 89–100.

146. Цивільний кодекс України : за станом на 1 лип. 2024 р. / Верховна Рада України. Офіц. вид. Київ : Парлам. вид-во, 2024. 424 с.

147. Шиманська В.В. Туризм як соціально-економічне явище: імперативи розвитку *Економіка. Управління. Інновації*. 2011. №2 (6). URL: https://tourlib.net/statti_ukr/shymanska3.htm.

148. Grynko T. V. Organizational culture and image as a factor in the competitiveness of tourism and hotel enterprises. *National Economic Reform: experience of Poland and prospects for Ukraine: Collective monograph*. Poland: Izdevnieciba «Baltija Publishing», 2016. Vol. 3. P. 252–270.

149. Egypt source markets. Arabian travel market series / January 2020. URL: www.ATM-Series-GCC-Source-Market-Egypt-January-2020.

150. UNWTO Tourism Highlights 2024 Edition. URL: <https://tourismecotedivoire.ci/wp-content/uploads/2023/12/Tourism-Highlights.pdf>.

151. World Travel and Tourism Council. URL: <http://www.wttc.org/research/economic-impact-research/methodology>.

ДОДАТКИ

Додаток А. Туристична інфраструктура

Таблиця А. 1

Компоненти туристичної інфраструктури [14, с. 312]

Підсистеми	Структури	Компоненти
Інституційно-організаційна	Правова	1. Законодавча і нормативна база 2. Митна служба 3. Консульська служба
	Фінансово-економічна	1. Система оподаткування 2. Система страхування 3. Фінансова система та обмінний курс валют
	Кадрова	1. Система підготовки кадрів 2. Система наукових досліджень і науково-дослідних розробок
Функціонально-господарська	Гостинності	1. Готельне господарство 2. Громадське харчування 3. Галузі сфери послуг з надання додаткових послуг
	Транспорту	1. Авіаційний 2. Автомобільний 3. Залізничний 4. Водний
	Туристичної та оздоровчої діяльності	1. Туристичні підприємства 2. Екскурсійні бюро 3. Санаторно-курортні установи 4. Оздоровчі заклади
Територіально-господарська	Туристичні ресурси	1. Природно-рекреаційні 2. Культурно-історичні 3. Інфраструктурні
	Соціально-демографічні	1. Населення 2. Розселення та історія формування території 3. Традиційна етнічна культура населення
	Господарські	1. Господарський комплекс території 2. Інфраструктурні системи 3. Адміністративно-територіальний устрій і система управління