

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ЗАОЧНОЇ ТА ПІСЛЯДИПЛОМНОЇ ОСВІТИ
КАФЕДРА ТУРИЗМУ

КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА

Ступінь вищої освіти БАКАЛАВР

на тему ”**ОРГАНІЗАЦІЯ ДІЯЛЬНОСТІ ТУРОПЕРАТОРІВ
ВНУТРІШНЬОГО ТУРИЗМУ**”

Виконала: здобувачка вищої освіти

IV курсу, групи ТУР-42 зСП

спеціальності 242 Туризм

(шифр і назва спеціальності)

освітньої програми Туризм

Батько Назар Олегович

(прізвище, ім'я, по батькові)

Керівник _____

(наук. ступінь, вчене звання, ім'я та прізвище)

Рецензент: Дмитро Карегін

(ім'я та прізвище)

ДУБЛЯНИ 2024

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ
НАВЧАЛЬНО-НАУКОВИЙ ІНСТИТУТ ЗАОЧНОЇ ТА ПІСЛЯДИПЛОМНОЇ
ОСВІТИ
КАФЕДРА ТУРИЗМУ

Ступінь вищої освіти Бакалавр
Галузь знань 24 Сфера обслуговування
(шифр і назва)

Спеціальність 242 Туризм
(шифр і назва)

Освітня програма «Туризм»
(назва ОП)

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри
туризму
(назва кафедри)

(підпис)

Оксана КРУПА

(ім'я та прізвище)

“ ” _____ 2024 року

ЗАВДАННЯ

на кваліфікаційну роботу здобувача вищої освіти

Батька Назара Олеговича

(прізвище, ім'я, по-батькові)

1. Тема роботи «Організація діяльності туроператорів внутрішнього туризму»
Керівник роботи _____

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

Затверджена наказом ЛНУП від “08” березня 2024 р. №172/к-с.

2. Строк подання здобувачем роботи до 11 листопада 2024 року

3. Вихідні дані до роботи: Закони України та Постанови Кабінету Міністрів України, дані Державної служби статистики України, наукові праці вітчизняних та зарубіжних учених з питань дослідження організації діяльності туроператорів внутрішнього туризму, довідкові матеріали, література на туристичну тематику.

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

Розділ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ОРГАНІЗАЦІЇ ТУРОПЕРАТОРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

1.1 Поняття та сутність туроператорської діяльності

1.2 Класифікація туроператорів

1.3 Особливості правового регулювання туристичної діяльності в умовах воєнного стану в Україні

Розділ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ТУРОПЕРАТОРІВ ВНУТРІШНЬОГО ТУРИЗМУ УКРАЇНИ

2.1. Аналіз ринку внутрішнього туризму

2.2 Оцінка фінансового-господарської діяльності туроператора «Відвідай»

2.3. Характеристика асортименту послуг, що пропонує туроператор «Відвідай»

2.4. Вплив туризму на стан охорони навколишнього середовища

**РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТУРОПЕРАТОРІВ
ВНУТРІШНЬОГО ТУРИЗМУ**

3.1 Діяльність туроператорів України в умовах війни та перспективи розвитку в післявоєнний період

3.2 Перспектив розвитку галузі туризму в Україні з урахуванням наслідків військового стану

Розділ 4. ОХОРОНА ПРАЦІ

4.1. Аналіз стану і заходи поліпшення виробничої санітарії і гігієни праці на туристичних підприємствах

4.2. Пожежна безпека туристичного підприємства

4.3. Інструкція з охорони праці туристичного підприємства

5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень): рисунки, таблиці

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата		Відмітка про виконання
		завдання видав	завдання прийняв	
Стан охорони навколишнього середовища				
Охорона праці				

7. Дата видачі завдання “11” березня 2024 року

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи	Строк виконання етапів роботи	Відмітка про виконання
1.	Отримання завдання для написання кваліфікаційної роботи	11.03.2024 р.	
2.	Розробка плану кваліфікаційної роботи, ознайомлення з літературними джерелами за темою, збір практичних матеріалів	до 19.04.2024	
3.	Написання вступу і I розділу	до 20.05.2024	
4.	Написання II розділу	до 28.06.2024	
5.	Написання III розділу	до 23.09.2024	
6.	Написання IV розділу і висновків	до 14.10.2024	
7.	Оформлення кваліфікаційної роботи і подання науковому керівнику для написання відгуку	до 25.10.2024	
8.	Перевірка тексту кваліфікаційної роботи на унікальність. Скерування на зовнішню рецензію	до 31.10.2024	
9.	Представлення кваліфікаційної роботи на кафедру	11.11.2024	
10.	Захист кваліфікаційної роботи перед Екзаменаційною комісією	20.11.2024	

Здобувач вищої освіти

_____ (підпис)

Назар БАТЬКО

(ім'я та прізвище)

Керівник кваліфікаційної роботи

_____ (підпис)

_____ (ім'я та прізвище)

УДК 338.486.23

Кваліфікаційна робота: 74 сторінок, включаючи 10 таблиці, 6 рисунки, 80 літературних джерел.

Батько Н.О. Організація діяльності туроператорів внутрішнього туризму. Кваліфікаційна робота за спеціальністю 242 Туризм. Львів: ЛНУП, 2024. 74 с.

У кваліфікаційній роботі всебічно розкрито теоретичні аспекти організації туроператорської діяльності, розглянуто поняття та сутність туроператорської діяльності, охарактеризовано класифікацію туроператорів, описано особливості правового регулювання туристичної діяльності в умовах воєнного стану в Україні.

Досліджено діяльність туроператорів внутрішнього туризму України. Проаналізовано ринок внутрішнього туризму. Здійснено оцінку фінансово-господарської діяльності туроператора «Відвідай». Охарактеризовано асортименту послуг, що пропонує туроператор «Відвідай».

На основі результатів досліджень вивчено напрями удосконалення організації діяльності туроператорів внутрішнього туризму. Проаналізовано діяльність туроператорів України в умовах війни та перспективи розвитку в післявоєнний період. Визначено перспектив розвитку галузі туризму в Україні з урахуванням наслідків військового стану.

АНОТАЦІЯ

Кваліфікаційна робота присвячена вивченню організації діяльності туроператорів внутрішнього туризму.

В першому розділі «Теоретичні аспекти організації туроператорської діяльності» розкрито теоретичні аспекти організації туроператорської діяльності, розглянуто поняття та сутність туроператорської діяльності, охарактеризовано класифікацію туроператорів, описано особливості правового регулювання туристичної діяльності в умовах воєнного стану в Україні.

У другому розділі «Дослідження діяльності туроператорів внутрішнього туризму України» проаналізовано ринок внутрішнього туризму. Здійснено оцінку фінансово-господарської діяльності туроператора «Відвідай». Охарактеризовано асортименту послуг, що пропонує туроператор «Відвідай».

У третьому розділі «Напрями удосконалення організації діяльності туроператорів внутрішнього туризму» вивчено напрями удосконалення організації діяльності туроператорів внутрішнього туризму. Проаналізовано діяльність туроператорів України в умовах війни та перспективи розвитку в післявоєнний період. Визначено перспектив розвитку галузі туризму в Україні з урахуванням наслідків військового стану.

Ключові слова: туристичні підприємства, туристичний оператор, туристичний агент, туризм, туристична послуга, туристичний продукт.

ANNOTATION.

The qualification work is devoted to the study of the organisation of domestic tourism tour operators.

The first chapter 'Theoretical aspects of the organisation of tour operator activity' reveals the theoretical aspects of the organisation of tour operator activity, considers the concept and essence of tour operator activity, describes the classification of tour operators, describes the peculiarities of legal regulation of tourism activity under martial law in Ukraine.

In the second section 'Study of the activities of tour operators of domestic tourism in Ukraine' the author analyses the domestic tourism market. The financial and economic activities of the tour operator 'Vidvidai' are assessed. The range of services offered by the tour operator 'Vidvidai' is described.

In the third section 'Directions of improvement of organisation of activity of tour operators of domestic tourism' the directions of improvement of organisation of activity of tour operators of domestic tourism are studied. The activities of tour operators in Ukraine during the war and prospects for development in the post-war period are analysed. The prospects for the development of the tourism industry in Ukraine, taking into account the consequences of martial law, are determined.

Keywords: tourism enterprises, tour operator, travel agent, tourism, tourism service, tourism product.

ЗМІСТ

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ОРГАНІЗАЦІЇ ТУРОПЕРАТОРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ.....	9
1.1. Поняття та сутність туроператорської діяльності	9
1.2. Класифікація туроператорів.....	16
1.3 Особливості правового регулювання туристичної діяльності в умовах воєнного стану в Україні	18
РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ТУРОПЕРАТОРІВ ВНУТРІШНЬОГО ТУРИЗМУ УКРАЇНИ	25
2.1 Аналіз ринку внутрішнього туризму.....	25
2.2. Оцінка фінансового-господарської діяльності туроператора «Відвідай»	30
2.3 Характеристика асортименту послуг, що пропонує туроператор «Відвідай»	35
2.4. Вплив туризму на стан охорони навколишнього середовища.....	39
РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТУРОПЕРАТОРІВ ВНУТРІШНЬОГО ТУРИЗМУ.....	43
3.1 Діяльність туроператорів України в умовах війни та перспективи розвитку в післявоєнний період.....	43
3.2 Перспектив розвитку галузі туризму в Україні з урахуванням наслідків військового стану.....	48
Розділ 4. ОХОРОНА ПРАЦІ.....	54
4.1. Аналіз стану і заходи поліпшення виробничої санітарії і гігієни праці на туристичних підприємствах	54
4.2. Пожежна безпека туристичного підприємства.....	57
4.3. Інструкція з охорони праці туристичного підприємства.....	60
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ	64
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	67

Вступ

Актуальність теми. У сучасному світі туризм вважається галуззю, яка може стимулювати розвиток супутніх секторів економіки та створювати умови для сталого зростання. Формування комплексного туристичного продукту базується на інтегрованому використанні виробничо-економічного потенціалу та співпраці туристичних підприємств з природно-рекреаційними ресурсами. Рівень залучення туристичних компаній у процес створення та реалізації туристичного продукту дозволяє оцінити їх внесок на кожному етапі цього процесу.

Обґрунтування теоретичних і практичних аспектів діяльності туроператорів і турагентів стає дедалі популярнішим серед дослідників туризму, оскільки зростає потреба в розвитку теоретичної бази та практичних концепцій у цій сфері. Особливості договірних відносин між туроператорами та турагентами розглядаються у працях В. Даниленко-Кульчицької [1] та Ю.А. Дербакової [2]. Специфіку бухгалтерського обліку діяльності туроператорів і турагентів, а також особливості документального оформлення їх господарських операцій висвітлено в дослідженнях Ж.А. Богданової [3], С.М. Пилипенка [4] та Н.Б. Рошко [5].

Внесок у вдосконалення термінологічного апарату туризму, зокрема уточнення визначень категорій «туристичний оператор» і «туристичний агент», зробили М.Г. Бойко [6], Ж.А. Богданова [3], З.М. Горбильова [7], В. Даниленко-Кульчицька [1], Ю.А. Дербакова [2], М.О. Зеленська, Б.О. Ширяєва [8], А.А. Малихіна [9], С.М. Пилипенко [4], Н.Б. Рошко [5], І.В. Сорока [10], Т.І. Ткаченко [11] та Л.І. Чернобай [12]. Визнаючи значний внесок цих науковців у розвиток досліджуваної теми, слід зазначити, що залишаються теоретично не обґрунтованими питання, пов'язані з виокремленням специфічних ознак та відмінностей між туристичними операторами і агентами. Також потребують подальшого вивчення особливості взаємодії суб'єктів туристичного ринку у процесі створення та просування туристичного продукту.

Метою кваліфікаційної роботи є дослідження особливостей організації діяльності туроператорів внутрішнього ринку.

Щоб досягти вказаної мети, потрібно виконати такі **завдання**:

- розкрити теоретичні аспекти організації туроператорської діяльності;
- розглянути поняття та сутність туроператорської діяльності;
- охарактеризувати класифікацію туроператорів;
- описано порядок організації туроператорської діяльності в Україні і світі;
- дослідити діяльність туристичного оператора «Відвідай»;
- охарактеризувати діяльність туристичного оператора «Відвідай»;
- проаналізувати особливості організації туроператорської діяльності;
- охарактеризувати асортимент послуг, що пропонує туроператор «Відвідай»;
- розробити низку рекомендацій щодо шляхів удосконалення організації діяльності туроператорів внутрішнього туризму;
- охарактеризувати переваги та недоліки туроператорської діяльності;
- запропонувати шляхи покращення організації діяльності туроператорів внутрішнього туризму.

Об'єктом дослідження є діяльність туроператорів внутрішнього туризму.

Предметом дослідження є теоретико-методичні та практичні аспекти організації діяльності туроператорів внутрішнього туризму.

Методи дослідження. У процесі дослідження були застосовані такі методи: загальнонаукові, зокрема діалектичний метод пізнання та системний підхід. Для аналізу фінансово-економічної діяльності підприємства використано методи аналізу та синтезу, статистико-економічного аналізу, а також методи структурного опису та графічного моделювання.

Основними джерелами інформації для написання кваліфікаційної роботи слугували статистичні дані щодо динаміки розвитку туристичної індустрії, наукові дослідження вітчизняних і зарубіжних науковців, законодавчі акти України, урядові постанови та інші нормативно-правові документи.

Наукова новизна отриманих результатів полягає в комплексному та системному дослідженні українського ринку внутрішнього туризму, що включає виокремлення та опис його особливостей, ресурсного та інфраструктурного потенціалу, а також виявлення проблем, які перешкоджають ефективній діяльності туроператорів внутрішнього туризму.

Практична цінність отриманих результатів полягає в тому, що їх можна застосувати для формулювання рекомендацій та стратегій, спрямованих на вдосконалення організаційних аспектів туристичної діяльності.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ОРГАНІЗАЦІЇ ТУРОПЕРАТОРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

1.1. Поняття та сутність туроператорської діяльності

Туризм є динамічною системою, на яку значно впливають природні фактори, кліматичні умови, економічні та соціальні потрясіння, а також національні та регіональні конфлікти. Деякі з цих зовнішніх впливів проявляються регулярно, тоді як інші важко передбачити. Ситуація ускладнюється тим, що багато видів комерційної діяльності, таких як організація проживання, харчування та транспортних послуг, орієнтовані не лише на туристів, але й на інші категорії відвідувачів, включаючи місцевих жителів. Більше того, не всі туристи користуються послугами, які пропонують туристичні підприємства, такі як комплексні тури від туроператорів або турагентів; деякі з них надають перевагу самостійному плануванню своїх подорожей, безпосередньо зв'язуючись з транспортними компаніями, готелями, ресторанами та екскурсійними бюро. Інші споживачі туристичних послуг обирають працювати безпосередньо з туроператорами, а не через турагентства.

У міжнародній практиці під терміном «туроператор» розуміють туристичні організації, які мають у власності або в оренді приміщення для обслуговування туристів на основі повного пансіону та надають своїм клієнтам комплекс послуг. Ці організації об'єднують різні послуги в подорожі, такі як транспорт, проживання, харчування, розваги та екскурсії, і продають їх або через туристичні агенції, або безпосередньо кінцевим споживачам за єдиною ціною.

Відповідно до Закону України "Про туризм" (в редакції від 09.11.2013 р.) туристичний оператор - юридична особа, створена на території України в порядку, встановленому законодавством України, яка створює туристичний продукт, здійснює продаж і надання туристичних послуг і виступає посередником для постачальників пов'язаних послуг. Вони повинні отримати ліцензію на туроператорську діяльність.

Туристичний оператор виступає активним учасником туристичного ринку, безпосередньо залученим до планування, розробки, просування та реалізації туристичного продукту з комерційною метою. Таким чином, туроператори надають послуги туристам на основі пакетів послуг і повністю попередньо придбаних, куплених і заброньованих турпакетів через уповноважені агентства.

Тому туроператор займає ключову позицію в туристичному секторі, оскільки він розробляє туристичні маршрути і наповнює їх послугами, проводить тури, готує рекламно-інформаційні матеріали за своїми програмами, розробляє ціни і передає готові турпродукти агентам для подальшого продажу.

Таким чином, оператор формується як головна ланка в комплексній системі надання послуг кінцевому споживачу і передбачає безпосередню взаємодію з підприємствами інфраструктури та субінфраструктури галузі (готелями, перевізниками, туркомпаніями, страховими компаніями, банками, тощо) — безпосередні постачальники послуг. Основна мета полягає в організації цих послуг для туристів, трансфер, проживання, харчування, екскурсійні програми тощо — якісно та з найкращим економічним змістом.

Відповідно, планування, яке для будь-якого туроператора є основною діяльністю, має бути чітко розписаним за часом і повністю задовольняти вимоги та очікування туриста щодо складу та якості обслуговування його та його оточення. Гарне планування повинно розкривати всі можливі випадки під час фактичного виконання туру. Прикладами випадковостей є такі речі, як час проведення туристичних подій або зміни в складі продукту та кількості від заявлених. Ретельне планування туристичного продукту — це фактично професійні навички та досвід туроператора на конкретному туристичному напрямі, манера його відносин з постачальниками туристичних послуг, які часто мають чудові домовленості з установами на туристичному ринку, і його здатність надавати точну інформацію компетентним органам, а також споживачам.

Проте функції туроператорів можуть бути різними в залежності від виду та профілю діяльності. Зазвичай туроператори бувають двох видів: ініціативні та рецептивні.

Туроператори, які проявляють ініціативу, — це ті, хто планує туристичні поїздки та співпрацює безпосередньо з приймаючими операторами або туристичними підприємствами в іноземній або місцевій юрисдикції. Різниця між ними та туристичними агенціями полягає в тому, що вони не лише продають готові до продажу туристичні пакети, але й створюють попит на унікальний туристичний продукт відповідно до норм UNWTO, який складається щонайменше з трьох елементів або послуг (проживання, туристичний транспорт) та інші туристичні послуги, крім продажу готової їжі).

Ініціативний туроператор — він складає складні маршрути. Поєднуючи послуги місцевих туроператорів у різних місцях відвідування, він забезпечує перевезення до місця початку подорожі та назад, а також організовує внутрішньомаршрутні перевезення. Це стало наслідком низки кількох історичних факторів: зростання закордонних поїздок у пострадянський період, зниження інтересу до внутрішнього туризму, падіння цінності попиту іноземців відвідати Україну через проблеми безпеки, невідповідність ціни та якості, престижність закордонних поїздок серед українців, відсутність державної корпоративної системи просування України на міжнародному туристичному ринку, дефіцит кваліфікованих фахівців для розробки програм і проектування професійних маршрутів у туризмі, невелика кількість такі споруди для гостинності та дозвілля. Більшість тих, хто ініціював тури, працюють за вимогами ринку та належать до більш значних транснаціональних корпорацій, іноді як господарі, але під іншою назвою.

Тури, які пропонують різні компанії, зазвичай включають основний пакет послуг: проживання, транспорт, трансфери (групові або індивідуальні) та харчування (від ВВ до UAL). Екскурсійні послуги часто надаються за додаткову плату. Порівняння маршрутів і програм турів різних туроператорів за однаковими напрямками (наприклад, Італія або Прибалтика) демонструє їхню практично повну ідентичність. Відмінності можуть полягати лише в тому, що маршрут одного туроператора починається в пункті «А» і закінчується в пункті «Б», тоді як у його конкурента — навпаки.

Рецептивні туроператори займаються організацією програм та наданням послуг у місцях туристичного обслуговування, використовуючи прямі угоди з постачальниками послуг. Зазвичай робота рецептивного оператора є більш складною і вимагає значних фінансових вкладень. На відміну від аутгоінга, інкамінг – це функція туроператора, що займається розробкою, просуванням і організацією турів на території своєї країни для іноземних туристів. Як видно з визначення, інкамінг тісно пов'язаний з аутгоінгом, забезпечуючи останньому прийом, розміщення та організацію дозвілля туристів під час їхнього перебування.

Організація в'їзного туризму вимагає від туроператора високого рівня професіоналізму та досвіду для ефективного вирішення таких завдань:

- Проектування та планування туристичного продукту повинні враховувати можливість модифікації залежно від потреб приїжджаючих туристів. Це може включати адаптацію туру до часу прибуття та відправлення, тривалості перебування, а також можливі зміни в асортименті готелів, кількості та якості трансферів і екскурсій, умов страхування та організації дозвіллевих заходів, щоб максимально задовольнити потреби туристів, які залежать від їхньої національної приналежності, соціального статусу та мети подорожі. Наприклад, класичний інкам-тур, що включає прийом, трансфер, розселення та оглядову екскурсію, повинен мати можливості для модифікації в залежності від рейсу (чартерного або регулярного), а також від цілей прибуття туристів (сімейні пари, групи студентів, дайвери тощо).

- Інкам-тури вимагають зусиль з боку туроператорів для просування своїх продуктів на закордонних туристичних ринках. Окрім традиційних каталогів готелів, програм турів і цінових пропозицій, інкам-оператор повинен донести до потенційних туристів інформацію про свою країну, її особливості та унікальний туристичний потенціал, переконати їх у необхідності побачити пам'ятки та природні об'єкти на власні очі, а також запевнити в безпеці як туристів, так і їхнього майна.

Тури, які пропонують різні компанії, зазвичай включають основний пакет послуг: проживання, транспорт, трансфери (групові або індивідуальні) та харчування (від ВВ до UAL). Екскурсійні послуги часто надаються за додаткову плату. Порівняння маршрутів і програм турів різних туроператорів в одних і тих самих напрямках показує їх майже повну ідентичність. Відмінності можуть полягати лише в тому, що в одного туроператора маршрут починається в точці «А» і закінчується в точці «Б», а у конкурента – навпаки.

Рецептивні туроператори продають програми та послуги постачальникам туристичних послуг через прямі контракти з постачальниками послуг. Ця класифікація зазвичай передбачає більш відповідальну роботу для сприйнятливого оператора та більш значні суми грошей. Це протилежність вихідному. Інкамінг - це діяльність туроператора як суб'єкта, який створює, рекламує та здійснює тури для іноземних туристів на власній території. Як ми можемо зрозуміти з цього визначення, інкамінг і аутгомінг дуже тісно пов'язані між собою: інкамінг служить для того, щоб забезпечувати вихідних прийомом, розміщенням і загальним обслуговуванням туриста під час його подорожі.

Організація в'їзного туризму вимагає від туроператора високого рівня професіоналізму та досвіду для ефективного вирішення таких завдань:

- Проектування та планування туристичного продукту повинні враховувати можливість модифікації залежно від потреб приїжджаючих туристів. Це може включати адаптацію туру до часу прибуття та відправлення, тривалості перебування, а також можливі зміни в асортименті готелів, кількості та якості трансферів і екскурсій, умов страхування та організації дозвіллевих заходів, щоб максимально задовольнити потреби туристів, які залежать від їхньої національної приналежності, соціального статусу та мети подорожі. Наприклад, класичний інкам-тур, що включає прийом, трансфер, розселення та оглядову екскурсію, повинен мати можливості для модифікації в залежності від рейсу (чартерного або регулярного), а також від цілей прибуття туристів (сімейні пари, групи студентів, дайвери тощо).

Для просування в іноземних туристичних колах прибутковий тур потребує наступних особливих зусиль з боку туроператора: крім традиційних каталогів готелів, туристичних програм і цінових пропозицій, інкам-оператор повинен донести до потенційних туристів інформацію про їхню країну, та її особливість соціальний та унікальний туристичний потенціал, аргументуючи необхідність побачити пам'ятки та природні об'єкти своїми очима, забезпечуючи безпеку як особи туристів, так і їхнього майна.

На сьогоднішній день основними причинами недостатнього розвитку рецептивного туризму в Україні є:

1. Низька диференціація туристичних програм обслуговування, коли іноземцям часто пропонуються лише тури по Києву та Львову.
2. Орієнтація на прикордонні країни як на основні джерела потенційних туристів.
3. Відсутність чіткої класифікації програм за віковими групами.
4. Слабка сегментація за рівнями обслуговування та цінами.
5. Низька якість наданих послуг і недостатні гарантії надійності обслуговування.
6. Високий рівень ризиків, зокрема політичних та економічних (статистика свідчить про значне зниження в'їзду іноземців в Україну під час політичних та економічних криз, таких як 2004, 2013, 2014-2016 роки), медичних (країна займає одні з перших місць у світі за захворюваністю на туберкульоз та СНІД), а також соціальних (криміногенна ситуація останнім часом погіршилася).

Інкамінговий туризм має певні переваги над аутгоінговим. По-перше, це значні можливості для планування турів. Туроператори мають детальну інформацію про туристичний потенціал своєї країни, стан інфраструктури та субінфраструктури туристичної індустрії, що дозволяє їм легше домовлятися з готельєрами та перевізниками, а також професійно організовувати екскурсії та дозвілля. Витрати при цьому значно нижчі, ніж у аутгоінгових туроператорів. Крім того, інкамінгові туроператори знаходяться в безпосередній близькості до

туристів під час реалізації туру, що дає їм можливість контролювати ситуацію, швидко вирішувати конфлікти та уникати непорозумінь.

На початку 2000-х років з'явилася нова форма роботи туроператорів — консолідація, коли підприємства виступали проміжними посередниками між туроператорами та турагентами. Консолідатор міг мати ліцензію на туроператорську (іноді турагентську) діяльність і формувати власні тури чи ні, але ця особа продавала тури інших туроператорів за додаткові відсотки, які отримувала за досягнення певного обсягу продажів. Щоб збільшити обсяги реалізації туристичного продукту, такі компанії рекламують агентства, пропонуючи їм підвищені агентські винагороди. При цьому консолідатор бронював лише ті тури під своїм ім'ям, а всю роботу з клієнтами виконували працівники турагентств, які, як правило, були відповідальними перед клієнтами. Це погіршувало якість обслуговування, викликало значне зростання цінової конкуренції, особливо на масових напрямках.

2 квітня 2010 року Асоціація лідерів туризму України прийняла рішення про єдиний розмір комісії для всіх агентств незалежно від обсягу продажів — 10%, що практично ліквідувало прошарок укрупнених фірм на туристичному ринку. Однак прихованими консолідаторами залишаються франчайзингові мережі, оскільки агентства, що входять до них, спільно працюють над збільшенням загальної кількості туристів і, відповідно, збільшенням розміру винагороди. Що стосується напрямків роботи, то сучасні туроператори намагаються позиціонувати себе на ринку: одні спеціалізуються на окремих напрямках, інші надають широкий спектр послуг, треті виходять на найпоширеніші масові маршрути.

Туристичний сектор України потребує нового підходу до обслуговування клієнтів, а також впровадження міжнародного досвіду в розробці маршрутів і диференціації пропозицій, особливо на внутрішньому ринку. Вирішення цих питань може позитивно вплинути на розвиток туризму в Україні. Існує безліч проблем, які виходять за межі компетенції туроператорів, таких як політична та економічна ситуація, криміногенна обстановка, а також ставлення місцевих

жителів. Проте великі туристичні компанії можуть виступати на захист інтересів інших учасників туристичної інфраструктури, організацій та установ. Важливо при цьому пам'ятати не лише про власні економічні вигоди, але й про збереження навколишнього середовища та добробут місцевих жителів.

1.2. Класифікація туроператорів

Туроператори, як учасники туристичного сектору, класифікуються за різними критеріями, такими як спеціалізація, вид діяльності, співпраця з іншими суб'єктами туристичної індустрії та юридична форма. У таблиці 1.1 представлена класифікація туроператорів.

В залежності від профілю діяльності, туроператори розділяються на багатoproфільні та монопрофільні. Туроператори багатoproфільні — це туристичні компанії, які займаються організацією, комплектацією та оптовим продажем турів за декількома напрямками щодо різноманітних категорій туристів. Вони мають переваги в охопленні ринку та виборі турів, менше залежать від ринкової кон'юнктури і володіють більшою операційною гнучкістю. До цієї категорії належать оператори масового ринку, які є найвідомішими представниками туристичних операторів. Їхня діяльність полягає в упаковці, просуванні та оптовій дистрибуції туристичних продуктів до популярних туристичних центрів і курортів, при цьому туристи подорожують комерційними авіалініями або чартерними рейсами.

Монопрофільні туроператори — це спеціалізовані компанії, які організують, пакують та оптово продають тури до певних дестинацій і видів туризму, орієнтуючись на конкретні категорії мандрівників.

За видами діяльності туроператори поділяються на ініціативних, рецептивних та консолідованих, що є актуальним у контексті міжнародного туризму. Вони також відрізняються за специфікою координаційної діяльності з

Таблиця 1.1 - Класифікація видів туроператорів т турагентів

Класифікаційна ознака	Види туроператорів	Види турагентів	Автори (джерело) класифікації
За специфікою функціонування туроператорів на ринку туристичних послуг	Туроператори масового ринку	-	Джерело [2, 13]
	Туроператори, які спеціалізуються на певному сегменті (напрямі) ринку туристичних послуг		
	Туроператори внутрішнього ринку		
	Туроператори зовнішнього ринку		
За місцем діяльності туроператорів	Внутрішні туроператори	-	Джерело [10]
	Візні туроператори		
	Туроператори на прийомі		
За напрямком ведення діяльності туроператорів	Ініціативні туроператори	-	Джерело [10]
	Рецептивні туроператори		
За формою організації турагентів	-	Самостійні підприємства, які співпрацюють з однією або декількома фірмами-туроператорами на основі взаємних угод С частиною збутової сітки великої фірми-туроператора Турбюро-турагенти	Джерело [13]
За напрямком спеціалізації	Багатопрофільні		Джерело [10]
	Спеціалізовані		
За правовим статусом	Фізичні особи		Закон України "Про туризм"
	Юридичні особи		
За видом спеціалізації	Підприємства екскурсійного туризму		Запропонована авторами
	Підприємства рекреаційного туризму		
	Підприємства ділового туризму		
	Підприємства спортивного туризму		
	Підприємства релігійного туризму		
	Підприємства зеленого туризму		
За формою власності	Державні		Стаття 63 Господарського Кодексу України [14]
	Приватні		
	Комунальні		
	Колективні		
	Змішані		
За кількістю працюючих та обсягу валового доходу від	Великі (понад 1000 осіб та понад 5 млн. євро)		Стаття 63 Господарського
	Середні (від 50 до 1000 осіб та від 500 тис. до 5 млн. євро)		

реалізації продукції за рік	Малі (до 50 осіб та менше 500 тис. євро)		Кодексу України [14]
За кількістю працюючих на підприємствах туристичної сфери	Великі (понад 500 осіб)	Великі (понад 50 осіб)	Запропонована автором
	Середні (від 50 до 500 осіб)	Середні (від 10 до 50 осіб)	
	Малі (до 50 осіб)	Малі (до 10 осіб)	
За процесом створення та реалізації туристичного продукту	Туроператори, які створюють туристичні продукти та реалізують їх через турагентів	Турагенти, які створюють та реалізують туристичні продукти	Запропонована авторами
	Туроператори, які створюють та самостійно реалізують туристичні продукти	Турагенти, які реалізують туристичні продукти, створені туроператорами	
За приналежністю до національних та іноземних інвесторів	Нерезиденти		Запропонована авторами

Джерело: сформовано автором за [2]

авіакомпаніями або іншими туристичними підприємствами. Залежно від координації з авіакомпаніями, туроператори поділяються на флайтерів та нон-флайтерів. За співпрацею з іноземними туристичними підприємствами, їх класифікують на презентативних і репрезентативних. За організаційно-правовою формою, туристичні оператори можуть бути приватними підприємствами, господарськими товариствами або підприємствами, заснованими на об'єднанні господарської діяльності.

Сучасні туристичні агентства також можна класифікувати за кількома критеріями. По-перше, залежно від їхньої залежності від туроператорів, агентства поділяються на незалежні, частково залежні, уповноважені та роздрібні. Туроператори та агентства можуть бути монопрофільними (пропонуючи обмежений спектр турів і напрямків) або багатпрофільними. В залежності від обсягу роботи та форми співпраці, агентів і операторів можна розділити на дві групи: ті, що працюють за безризиковими схемами, та ті, що працюють за ризикованими схемами.

Отже, діяльність туроператорів спрямована на створення розгалуженої та ефективно функціонуючої агентської мережі, що є одним з ключових факторів успішності та високої прибутковості як туроператорів, так і туристичних агентств. Формування агентської мережі — це тривалий процес, що вимагає від операторів значних зусиль і часу, оскільки їм потрібно не лише залучати агентів, а й утримувати їх та заохочувати до продажу власних турів, особливо в умовах жорсткої конкуренції на ринку туризму.

1.3 Особливості правового регулювання туристичної діяльності в умовах воєнного стану в Україні

Повномасштабне вторгнення росії в Україну, яке розпочалося 24 лютого 2022 року, загрожує не лише українському туризму, а й міжнародному туристичному сектору, що тільки-но почав відновлюватися після пандемії Covid-19. Внутрішній туризм, який демонстрував позитивні тенденції відновлення в

січні 2022 року, вже в березні того ж року зазнав значних обмежень у своєму розвитку.

Ризики як в'їзного, так і виїзного туризму для України зберігаються. Серед основних причин труднощів розвитку в'їзного туризму на сучасному етапі можна виділити наступні: бойові дії, що ведуться на території України, які загрожують не лише відвідувачам, а й усьому населенню, особливо на окупованій території та в зоні активних бойових дій; ; втрата важливих туристично-рекреаційних ресурсів, до складу яких входять історичні пам'ятки, об'єкти культури, архітектурні споруди, об'єкти релігійного туризму, заповідники, лікувальні заклади внаслідок воєн чи окупацій, які їх зруйнували або частково зруйнували; зруйнована в зонах бойових дій інфраструктура в готелях, ресторанах, місцях відпочинку відсутня. закриття повітряного простору для цивільної авіації, логістичних маршрутів в Україні, повністю пов'язаних або з руйнуванням транспортних шляхів, або з розміщенням окупаційних військ, окупаційних військ у дуже важливих туристичних регіонах, а також досить масові втрати трудових ресурсів через або великий відтік українців за кордон, переміщення працівників в інші регіони або їх участь у бойових діях.

Будь-який сектор ринкової економіки не може обійтися без належного правового регулювання, особливо в умовах воєнного стану; і туризм не є винятком, тому розглянемо основні аспекти правового регулювання туристичної діяльності в Україні.

Правове регулювання відносин, пов'язаних з діяльністю в сфері туризму в Україні, здійснюється: Верховною Радою України, Кабінетом Міністрів України, центральним органом виконавчої влади, що здійснює контроль і управління народним господарством, Верховною Радою автономії. Республіки Крим і Рада міністрів Автономної Республіки Крим, органи державної адміністрації районів, органи місцевого самоврядування, інші органи в межах, передбачених закон. В особливий період правове регулювання відносин, пов'язаних безпосередньо з туристичною діяльністю, покладається на: військові державні адміністрації

відповідних областей - на рівні області, військово-окружні адміністрації - на рівні районів, міські військові адміністрації - на рівні області. рівень міст.

Відповідно до Закону України «Про туризм» основні напрями реалізації державної політики у сфері туризму, а також державне регулювання і контроль за розвитком туристичної галузі здійснюються шляхом ліцензування, стандартизації та сертифікації туристичної діяльності. служби, а також шляхом організації та здійснення державного контролю за дотриманням законодавства.

Це реалізується векторами, визначеними такою мережею державних органів даного спрямування, яка в межах покладених на них повноважень забезпечує реалізацію державної політики у сфері туризму за вказаними напрямками шляхом:

- Державне агентство розвитку туризму України при Міністерстві культури та інформаційної політики України;

- ДП «Український науково-дослідний і навчальний центр проблем стандартизації, сертифікації та якості»;

- Державна служба України з питань безпечності харчових продуктів та захисту споживачів.

Важливо зазначити, що Державне агентство України з туризму і курортів є органом виконавчої влади Держтуризму, повноваження якого визначаються Кабінетом Міністрів України та, зокрема, Міністром культури та інформаційної політики. ДАРТ здійснює реалізацію державної політики у сфері туристичної та курортної діяльності. Цим займається ДАРТ, окрім державного контролю (нагляду) у цій сфері.

Державна служба України з питань безпечності харчових продуктів та захисту споживачів здійснює державний нагляд (контроль) за дотриманням вимог законодавства у сфері туристичної діяльності відповідно до своєї компетенції.

Законодавство України, яке розглядає туризм як одну з пріоритетних сфер, створило правову базу для його розвитку та мінімальні гарантії захисту прав суб'єктів туристичної діяльності. Зокрема, прийнятий Верховною Радою Закон

України «Про туризм» від 15 вересня 1995 року свідчить, що «туризм проголошено державою одним із пріоритетних напрямів розвитку національної культури та економіки, створює сприятливі умови для туризму». Не менш важливим є Закон України «Про внесення змін до Закону України «Про туризм» від 18 листопада 2003 р., в якому акцентується увага на засадах раціонального використання туристичних ресурсів та регулюються правовідносини, пов'язані з організацією та здійсненням туристичної діяльності. діяльності на території України.

В умовах воєнного стану слід виділити окрему групу нормативно-правових актів, які хоч і не мають безпосереднього відношення до туризму, але мають на нього значний вплив. До цієї групи слід віднести Закон України «Про правовий статус воєнного стану» від 24 лютого 2022 року, яким вводиться воєнний стан, та Закон України «Про мобілізаційну підготовку та мобілізацію», оскільки під час дії воєнного стану проїзд за кордоном для громадян України призовного віку 18-60 років і жінок призовного віку, а також жінок обмежено.

Це неодмінно сильно вплине на розвиток сфери — коли через законодавчі обмеження стануть недоступними послуги, які туроператори пропонують певній категорії населення. Також відповідно до Указу Президента України № 68/2022 «Про утворення військових адміністрацій» органи місцевого самоврядування з обласними військовими адміністраціями, Національною поліцією та Державною службою з надзвичайних ситуацій залишають за собою право встановлювати певні обмеження на туристів. діяльність на територіях їхнього управління інтересами. Наприклад, у першій таблиці проілюстровано обмеження, введені обласними військовими адміністраціями під час воєнного стану.

Розвиток туризму віднесено до пріоритетних сфер законодавством України, яке закріпило правові основи його розвитку та певні мінімальні гарантії захисту прав суб'єктів туристичної діяльності. Зокрема, в прийнятому Верховною Радою Законі України «Про туризм» від 15 вересня 1995 року «туризм є одним із важливих державно-проголошених напрямів розвитку національної культури та економіки, сприятливих умов для його реалізації». Не

Таблиця 1.2-Обмеження роботи туристичних об'єктів у різних областях України

Область	Обмеження
Київ, Київська, Черкаська, Полтавська Волинська області	Забороняється відвідувати зелені зонита ліси, які розташовані поза межами житлових масивів, окрім того дозволено відпочинок біля водойм, перелік який визначає військова адміністрація.
Закарпатська область	Дозволяється відвідувати ліси, за виключенням частини Карпатського біосферного заповідника та Ужанського національного парку, однак заборонені польоти на одномоторних літаках.
Львівська область	Дозволяється відвідувати ліси, але забороняється пересуватися по них на транспорті. Єдиним виключенням є випадки, за яких через ліс прокладено транзитний шлях чи людина пересувається на велосипеді. Дозволяється відпочивати біля водойм, перелік яких визначений військовою адміністрацією.
Тернопільська область	Дозволяється відвідувати ліси, однак забороняється розпалювати багаття. Всі суб'єкти туристичної діяльності працюють в звичному режимі.
Івано-Франківська область	Дозволяється відвідувати ліси та гори, однак забороняється пересуватися по них на джипах, квадроциклах, баггі та мотоциклах. Ця заборона поширена також на курорт Буковель.
Вінницька область	Забороняється відвідувати ліси, однак дозволена туристична діяльність біля водойм, за винятком тих місць, які знаходяться неподалік об'єктів інфраструктури.
Житомирська область	Дозволяється відвідувати ліси, збирати гриби та ягоди, за винятком територій, що розташовані за 20 км від кордону з Білоруссю. Дозволяється також працювати тим закладам культури, які мають обладнані укриття.
Рівненська область	Дозволяється відвідувати ліси, збирати гриби та ягоди, за винятком територій, які знаходяться в північній частині.
Чернівецька область	Дозволяється відвідувати ліси. Туристичні об'єкти працюють в звичному режимі.
Хмельницька область	Дозволяється відвідувати ліси з певними обмеженнями. Туристичні об'єкти працюють в звичному режимі.
Миколаївська область	Дозволяється відвідувати визначені військовою адміністрацією лісові урочища з деякими обмеженнями.

Джерело: сформовано на основі [6].

менш важливим є Закон України «Про внесення змін до Закону України «Про туризм» від 18 листопада 2003 року, який висвітлює принципи раціонального використання туристичних ресурсів та регулює правовідносини з організації та здійснення туристичної діяльності. на території України.

В умовах воєнного стану слід виокремити особливу групу нормативно-правових актів, які, безпосередньо не відносячись до сфери туризму, фактично справляють на неї великий вплив. До цієї групи слід віднести Закон України «Про правовий статус воєнного стану» від 24 лютого 2022 року, яким вводиться воєнний стан, та Закон України «Про мобілізаційну підготовку та мобілізацію»,

оскільки на період дії воєнного стану обмежено виїзд за кордон громадян України призовного віку 18-60 років і жінок призовного віку, а також жінок.

Це, безумовно, дуже сприятиме розвитку індустрії, коли з причин законодавства клас обслуговування більше не доступний для надання туроператорами. Це також робиться відповідно до Указу Президента України № 68/2022 «Про утворення військових адміністрацій», згідно з яким органи місцевого самоврядування разом із обласними військовими адміністраціями, Національною поліцією та Державною службою з надзвичайних ситуацій резервують самостійно. право накладати певні обмеження на діяльність на територіях управління ними. Так, у другій частині подано обмеження, які ініціюють обласні військові адміністрації під час воєнного стану.

При вивченні звернень суб'єктів туристичної діяльності до органів державної влади, що здійснюють реєстрацію, обов'язково слід враховувати норми актів, що регулюють надання комунальних послуг у воєнний час. 18 березня 2022 року Уряд України прийняв постанову №314 «Про деякі питання забезпечення провадження діяльності суб'єктів господарювання в умовах воєнного стану». Відповідно до ч.1 п.4 зазначеної постанови строк прийому заяв про надання публічних послуг під час воєнного стану не відраховується. Після скасування режиму воєнного стану ці строки продовжуються з урахуванням часу, що минув до їх призупинення.

Під час дії воєнного стану причини непроведення державної реєстрації, зокрема реєстрації рішення про ліквідацію юридичної особи, пов'язані з порушенням строку подання документів, встановленого п. 105 ч. 1 ст. статті 28 Закону про реєстрацію, не є актуальними.

Договір на надання туристичних послуг укладається після завершення підготовки подорожі. Права та обов'язки, відповідальність сторін та інші умови договору між туроператором і турагентом визначаються загальними положеннями агентського договору, якщо інше не встановлено договором між туроператором і турагентом. туристичний агент. Якість туристичних послуг

повинна відповідати умовам цього договору, а порядок і способи захисту прав туристів визначаються законодавством України «Про захист прав споживачів».

611 ЦК України, у разі невиконання зобов'язання настають правові наслідки, передбачені договором або самим законом, а саме: припинення зобов'язання внаслідок односторонньої відмови, зобов'язання змінюються умовами. , призначено штраф, також відшкодовано матеріальну та моральну шкоду. Виходить питання щодо того, які правові наслідки невиконання цивільно-правових договорів в умовах воєнного стану.

Можна сказати, що за тими ж нормами цивільного законодавства звільнення від відповідальності за порушення зобов'язань під час воєнного стану цілком може відповідати обставинам особливого значення, передбаченим частиною першою статті 601 ЦК. Звільнення, встановлене згаданою статтею, може бути застосоване лише до тих осіб, які доведуть, що порушення було вчинено внаслідок нещасного випадку, що мав місце, або обставин непереборної сили.

Офіційним листом від 28 лютого 2022 року Торгово-промислова палата України повідомила, що військова агресія Російської Федерації проти України є обставиною непереборної сили. Зазначений строк з 24 лютого 2022 року до офіційного закінчення вважається надзвичайним, невідворотним та об'єктивним для суб'єктів господарювання та фізичних осіб, які виконують зобов'язання за договорами, контрактами, угодами – законодавчими чи іншими актами нормативного характеру – виконання. виконання яких стало неможливим у встановлений строк, з моменту настання обставин непереборної сили.

В Україні розробка «Про внесення змін до Податкового кодексу України щодо державної підтримки культури, туризму та творчих індустрій» Закону України спрямована на зниження ставки податку на додану вартість послуг з тимчасового розміщення готелями. та прирівняних закладів до 1 січня 2023 року. Відповідно до абзацу 7 підпункту «в» пункту 193.1 статті 193 Податкового кодексу України встановлено ставку ПДВ на послуги з тимчасового розміщення у розмірі 7% бази оподаткування. . Ця норма стабільна і постійна.

РОЗДІЛ 2. ДОСЛІДЖЕННЯ ДІЯЛЬНОСТІ ТУРОПЕРАТОРІВ ВНУТРІШНЬОГО ТУРИЗМУ УКРАЇНИ

2.1 Аналіз ринку внутрішнього туризму

Сфера, яка внаслідок анексії Криму в 2014 році та часткової окупації в 2014 році територій у Донецькій і Луганській областях, а також через COVID 2020-2021 вже зазнала серйозного впливу задовго до цієї останньої події, є Український туризм. На його частку припадає більш ніж третина падіння бюджетних надходжень від туристичного бізнесу в Україні з початку війни ([1] там само). Серед них окуповані чи залучені до бойових дій території втратили так звані туристично-привабливі об'єкти, історичні та культові споруди, культурну спадщину, що належали українцям [2; 3].

Значимість розвитку туристичної галузі для економіки України полягає не лише у надходженні коштів державного бюджету від суб'єктів туристичної діяльності, а й у соціальних аспектах, пов'язаних зі створенням робочих місць та підтримкою розвитку територіальних громад. По суті, індустрія туризму є локомотивом для всіх інших галузей, включаючи транспорт, зв'язок, готельний бізнес та інші сфери діяльності. Отже, переосмислення ролі туристичної галузі країни в державній політиці, спрямованій на відновлення та розвиток туризму в повоєнний період, є більш ніж доречним.

Тенденції міжнародного туризму в 2020 році. Перший – різке зниження темпів зростання на міжнародному ринку на 73% — спричинене карантинними заходами, запровадженими внаслідок пандемії COVID-19 [7]. Ці зміни мали глобальний характер і вплинули на розвиток міжнародного туризму в усьому світі.

На рис. 2.1 представлена динаміка обсягів послуг, що надаються туристичними фірмами, операторами та іншими суб'єктами туристичної діяльності в Україні, в тому числі фізичними особами-підприємцями. На рис. 2.2 представлено показники обсягу послуг, які надавали українські турфірми та оператори до війни.

Рис. 2.2 і рис. 2.3 показують, що 2020 рік різко знизився як показник готовності індустрії глобального туризму до викликів, спричинених пандемією. Проте вже у 2021 році турист почав перевищувати рівень 2019 року [7]. У відповідь на виклики карантинних обмежень внутрішній туризм почав розвиватися більш швидкими темпами. Аналіз показників туристичного збору у 2021 році показав, що до бюджетів територіальних громад України надійшло 244 млн грн, що на 86,8% більше, ніж у 2020 році. Міжнародний туризм в Україні

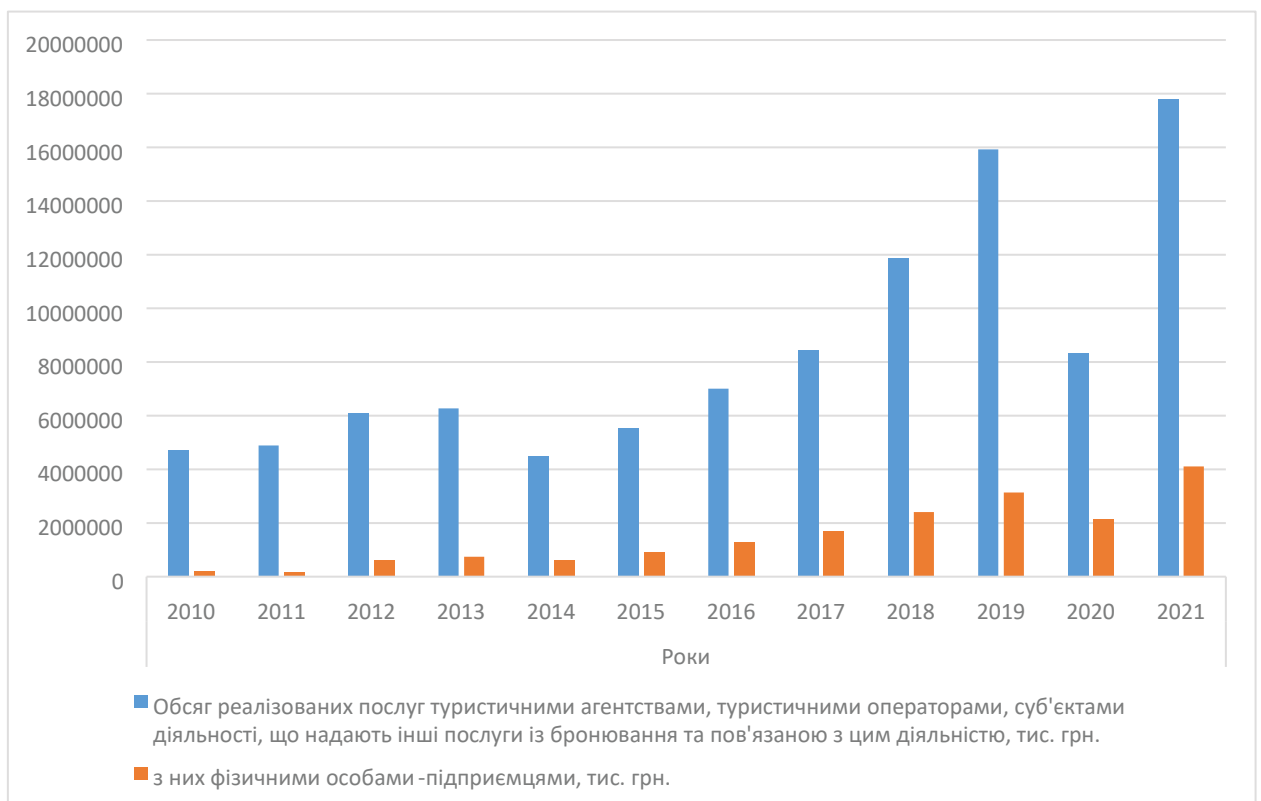


Рис. 2.1. Динаміка обсягу реалізованих послуг туристичними агентствами, туристичними операторами, суб'єктами туристичної діяльності, що надають інші послуги із бронювання та пов'язаною з ним діяльністю в довоєнному періоді, тис. грн

Джерело: побудовано автором за даними [8]

залишався на значно нижчому рівні протягом останніх років. Відповідно до міжнародної статистики, у 2020 році в Україні було зменшено понад 88 % міжнародних подорожей, а у 2021 році зменшення потоку туристів оцінювалося в 9 % [7].

У 2022 році, внаслідок військових дій на території України, до проблем, що були спричинені пандемією та карантинними обмеженнями, додалися нові загрози, пов'язані з війною. Що стосується безпеки, то вона стала пріоритетною передумовою сталого розвитку індустрії подорожей і відпочинку в Україні.

Щодо динаміки податкових надходжень із засобів розміщення в регіонах України за I квартал подано врахування впливів, які погіршують безпекову ситуацію у зазначених областях, у тому числі в м. Києві.

За інформацією Державного агентства розвитку туризму (ДАРТ), у першому кварталі 2023 року податкові надходження від засобів розміщення зросли в десяти областях України порівняно з аналогічним періодом 2022 року [9]. У Чернівецькій області – на 100%; у Рівненській – на 17%; у Львівській – на 16%; у Закарпатській – на 15%; на Волині – на 2%; у Вінниці – на 1%; у Житомирській – на 16%; у Хмельницькому – на 4%; у Дніпропетровську – на 4%; у Кіровоградській – на 0,04%.

Динаміка показників за 2023 р. на відміну від 2021 р. демонструє зростання податкових надходжень в різних регіонах України. Так на 100% у Чернівецькій області, Рівненській – на 17%, Львівській – на 16%, Закарпатській – на 15%, Волинській – на 2%, у Вінницькій – на 1%, у Житомирській – на 16%, а у Хмельницькому – на 4%. В той же час в 2023 році в порівнянні з 2021 р., податкові нарахування від готелів знизилися на 24% у Кіровоградській та на 5% у Дніпропетровській.

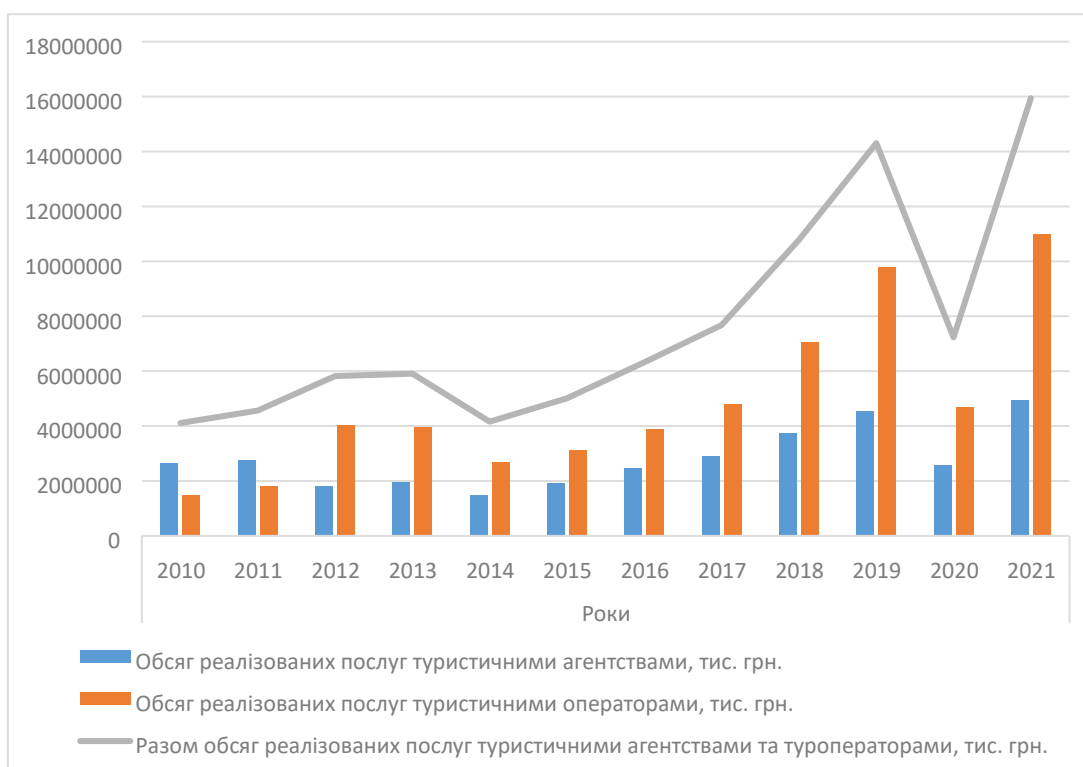


Рис. 2.2. Динаміка обсягу реалізованих послуг туристичними агентствами та туристичними операторами в довоєнному періоді, тис. грн

Джерело: побудовано автором за даними [8]

Таблиця 2.1 Аналіз динаміки податкових надходжень від засобів розміщення у розрізі областей України за показниками 1 кварталу 2021–2023 рр.

Область	Податкові надходження від засобів розміщення у 1 кварталі						
	млн. грн.			коефіцієнти зростання			
	2021	2022	2023	ланцюгові		базисні	
				2022/2021	2023/2022	2022/2021	2023/2021
Закарпатська	11,5	14,6	16,8	1,270	1,151	1,270	1,461
Івано-Франківська	33,7	33,4	30,2	0,991	0,904	0,991	0,896
м. Київ	125,1	107,6	57	0,860	0,530	0,860	0,455
Львівська	37,9	52,1	60,4	1,375	1,159	1,375	1,594
Миколаївська	6,0	6,0	2,0	1,000	0,330	1,000	0,333
Одеська	191,5	24,2	15,2	0,126	0,628	0,126	0,079
Херсонська	6,8	7,0	0,2	1,029	0,029	1,029	0,029
Чернівецька	2,6	2,6	5,2	1,000	2,000	1,000	2,000

Джерело: розраховано автором за даними [9]

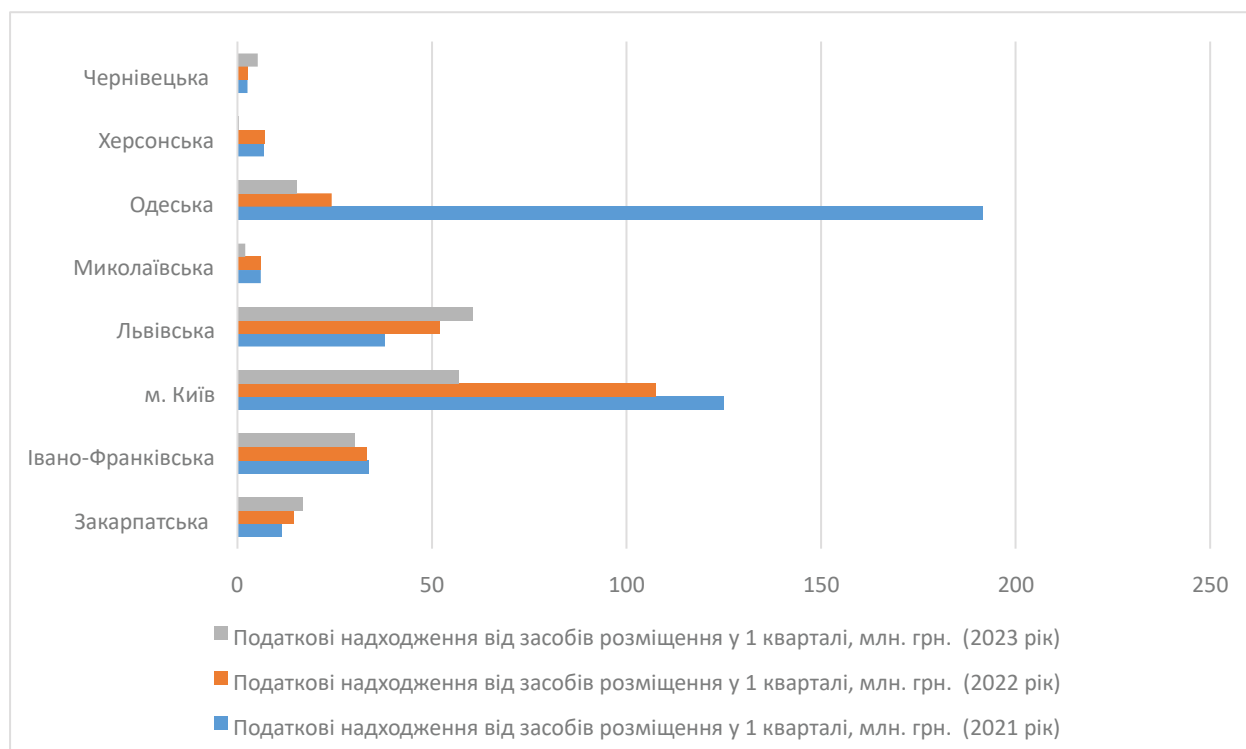


Рис. 2.3. Динаміка податкових надходжень від засобів розміщення по областях України за показниками 1-го кварталу 2021–2023 років

Джерело: побудовано автором за даними [9]

У шести регіонах України, які безпосередньо постраждали від бойових дій, туристичний сектор спричинив різке падіння податкових надходжень до бюджету протягом першого кварталу 2023 року. Зокрема, у Луганській області – на 100%, у Херсонській – на 97%, у Херсонській – на 97%. 87% падіння в Донецькій області, 79% в Запорізькій області, 67% в Миколаївській області, та 54% у Харківській області. Крім того, зменшення податкових надходжень від закладів розміщення зафіксовано в Києві (на 46% у 2023 році проти 2022 року та на 14% порівняно з 2021 роком) та в Черкаській області (на 13% проти довоєнного 2021 року, де ріст становив 5%). . На 15% і 1% відповідно в Київській області, на 8% і 2% в Полтавській області, на 16% і 30% в Сумській області, на 33% і 50,5% в Чернігівській області, на 9% і 10% в Івано-Франківській області, на 23% і 5% в Тернопільській, на 37% і 92% в Одеській відповідно.

Ці цифри підкреслюють необхідність вироблення на державному рівні виважених стратегічних кроків щодо відновлення потенціалу туристичної сфери України та її розвитку у повоєнний період, орієнтованих як на внутрішніх

споживачів туристичних послуг, так і на іноземних туристів. Позитивне ставлення держави до туристичної сфери сприятиме притоку туристів до країни, а увага до негативних факторів запобігатиме можливим проблемам у цій сфері.

2.2. Оцінка фінансового-господарської діяльності туроператора «Відвідай»

Товариство з обмеженою відповідальністю «Відвідай», розташоване за адресою: місто Львів, вул. Замарстинівська, 34 (поряд з палацом Хоткевича).

Директор підприємства: Губіліт Ігор Васильович.

Підприємство є юридичною особою з моменту державної реєстрації. У своїй діяльності ТОВ «Відвідай» керується чинним законодавством України, установчим договором та статутом.

Окрім цього, ТОВ «Візит» має повну господарську самостійність у питаннях управління, прийняття чи прийняття будь-яких інших господарських рішень, надання послуг, встановлення цін, оплати праці та розподілу надлишку після сплати податків та інших обов'язкових платежів.

Туристичне підприємство «Візит» здійснює такі види господарської діяльності:

- організація прийому та обслуговування іноземних туристів в Україні
- організація прийому та обслуговування внутрішніх туристів в Україні
- організація туристичних поїздок за межі України
- екскурсійна діяльність
- кластер фізкультурно-оздоровчого та спортивного туризму. ТОВ. ВІЗИТ

спеціалізується на наступних видах туризму:

Відпочинок на морі (Туреччина, Туніс, Хорватія, Єгипет, Греція, Чорногорія, Болгарія, Крим, Італія, ОАЕ, Іспанія). Туризм в екзотичні країни (Таїланд, Домінікана, Куба, ГОА, Мальдіви, Мексика, Балі, Сейшели, Шрі-Ланка, В'єтнам, Китай, ПАР). Екскурсія (тур по Україні, Угорщині, Франції, Італії, Чехії, Австрії, Польщі). Гірськолижні тури (Україна, Болгарія, Австрія, Словаччина, Франція, Польща).

- 5) Лікувальні тури (Україна, Угорщина, Чехія, Ізраїль).
- 6) Паломницькі тури (Україна, Йорданія, Ізраїль).
- 7) Шоп-тури (Китай, Італія, ОАЕ, Туреччина, Греція, Туніс).

ТОВ «Візит» працює з багатьма авіакомпаніями з бронювання квитків, такими як Lufthansa®, LOT, Air Arabia, Wizz Air, Aerosvit, МАУ, UTair, Aeroflot, Alitalia, KLM, Air Baltic, British Airways, EL AL, Роза Вітрів.

ТОВ «Візит» також надає послуги, пов'язані з навчанням за кордоном у таких країнах як: Австралія, Австрія, Кіпр, Болгарія, Франція, Великобританія, Китай, Німеччина, Словаччина, Греція, Мальта, Ірландія, Іспанія, Італія, Швейцарія, Канада, Латвія, Нова Зеландія, Нідерланди, Польща, США, Чехія.

ТОВ «Відвідай» співпрацює з відомими та надійними туристичними операторами України, надаючи клієнтам можливість самостійно обирати, послугами якого туроператора вони хочуть скористатися. Серед найпопулярніших партнерів туристичної агенції можна виділити: Anex Tour, Turtess Travel, TUI, Pan Ukraine та інші.

Співпраця з цими компаніями здійснюється на основі укладених договорів. ТОВ «Відвідай» пропонує обслуговування відповідно до придбаних турів у таких класах:

- "V.I.P",
- люкс-апартамент,
- люкс першого класу,
- туристичний клас,
- шкільний та кемпінг.

Найбільше менеджерів наймає відділ туризму, оскільки він є основним видом діяльності ТОВ «Візит». Цей відділ представляє величезну кількість туристичних напрямків. За призначення відповідає кожен окремий менеджер. Разом вони активно керують підприємством, вирішують соціальні питання, продають послуги.

Відділ маркетингу та реклами є дуже актуальним, тому що завдяки рекламній діяльності підприємство розвивається, залучаються нові клієнти, що

позитивно позначається на роботі туристичної фірми. Такий персонал активно займається рекламною діяльністю та підготовкою документів з питань реклами; вони також беруть участь в управлінні підприємством.

Фінансова служба забезпечує надійність підприємства. Він здійснює всі фінансові операції та надає звіти для аналізу, щоб розробити нові способи вдосконалення операцій, які виявляються необхідними. Начальник бухгалтерії веде бухгалтерський облік, стежить за рухом майна підприємства, а також здійснює всі види платежів і розрахунків підприємства.

Господарсько-фінансова діяльність ТОВ «Візит» характеризується позитивною динамікою. Показниками цих таблиць є добрий фінансовий стан підприємства. Таким чином, товарообіг за 2019 рік зріс майже на 18,2%, а туристичний потік зріс на 2,6%. Чистий прибуток підприємства за 2019 рік склав 127,3 тис. грн., що на 18,9% більше порівняно з попереднім роком.

Таблиця 2.2. Основні показники діяльності ТОВ «Відвідай»
у 2017-2019 рр., тис. грн.

№	Показники	Роки			Відхилення			
		2017	2018	2019	2018 р. від 2017 р.		2019 р. від 2018 р.	
					Абс.	%	Абс.	%
1	2	3	4	5	6	7	8	9
1	Оборот (турфірми)	4120,5	4930,3	5830,2	800,8	190,6	890,9	180,2
2	Виручка від основних послуг	4120,5	4930,3	5330,2	800,8	190,6	890,9	180,2
3	Прибуток (збиток (-)) балансовий від основної діяльності	127,9	152,9	181,8	25,0	19,5	28,9	18,9
4	Чистий прибуток	89,5	107,0	127,3	17,5	19,5	20,3	18,9
5	Фондовіддача:							
6	Капіталу, грн.	1,8	1,9	2,2	0,1	5,6	0,3	15,8
7	Основних фондів, грн.	2,1	2,4	2,7	0,3	14,3	0,3	12,5
8	Витрати на надання послуг з основної діяльності	284,6	340,4	401,4	55,8	19,6	61,0	17,9
9	Середньорічна вартість основних фондів	196,4	205,5	216,1	9,1	4,6	10,6	5,2
10	Середня величина обігових коштів	83,6	99,1	117,8	16,0	19,3	18,7	18,8

Зросли також узагальнені показники: фондівіддача капіталу підвищилася з 1,8 грн. у 2017 році до 1,9 грн. у 2018 році, а в 2019 році досягла 2,2 грн.;

фондовіддача основних фондів зросла з 2,1 грн. у 2017 році до 2,4 грн. у 2018 році, а в 2019 році збільшилася до 2,7 грн.

Ці зміни стали наслідком загального підвищення виробітку на одного працівника, який у 2019 році склав 10,23 грн., що на 7,9% більше порівняно з 2018 роком (9,48 грн., а у 2017 році – 9,16 грн.). Також відбулося зростання обігових коштів підприємства до 117,8 тис. грн. у 2018 році (у 2017 та 2018 роках – 83,6 та 99,1 тис. грн. відповідно), а також зниження витрат на 1 грн. наданих послуг: 0,68 грн. у 2017 році, 0,69 грн. у 2018 році та 0,68 грн. у 2019 році.

Отже, проаналізувавши динаміку основних показників діяльності підприємства, можна зробити такі висновки:

- підприємство демонструє розвиток, що підтверджується позитивною динамікою прибутку;
- кожен відділ виконує свої обов'язки, що покращує якість обслуговування туристів;
- збільшення чистого прибутку стимулює власника до покращення роботи, підвищення якості обслуговування та створення нових пропозицій.

Компанія пропонує як групові тури за заздалегідь розробленими програмами, так і індивідуальні тури по Україні. Екскурсійні послуги. Приватне підприємство ТОВ «Візит» має лінійно-штатну структуру. Він заснований на зосередженні всіх виробничих і управлінських функцій в руках менеджера. На підприємстві всі повноваження прямі, тобто лінійні, і спрямовуються від вищого рівня управління



до нижчого.

Рис. 2.4 Організаційна структура підприємства ТОВ «Відвідай»

Ця схема використовується в приватному туристичному підприємстві ТОВ «Візит» з наступних причин:

- виконувані роботи прості та однорідні;
- власник підприємства може вести постійний контроль за діяльністю персоналу;
- відмінною рисою є єдність замовлень.

Перевагами цієї конструкції перед іншими є:

- звітність;
- чітко визначені обов'язки;
- чіткий розподіл відповідальності та повноважень;
- швидкість прийняття рішень;
- простота розуміння та використання;
- вміння підтримувати необхідну дисципліну.

Проте, незважаючи на всі свої достоїнства, ця структура має і деякі недоліки, наприклад:

- жорсткість;
- відсутність гнучкості;
- неможливість подальшого розширення.

Таблиця 2.3. SWOT аналіз у зв'язку з різними факторами для ТОВ "Візит".
Таблиця дозволяє аналізувати зовнішнє середовище та наступні можливі відповідності, сильні сторони з можливостями, сильні сторони з загрозами, слабкі сторони з можливостями та слабкі сторони з загрозами. Інформація, наведена в цій таблиці, дозволить визначити всі плюси і мінуси компанії, а також підкреслити ймовірні загрози.

Таблиця 2.3-SWOT-аналіз ТОВ «Відвідай»

Сильні сторони	Слабкі сторони
1. Вихід на нові сегменти при високому рівні обслуговування дозволить підвищити конкурентні позиції; 2. Зниження ціни при високому рівень обслуговування та міцної конкурентної позиції дозволить залучити нових клієнтів; 3. Організація нових каналів збуту дозволить збільшити кількість споживачів; 4. Організація досліджень ринку на належному рівні дозволить виявити переваги клієнтів і відслідковувати зміни їх переваг.	1. Вдале розташування, також дозволить утримати конкурентні позиції; 2. Добре розуміння споживачів дозволяє змінити варіанти й турів навіть за умови скорочення попиту; 3. Міцні конкурентні позиції допоможуть утриматися в умовах нинішньої економічної ситуації в країні.
Можливості	Загрози
1. Розміщення реклами допоможе залучити потенційних клієнтів; 2. Вплив сезонності дозволить фірмі вийти на новий сегмент; 3. Зниження цін відбувається за рахунок фактора сезонності.	1. Поява нових конкурентів погіршить конкурентну позицію; 2. Непродуманість рекламної компанії може знизити попит і загальний прибуток; 3. Спад в економіці країни призведе до зміни стратегії фірми.

2.3 Характеристика асортименту послуг, що пропонує туроператор «Відвідай»

Туристична компанія ТОВ «Відвідай» є одним із провідних гравців на туристичному ринку Львова. Тури, які розробляються та пропонуються як самою компанією, так і іншими туроператорами, користуються значним попитом серед споживачів.

Розглянемо основний асортимент туристичних та екскурсійних продуктів, які пропонує ТОВ «Відвідай» (табл. 2.4).

Таблиця 2.4 Характеристика основних екскурсійних послуг
ТОВ «Відвідай» для школярів

Назва	Місце	К-сть днів	Вартість, грн
Озеро Синевир та водоспад Шипіт	Синевирський перевал, ведмеді, озеро Синевир, водоспад Шипіт	1	549
Тараканів, Дубно + тунель кохання	Тараканів, Дубно	1	459
Карпатський Трамвай і Скелі Довбуша	Скелі в Бубнищі, Гошівський монастир	1	395
Тростян, водоспад Гуркало, козяча ферма	Тростян, водоспад Гуркало	1	395
Жовква, Крехів і Страдч	Жовква, Крехів і Страдч	1	295
Пташине царство Галицького національного парку	Галицький національний парк	1	199

Отже, ми можемо відзначити, що для школярів підприємство розробило спеціальні екскурсії, які будуть цікаві саме цій віковій групі. Ціни на екскурсії коливаються від 199 до 549 грн.

Розглянемо екскурсії по місту Львів, які пропонує ТОВ «Відвідай» (табл. 2.5).

Більшість екскурсій розраховані на один день. Найдорожча з них — «Різдво у Львові та Свята вечеря», вартість якої становить 630 грн, і в цю суму включено легкий фуршет у ресторані. Зазвичай прості тематичні екскурсії тривають від 1 до 3 годин і коштують 75-99 грн.

Таблиця 2.5 Характеристика екскурсій по місту Львів ТОВ «Відвідай»

Назва	Тривалість	Вартість, грн
10 чудотворних ікон Львова	3 год	95
Підземелля стародавнього Львова	2 год	75
Величне Личаківське кладовище	2 год	99
Слідами масонів Львова	2 год	95
Винники - маленька Швейцарія (з Миколою Майданським)	3 год	99
Інтер'єри Шляхетського Казино (Будинок вчених)	1 год	75
Еротичний Львів	3 год	99
Таємниці Львівської прокуратури	1 год	99
Різдво у Львові та Свята вечеря	1 день	630
Містичний Львів	1 год	75

Далі проаналізуємо кількість проданих турів за різними напрямками за останні два роки, з 2017 по 2019 рр. (табл. 3.3).

Таблиця 2.6-. Продаж пізнавальних турів

Назва	2017	2018	2019
1	2	3	4
Озеро Синевир та водоспад Шипіт	210	224	226
Тараканів, Дубно + тунель кохання	122	125	131
Карпатський Трамвай і Скелі Довбуша	318	327	335
Тростян, водоспад Гуркало, козяча ферма	125	126	120
Величний Київ	58	69	72
Одеса, Аккерман, Вилкове	55	57	63
Жовква, Крехів і Страдч	134	136	139
Пташине царство Галицького національного парку	66	71	82

Як бачимо, найбільший попит має тур «Карпатський трамвай», з продажем 335 турів у 2019 році. Найменший попит спостерігається напрямк Одеса. Динаміку продажів можна побачити на рис. 2.5.

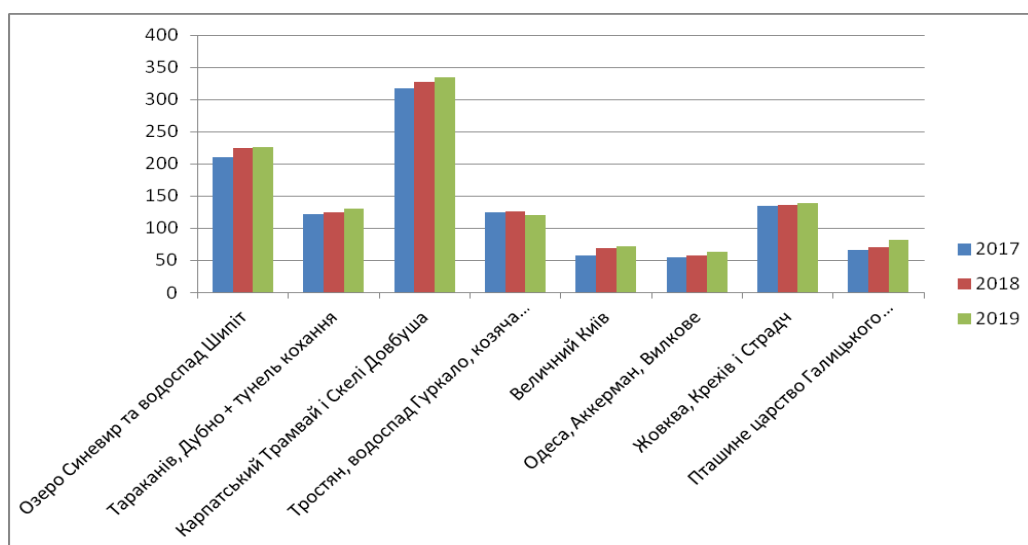


Рис.2.5. Продаж екскурсійних турів

Загалом, спостерігається зростання попиту на більшість туристичних напрямків, особливо на «Карпатський Трамвай і Скелі Довбуша», де протягом 2017-2019 років кількість проданих турів зростає.

Тепер проаналізуємо дохід від зазначених напрямків (табл. 3.4).

Таблиця 2.7. Дохід від продажу екскурсійних турів

Назва	2017, тис.грн	2018, тис.грн	2019, тис.грн
Озеро Синевир та водоспад Шипіт	125,7	126,1	133,9
Тараканів, Дубно + тунель кохання	131,6	136,9	144,5
Карпатський Трамвай і Скелі Довбуша	271,3	288,1	391,2
Тростян, водоспад Гуркало, козяча ферма	124,6	127,1	115,2
Величний Київ	85,3	99,4	126,6
Одеса, Аккерман, Вилкове	195,4	155,7	137,4
Жовква, Крехів і Страдч	76,9	81,4	88,9
Пташине царство Галицького національного парку	110,5	126,7	127,9

Як бачимо, дохід від туру Одеса зменшився з 195,4 тис. грн до 137,4 тис. грн. Це, в першу чергу, пов'язано з посиленням конкуренції серед організацій, тому підприємство в основному стягує плату за доставку в Одесу, а екскурсії оплачуються туристами окремо. Динаміку доходів можна побачити на рис. 2.6.

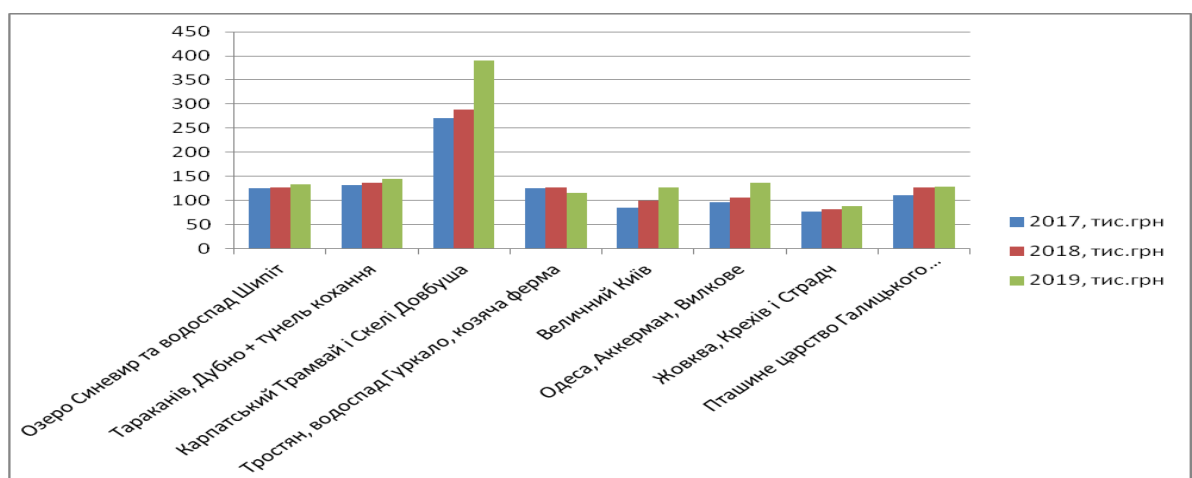


Рис.2.6 Дохід від продажу екскурсійних турів

Таким чином, ми спостерігаємо загальне збільшення доходу по всіх напрямках, що свідчить про правильність обраної стратегії розвитку та постійну роботу над продажем турів. Рекомендується провести рекламну кампанію або розробити нові екскурсійні тури як для дітей, так і для дорослих.

Крім того, підприємство пропонує послуги з організації турів на вихідні (табл. 2.8).

Таблиця 2.8- Тури вихідного дня

Назва	Місце	К-сть днів	Вартість, грн
Релакс-тур “Термальне Закарпаття”	Карпати, Ужгород	2 дні / 1 ніч	895
Гуцульські Карпати + Буковель	Яремче, Рогатинь, Буковель	2 дні / 1 ніч	895
Сплав по Черемошу і не лише	Карпати	2 дні / 1 ніч	895
Кам’янець-Подільський круїз	Кам’янець-Подільський	2 дні / 1 ніч	1045
Сиро-Винний тур Закарпаттям	Сиро-Винний тур Закарпаттям	2 дні / 1 ніч	895
Величний Київ	Київ	2 дні / 1 ніч	1045
Одеса, Аккерман, Вилкове	Одеса, Аккерман, Вилкове	2 дні / 3 ноч	895

Отже, підприємство пропонує тури тривалістю 2 дні та 1 ніч, переважно в регіоні Закарпаття, з середньою вартістю туру 895 грн.

2.4. Вплив туризму на стан охорони навколишнього середовища

Швидкий прогрес у туристичній індустрії та зростання доходів від туристичної діяльності призводять до посилення тиску на природні та історико-культурні ресурси, а також до зростання суперечностей між задоволенням туристичного попиту та раціональним використанням цих ресурсів.

Незважаючи на значний соціально-економічний ефект, інтенсивний розвиток туристичної діяльності має серйозні негативні наслідки для

навколишнього середовища. Це включає погіршення якості повітря, води, санітарного стану територій, пошкодження та виснаження лікувальних і рекреаційних ресурсів, зменшення біорізноманіття, зміни ландшафтів, клімату та порушення екологічної рівноваги.

Основними факторами впливу туризму на навколишнє середовище є надмірна концентрація рекреаційної та туристичної інфраструктури в найбільш привабливих зонах, нераціональне використання природних лікувальних ресурсів, сезонна перенасиченість та великий потік туристів, а також низький рівень екологічної свідомості серед мандрівників.

Різні види туризму по-різному впливають на екологічний стан, і саме екологічність кожного з них визначає рівень негативного впливу, екологічну привабливість регіону, а також економічну вигоду та популярність серед туристів. На жаль, більшість сучасних видів туризму є екологічно небезпечними і можуть призвести до незворотних змін у природних екосистемах.

У зв'язку з цим надзвичайно важливо знайти нові концепції розвитку туристичної галузі, які повинні включати гармонізацію відносин між людиною і природою, перехід від антропоцентричного до природоцентричного підходу в господарюванні, збереження природних туристичних ресурсів та охорону навколишнього середовища. Одним із перспективних напрямків розвитку туризму, що відповідає сучасним вимогам, є впровадження принципів сталого розвитку.

Сталий розвиток – це такий розвиток, який відповідає всім матеріальним, фізичним та духовно-естетичним потребам людини, а також сприяє збереженню ресурсів, необхідних для задоволення потреб майбутніх поколінь. Основні принципи концепції сталого розвитку закладені в програмному документі «Порядок денний на XXI століття» (“Agenda XXI”), який був ухвалений урядами 182 країн під час Конференції ООН з навколишнього середовища і розвитку (UNCED) у 1992 році в Ріо-де-Жанейро. На основі цього документа у 1996 році Всесвітня туристична організація, Всесвітня рада з подорожей і туризму та міжнародна організація «Зелений світ» розробили Концепцію сталого розвитку

туризму у XXI столітті

Ідеї сталого розвитку в сфері туризму були закріплені в ряді міжнародних документів, таких як «Хартія зі сталого туризму» (1995 рік), «Міжнародна програма сталого розвитку туризму» (1999 рік), «Майбутнє, якого ми бажаємо» (2012 рік), «Програма сталого розвитку до 2030 року» (2015 рік), «Міжнародний рік сталого туризму в інтересах розвитку» (2017 рік) та «Туризм та цілі сталого розвитку – подорож до 2030 року» (2017 рік).

У програмному документі ООН ВТО «Туризм та цілі сталого розвитку – подорож до 2030 року» підкреслюється важливість використання позитивного потенціалу туристичного сектору для стійкого розвитку, а також необхідність партнерства та рішучих дій всіх зацікавлених сторін у сфері туризму для зменшення його можливих негативних впливів на навколишнє середовище.

В Україні затверджено Стратегію сталого розвитку до 2030 року (2015 рік) та Стратегію розвитку туризму та курортів на період до 2026 року (2017 рік), в яких акцентується увага на дотриманні принципів сталого розвитку.

Одним із шляхів екологізації туризму є популяризація екологічних форм відпочинку. Екологічний туризм відрізняється помірним впливом на навколишнє середовище та має на меті охорону довкілля. Протягом останніх десятиліть екологічні види туризму (зокрема, екологічний, сільський, зелений) розвиваються дуже швидко, з середнім приростом близько 10% щороку. Однак для досягнення стійкого еколого-збалансованого розвитку туризму необхідно екологізувати всі види туристичної діяльності, що передбачає їх екологічну орієнтацію та впровадження екологічних підходів в організацію. Усі види туризму, пов'язані з природним середовищем, повинні дотримуватися принципів раціонального використання та охорони природних ресурсів.

Процес екологізації туристичної діяльності та перехід до еколого-збалансованого розвитку вимагають спільних зусиль з боку держави, туристичного сектору та самих туристів. Таким чином, екологізація туризму є необхідним процесом, що веде до зменшення негативного впливу всіх видів туризму на довкілля, впровадження ідей сталого розвитку в туристичну

діяльність та формування у туристів бережливого ставлення до природи. Реалізація екологізації туризму потребує координації зусиль держави, туристичних підприємств, туристів і місцевих громад, а також базується на принципах захисту та збереження туристичного середовища в інтересах сучасних і майбутніх поколінь.

РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ УДОСКОНАЛЕННЯ ОРГАНІЗАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТУРОПЕРАТОРІВ ВНУТРІШНЬОГО ТУРИЗМУ

3.1 Діяльність туроператорів України в умовах війни та перспективи розвитку в післявоєнний період

В Україні сьогодні найскладніші умови у туроператорів. У період з 2017 по 2020 роки ця галузь розвивається, а держава підвищує конкурентоспроможність. Під час COVID-19 для туристичної сфери почалися проблеми, коли не працювали аеропорти, готелі були на мінімальному завантаженні, а попит на послуги турфірм надзвичайно впав. Тільки коли галузь почала відновлюватися, почалося повномасштабне вторгнення Російської Федерації в Україну, яке створило надзвичайно жахливі умови для підприємств у цьому секторі туризму. Проте навіть в умовах агресії та непередбачуваності ця галузь продовжує працювати, намагається відродитися та планує подальший розвиток. Сектор становить приблизно 1,4% ВВП.

Український туризм є одним із найважливіших і перспективних елементів сфери, необхідної для подальшого розвитку держави в економічному та культурному планах. Потенціал розвитку закладено також в унікальній українській культурі та історії, які в умовах сучасності є привабливими в очах світового туриста.

Розвиток туризму можливий як у великих містах України, так і в невеликих селах і місцевостях, які вирізняються яскравим національним колоритом. Крім того, Україна приваблює унікальними природними ландшафтами, історико-культурними пам'ятками та рекреаційними зонами, сім з яких включено до списку культурної спадщини ЮНЕСКО.

Туристичні компанії зуміли зберегти свої позиції на міжнародних ринках. Для інвесторів галузь досить приваблива і є пріоритетним напрямком для держави. У складних умовах потрібно було трансформувати роботу від операторів — акцент на тури в безпечні місця України, а також міжнародні рейси

з вильотом з аеропортів сусідніх країн. Ринкова ніша українського туризму представлена компаніями різного рівня — малими та середніми, а також великими компаніями, досвідченими гравцями.

Умовно всі підприємства галузі можна розділити на дві великі групи: фірми-фахівці, які працюють тільки із закордонними турами та організації, які працюють тільки з туристичними поїздками в Україні. Існують також підприємства змішаного типу.

Внутрішній туризм в Україні розрізняється. Навіть в умовах воєнного стану медичний туризм зберігає динамічність. Українські лікарі – висококваліфіковані спеціалісти. При цьому якість обслуговування в медичних установах хороша. Дещо низька вартість медичних послуг в Україні становить 40-70% від цін на європейському ринку. Українські медичні послуги в стоматології, пластичній хірургії, кардіології, реабілітаційній медицині та лікуванні репродуктивної системи користуються попитом на світовому ринку.

Екологічний туризм також популярний, особливо серед мешканців мегаполісів. Можливість відволіктися від постійного шуму та поринути в особливу атмосферу невеликих містечок та сіл приваблює все більше споживачів. Крім того, такий туризм сприяє розвитку сільської інфраструктури та економічних районів.

Не меншою популярністю користуються промислові та бізнес-тури, які привозять на підприємства промислової сфери. Здебільшого промислові тури є майданчиком, де відбуваються переговори та знаходять партнерів, а також допомагають у просуванні українських підприємств на світовому ринку.

Велике вторгнення в Україну не тільки збило вітер з вітрил української туристичної індустрії, а й змінило ринкову ситуацію в Європі. Це відразу підвищило вартість нафтопродуктів і логістичних послуг, а також зіпсувало настрої європейцям. У результаті перші шість місяців війни подорожувати Східною Європою було неможливо.

Згідно зі статистикою Всесвітньої туристичної організації, через війну в Україні зафіксовано зниження рейсів у такі країни:

Молдова – на 69%;
Словенія – на 42%;
Латвія – на 38%;
Фінляндія – на 36%;
Чехія – на 35%.

Збитки світової економіки у сфері туризму через війну в Україні становлять 14 мільярдів доларів. Водночас у 2022 році надходження до державного бюджету України впали більш ніж на третину. Зниження податкових надходжень зафіксовано у таких сферах:

- туристичних баз, дитячих таборів, кемпінгів — на 57%;
- туроператорам — на 35%;
- туристичні агентства — на 27%.

З іншого боку, на 46% зросла діяльність різних пансіонатів та гуртожитків, оскільки вони використовувалися як тимчасове житло для таких переселенців, які змушені були покинути домівку через військові дії. Станом на 2023 рік

туристичний сектор на 1/3 менший, ніж у довоєнний період, а податкові надходження за січень–березень 2023 року скоротилися на 29%. Загалом кількість підприємств на ринку туристичних послуг зменшилася на 34%.

Потік іноземців менший двозначного числа в довоєнні роки і складається не з туристів. В основному це офіційні особи, делегації, представники міжнародних організацій, деякі інші іноземці, які привезли гуманітарну допомогу, волонтери та журналісти. Постраждали понад 99 різних туристичних об'єктів, але наразі інформація не повна, оскільки деякі території перевірити неможливо. Найбільше пошкоджених у Донецькій, Херсонській, Харківській та Київській областях.

Воєнний стан, однак, передбачає окремі правила регулювання внутрішнього туризму. Власне, ще до настання літа вони були доопрацьовані та розміщені на сайті Держтуризму. Також необхідно, щоб туристи в Україні зважали на розташування на своїх маршрутах притулків. І що маршрути, сформульовані офіційними туроператорами та екскурсоводами, автоматично

заборонятимуть їм включати місця без цих притулків. А також особливості комендантської години в регіоні, куди хочеться поїхати. Регіони країни окремо дозволені та обмежені.

Туризм в Україні адаптувався до режиму воєнного стану та трансформував свої формати. Наприклад, нині замість звичайних туристів у готелях живуть дипломати, громадські активісти, журналісти закордонних видань і навіть волонтери.

Сфера внутрішнього туризму частково відновлена. Найбільшим попитом серед українських туристів користуються безпечні регіони, особливо Західна Україна. У 2023 році особливо затребувані поїздки до Чернівецької, Закарпатської та Львівської областей. Водночас регіони Півдня — Миколаївська, Херсонська та Одеська області — втрачають частину рентабельності.

Експерти відзначають кілька тенденцій, які існують на шляху відновлення галузі:

Туристи проявляють інтерес до оздоровчого відпочинку в санаторії та подібних місцях, що допомагає відновити сили далеко від вибухів і хвилювань.

– Зараз затребувані індивідуальні та сімейні тури, а ось групові втратили свою привабливість.

- Готелі, гуртожитки, санаторії повинні мати наявність електроенергії, води, забезпечення стабільного зв'язку, а також укриття.

– В Україні поїздки бронюють в останній момент, тому що в нинішній ситуації їх важко спланувати заздалегідь.

Замість чартерних рейсів з Києва чи обласних центрів туристи користуються аеропортами сусідніх країн — Польщі, Румунії, Молдови. Проте сучасні українці розуміють причини цих незручностей і продовжують бронювати закордонні тури.

Основними споживачами туристичних послуг сьогодні є жінки з дітьми, які отримують послугу. Раніше туроператор бронював на 2-3 особи, а зараз частіше це мами з подругами або бабусі з дітьми.

Вже зараз представники туризму планують, як відновитися після війни. Повноцінний туризм – це швидше відновлення тих міст і регіонів, які найменш постраждали від бойових дій. Дуже багато оптимістичних прогнозів щодо розвитку туристичної індустрії у післявоєнний період — оскільки в Україні багато туристичних об'єктів, до того ж усі погляди світу звернені на нашу країну.

Однак розвиток туризму залежатиме від багатьох факторів, зокрема від якості та темпів відновлення зруйнованої інфраструктури та рівня життя в країні, який є функцією економічних, політичних та соціальних факторів.

Часто наводять аналогію з Хорватією, яка після війни стала відомим туристичним місцем, хоча рівень руйнувань не був таким величезним, як в Україні. На етапі відновлення варто скористатися досвідом тих інших держав, які також зазнали бойових дій, але зуміли зробити свою туристичну привабливість як нову.

Ще одним не менш важливим викликом для розвитку туристичного сектору є необхідність проведення широкомасштабних маркетингових кампаній на світових ринках, які формують у потенційних туристів належне уявлення про Україну як безпечний туристичний напрямок. Кампанії національного рівня та реклама окремих туристичних агентств або операторів. Не менш важливою є реклама українських брендів на міжнародних ринках.

У довгостроковій перспективі, після перемоги та відкриття кордонів, обсяги продажів різко зростуть. Але сам ринковий попит залежить від економічної ситуації. Прогнозується бурхливий розвиток внутрішнього туризму та санаторно-курортної діяльності — реабілітації, якої потребує переважна частина населення.

В'їзний туризм є зростаючим аспектом щодо розвитку будь-яких інших джерел доходу в країні. Це зростає швидше, оскільки, зі зрозумілих причин, процеси відновлення країни та залучення інвестицій передбачають дуже інтенсивну співпрацю з міжнародними партнерами та інвесторами країни.

Кількість туристів може також завдяки військовому досвіду. Багато мандрівників проявляють великий інтерес до символічних місць. Пізнавальні

поїздки мають дати можливість «побачити на власні очі» всі жахи війни, які відбувалися в українських містах і селах. Деякі локації можуть стати унікальними символами слави.

Для відновлення туристичних місць в Україні найважливішим аспектом є розмінування території, яке особливо актуальне для прибережних територій площею близько 20 квадратних кілометрів. Хоча розмінування займає багато часу та ресурсів, воно є необхідною умовою для залучення туристів до відпочинку на сонці.

Експерти виділяють найбільш перспективні рішення для реалізації в умовах післявоєнного відновлення галузі:

- діловий, спортивний, медичний, екологічний та пізнавальний туризм;
- розроблення та реалізація спеціальних програм підтримки учасників туристичного сектору як на державному, так і на міжнародному рівнях;
- співпраця з країнами-партнерами для взаємної підтримки з питань просування туризму;
- популяризація меморіальних маршрутів та місць особливого туристичного інтересу;
- впровадження галузевих інновацій та автоматизація бізнес-процесів.

Власне, перезапуск галузі має розпочатися зараз, враховуючи як наявні, безпосередні виклики, так і більш віддалені, амбітні перспективи розвитку. Подальший розвиток галузі – це справа, яка залежить від держави та гравців ринку.

3.2 Перспектив розвитку галузі туризму в Україні з урахуванням наслідків військового стану

Військова агресія Росії проти України завдає досить вразливої шкоди глобальному бізнесу, особливо в найпоширенішій у світі торгівлі – туризмі. Війна двох країн завдає шкоди туристичній інфраструктурі, пропозиції та попиту, а також умовам ведення бізнесу в галузі.

Компанії в цей період повинні забезпечити велику безпеку для туристів і намагатися залучити їх і зберегти високу економічну стійкість в той же час в поточній ситуації війни. Оновлення та інновації туристичної інфраструктури та зміна попиту та смаків споживачів поставили під сумнів способи ведення традиційного бізнесу в туризмі.

Останні світові туристичні тенденції солідарні з Україною. Антоніу Гутерреш, Генеральний секретар ООН, зазначив, що туризм є одним із найбільших економічних секторів у світі, сферою, яка сприяє передачі прогресу, зближенню культур і створенню нових можливостей, а також підтримує сталий розвиток.

Сприяє трансформації української індустрії туризму за наступними пріоритетами, визначеними Туризмом ООН (UNWTO) для туристичного сектора: інвестиції, освіта, розширення можливостей молоді та сталість. У визначеному напрямку Туризм ООН (UNWTO) розвиває свою програму співпраці з країнами-членами, пропонуючи нові можливості для більшої кількості людей і спільнот — Всесвітній день туризму 2024: Туризм і мир.

Реалізація бізнес-ініціатив в Україні залежить від загальноекономічної та безпекової ситуації. Повномасштабне військове вторгнення та бойові дії 24 лютого 2022 року завдали важкого удару економічній, соціальній та гуманітарній системам української держави.

За оцінками експертів Світового банку та Єврокомісії, збитки від війни в Україні за період з 24 лютого 2022 року по 24 лютого 2023 року становлять 134,7 мільярда доларів США, тоді як відновлення потребує збільшення до 410,6 мільярда доларів. мільярдів доларів США. Збитки в секторі становлять 2,6 мільярда доларів, а потреби у відновленні – 6,9 мільярда доларів.

Проте в цьому середовищі Україні вдалося зберегти макрофінансову стабільність завдяки значній міжнародній допомозі, яку вона продовжувала залучати, отже оптимістично дивлячись на перспективи відновлення після війни.

Це означає, що вирішення таких безпосередніх завдань, як забезпечення стабільного постачання української армії, надання допомоги жертвам серед

цивільного населення, відновлення пошкодженої інфраструктури, забезпечення роботи критично важливих підприємств в умовах воєнного стану та навіть започаткування післявоєнної реконструкції реально неможливе без міцної економічної бази.

Сьогодні стан національної економіки, особливо економічний аспект туристичного сектору, є ключовим фактором, який визначатиме хід військової операції та здатність України успішно відновлюватися після припинення бойових дій. Успіх в економічній і соціальній сферах значною мірою залежить від здатності підприємців і менеджерів різних рівнів визначати стратегічні плани та ефективно їх реалізовувати, особливо щодо своєчасного виконання найважливіших завдань. Майже всі підприємці почуваються найкраще в умовах гострої кризової динаміки.

Підприємницька діяльність у туристичній сфері має свої особливості та невід'ємні характеристики, багато з яких навіть воєнний стан не може викреслити. Зупинимось на кількох ключових аспектах підприємництва в туризмі:

1) ****Сезонність****: більшість туристичних підприємств змушені справлятися з дисбалансом попиту на сезонній основі. Фірмам доведеться розробити стратегії, які допоможуть їм зменшити наслідки такого дисбалансу в попиті.

2) **Конкуренція**: найвищий рівень конкуренції панує в туристичному секторі в усіх країнах. У цьому відношенні фірма повинна відрізнитися, надаючи певні послуги, плюс комфорт і безпеку, а також додаткові переваги для туристів.

3) ****Належність до репутації та іміджу****: у туризмі, особливо в такому секторі, як індустрія гостинності, репутація — це все. Враження клієнтів мають далекосяжний вплив на процвітання будь-якого закладу; таким чином, компаніям необхідно активно працювати над своєю репутацією та ставленням до клієнтів.

4) ****Взаємозв'язки з іншими секторами****: більшість туристичних підприємств залежать від різних секторів економіки. Наприклад, готелі можуть співпрацювати з ресторанами та транспортними компаніями.

5) ****Інновації та технології****: Інновації та технології дуже швидкі, саме так можна описати темп змін у туристичному секторі. Від онлайн-бронювань до використання віртуальної реальності для заохочення туристів — усе залежить від того, наскільки швидко підприємства зможуть освоїти нові технології, щоб залишатися конкурентоспроможними.

6) ****Охорона навколишнього середовища****: підвищена увага до захисту навколишнього середовища та захисту екосистем безпосередньо впливає на кожен сектор економіки. Компанії повинні відповідати новим вимогам і перевагам туристів, стандартизуючи свою діяльність відповідно до сучасних екологічних стандартів і практик.

7) ****Культурна чутливість****: щоб зробити туристичний бізнес успішним, познайомтеся та врахуйте місцеву культуру та традиції. Підприємства, які обслуговують специфіку та потреби споживачів, оскільки вимоги місцевих жителів, що це має бути зроблено.

Розвиток туристичного бізнесу під час війни в Україні є викликом, оскільки конфлікти та війни породжують невизначеність та несприятливі обставини для подорожей. Проте ключовими аспектами стратегічних пропозицій щодо розвитку туризму в умовах війни є такі:

1) ****Безпека та стабільність****: під час війни основними детермінантами, які впливають на можливість розвитку туризму, є безпека та стабільність. Оскільки військові конфлікти спричиняють багато невизначеності та загроз безпеці, подорожі в такому середовищі вкрай не рекомендується.

2) ****Військовий туризм****: це сформує новий сегмент, ймовірно, військовий туризм, коли туристи згодом відвідуватимуть територію, щоб побачити та дізнатися історію через спеціальні меморіальні тури.

3) ****Розвиток туризму в регіонах миру****: У тих частинах, де в країні немає військових дій, можна вживати ініціативи щодо збереження та підтримки туризму. Розвиток туристичних маршрутів та інфраструктури в безпечних регіонах може стати важливим аспектом економічного відновлення.

4) ****Проекти з гуманітарного туризму****: Організації, групи можуть реалізовувати проекти з гуманітарного туризму, для надання допомоги та підтримки населенню територій, що перебувають у стані конфлікту.

5) ****Маркетингова діяльність і комунікації****: Foruersting tourism. Позитивні покриття безпечних регіонів; акцент на гуманітарних, соціальних аспектах. Може залучати туристів, міжнародне співтовариство. 6) ***Спеціальні заходи та заохочення для туристів*** Для стимулювання туристичного потоку навіть в умовах воєнного часу в окремих регіонах України можуть запроваджуватися спеціальні програми та заохочення для туристів (знижки чи інші пільгові умови для покращення схем).

Можна побачити, що наслідки війни для туризму є руйнівними та комплексними. З цим пов'язано кілька інших визначальних факторів. Розвиток туризму в контексті конфлікту вимагає зосередженості, одночасно запроваджуючи стратегію безпеки для всіх учасників. Зазвичай синергія з розвитком індустрії туризму на національному та міжнародному рівнях є важливою при розгляді розвитку туристичного бізнесу.

Для оптимістичного сценарію, деякі ключові аспекти синергетичного підприємництва в Україні на сучасному етапі розвитку під впливом тих глобальних тенденцій, характерних для туристичного сектору, створюючи безпосередньо сприйнятливі продукти, є:

1 ****Створення робочих місць****: туристичне підприємництво створює нові робочі місця в різних галузях (готельний і ресторанний бізнес, транспортні послуги, туристичні агентства), серед іншого.

2. ****Інвестиційна привабливість****: туристичне підприємництво робить сектор привабливим для інвесторів і, отже, з'являються нові проекти, покращується інфраструктура та покращується якість послуг для туристів.

3. ****Стимулювання місцевої економіки****: туристичне підприємництво може позитивно стимулювати місцеву економіку шляхом, наприклад, заохочення місцевих виробників, ресторанів, ремісничих виробів, згадати лише декілька інших підприємств, які могли б отримати вигоду від стимулювання туризму.

4. ****Інновації та розвиток****: Підприємці в туристичному секторі спричиняють постійне зростання технологій, інновацій та послуг, оскільки на конкурентний рівень привабливості галузі реагують туристи.

5. ****Привернення уваги до місцевої культури та спадщини****: туристичні підприємці виховують послів місцевої культури та спадщини, розвиваючи та оприлюднюючи унікальні аспекти та традиції щодо участі місцевої громади.

6 ****Підвищення сталого розвитку****: багато туристичних підприємців дотримуються сталого розвитку у своїй бізнес-діяльності. Вони будують свою діяльність на збереженні природних і створених людиною ресурсів для майбутніх нащадків.

7 ****Диверсифікація туристичних продуктів****: підприємці пакетують, розробляють і створюють нові цікаві маршрути та події для відвідувачів. Вони відкривають нові сектори, ринки та економічні можливості для інших місцевих жителів країни.

8 ****Сприяння малим і середнім підприємствам****: туризм сприяє розвитку малих і середніх підприємств, оскільки більшість компаній, які працюють у цьому секторі, є невеликими фірмами.

Розділ 4. ОХОРОНА ПРАЦІ

4.1. Аналіз стану і заходи поліпшення виробничої санітарії і гігієни праці на туристичних підприємствах

Аналіз стану охорони праці проводиться з метою визначення відповідності робочих місць, виробничих процесів, техніки та обладнання нормативно-правовим актам, а також для виявлення причин виробничих травм і професійних захворювань у сфері гірськолижного туризму. Для цього аналізу використовуються знання, отримані під час вивчення курсу "Охорона праці та безпека життєдіяльності", а також статистичні дані щодо охорони праці в організаціях і підприємствах туристичної сфери, на основі яких виконується бакалаврська робота. У цьому підрозділі пропонується розглянути такі питання:

- відповідальність за організацію охорони праці на підприємстві;
- особливості дотримання вимог трудового законодавства під час організації праці та технологічних процесів у різних заходах і різновидах туристичної діяльності;
- дотримання вимог щодо проведення інструктажів (вступного, первинного на робочому місці, повторного, цільового, позапланового);
- аналіз стану протипожежних заходів;
- аналіз виробничого травматизму та професійних захворювань за роки, що розглядаються у бакалаврській роботі (з визначенням показників травматизму за статистичним методом – перелік джерел інформації у додатках).

Заходи щодо покращення стану виробничої санітарії та гігієни праці реалізуються з метою створення безпечних умов праці шляхом: приведення показників виробничого середовища до нормативного рівня за елементами умов праці (технічні та технологічні рішення); захисту працівників від впливу шкідливих виробничих чинників.

До показників ефективності заходів щодо покращення виробничої санітарії та гігієни праці відносяться:

а) зміни в умовах праці: кількість засобів виробництва, що відповідають вимогам стандартів безпеки праці; поліпшення санітарно-гігієнічних показників виробничого середовища; покращення психофізіологічних показників, зменшення фізичних і нервово-психічних навантажень, поліпшення естетичних показників, раціональне компонування робочих місць та упорядкування робочих приміщень і території;

б) соціальні результати заходів: збільшення кількості робочих місць, що відповідають нормативним вимогам; зниження рівня виробничого травматизму; зменшення випадків професійної захворюваності; зменшення плинності кадрів через незадовільні умови праці; підвищення престижу та задоволення працею;

в) економічні результати заходів щодо покращення умов праці виражаються у вигляді економії за рахунок зменшення збитків внаслідок аварій, нещасних випадків і професійних захворювань.

Розробка даного пункту передбачає проведення аналізу поточного стану та вжиття заходів для покращення умов праці і виробничого побуту, з урахуванням організаційно-правових та санітарно-гігієнічних вимог під час виконання робіт за темою дипломної роботи [36].

У цьому пункті слід охарактеризувати:

1) Назву та місцезнаходження підприємства, загальну характеристику виконуваних робіт і наданих послуг, а також перелік шкідливих виробничих чинників. Необхідно вказати наявність та причини виробничого травматизму і професійних захворювань під час виконання та надання туристичних послуг, функціонування служби охорони праці на підприємстві, що надає туристичні послуги, виконання основних завдань і функцій з охорони праці, відповідальність посадових осіб за організацію безпечних умов праці, проведення навчань, інструктажів та перевірки знань з охорони праці, а також наявність журналів реєстрації інструктажів і забезпечення засобами індивідуального захисту тощо.

2) Особливості розташування підприємства (туристичної організації) та виробничих і допоміжних приміщень відповідно до чинних санітарно-гігієнічних вимог.

3) Санітарно-гігієнічні умови виконуваних і пропонуваніх робіт у структурних підрозділах підприємства (філіали, відділення) відповідно до завдання на бакалаврську роботу.

4) Вплив кліматичних умов (температура, вологість, освітлення, запиленість, загазованість, шум, вібрація, різні види опромінення тощо) на штатних працівників підприємства, з посиланням на нормативні документи та норми параметрів.

5) Особливості організації роботи та відпочинку персоналу, а також водно-питного режиму та режиму харчування працівників туристичної сфери та користувачів галузі туризму.

Важливо оцінити стан виробничої санітарії та гігієни праці в цілому, а також надати рекомендації щодо профілактичних заходів для запобігання нещасним випадкам і захворюванням на виробництві. Особливу увагу слід приділити використанню сучасних засобів індивідуального та колективного захисту, рівню кваліфікації працівників та їх допускам до виконання робіт. Необхідно також передбачити заходи для дотримання правил безпеки праці, загальної санітарії та гігієни під час проведення туристичних заходів з підвищеним ризиком (транспортні роботи, екскурсії в гірських районах, на водних та заболочених об'єктах, у лісах, підземних печерах тощо).

Розробка рекомендацій з виробничої санітарії та гігієни праці під час виконання різних видів робіт у сфері гірськолижного туризму дозволяє систематизувати знання та запропонувати ряд безпечних заходів, дотримання яких забезпечить виконання робіт з мінімальною ймовірністю виникнення небезпечних умов і ситуацій.

4.2. Пожежна безпека туристичного підприємства

Система протипожежного захисту в сфері гірськолижного туризму визначається як комплекс організаційних заходів і технічних засобів, спрямованих на запобігання впливу небезпечних факторів пожежі на людей та зменшення матеріальних втрат. Особлива увага приділяється небезпечним чинникам пожежі, які можуть призвести до травм, отруєнь або загибелі людей, а також до фінансових збитків. Ймовірність виникнення пожежі на виробництві або в побуті оцінюється на основі можливості створення умов, необхідних для загоряння.

У загальному контексті розглядаються категорії приміщень за їх вибухо- і пожежною небезпекою, наявність первинних засобів для гасіння пожеж, систем протипожежної сигналізації та водопостачання, а також класифікація приміщень відповідно до Правил улаштування електроустановок. Окремо акцентується увага на організаційних заходах, спрямованих на запобігання ураженню електричним струмом.

Також наводиться аналіз пожежної небезпеки на територіях (акваторіях), де надаються туристичні послуги, і розробляються профілактичні заходи для уникнення виникнення пожеж під час виконання зазначених робіт. Розробляються рекомендації щодо пожежної профілактики, які включають комплекс організаційних і технічних заходів, спрямованих на забезпечення безпеки людей, запобігання пожежам, обмеження їх поширення та створення умов для ефективного гасіння.

Організаційні та технічні заходи, що запобігають виникненню пожеж, повинні відповідати вимогам правил пожежної безпеки. Пожежна безпека є критично важливим аспектом туризму, оскільки вона забезпечує благополуччя відвідувачів, працівників та навколишнього середовища.

Ключові аспекти пожежної безпеки в туризмі включають:

1. Проектування та будівництво: на курортах важливо дотримуватися норм пожежної безпеки та впроваджувати відповідні методи проектування і будівництва. Це передбачає використання вогнестійких матеріалів, встановлення систем виявлення та гасіння пожеж, а також забезпечення належних пожежних виходів і шляхів евакуації в будівлях.

****Системи пожежогасіння:**** Курорти повинні бути обладнані надійними системами пожежогасіння, такими як спринклери та вогнегасники, які розміщуються в будівлях та інших важливих зонах. Ці системи сприяють ранньому виявленню та контролю пожеж, що допомагає зменшити можливі збитки та травми.

****Заходи протипожежної безпеки:**** Профілактика є основою пожежної безпеки. Курорти повинні реалізовувати заходи для зниження ризику виникнення пожеж, зокрема, проводити регулярне технічне обслуговування та перевірку електричних систем, опалювального обладнання та снігозабезпечувальної інфраструктури. Важливо також правильно зберігати та утилізувати легкозаймисті матеріали, такі як паливо та хімікати, щоб уникнути випадкових загорянь.

****Навчання персоналу та готовність до надзвичайних ситуацій:**** Працівники повинні пройти всебічне навчання з протоколів пожежної безпеки, яке включає запобігання пожежам, процедури евакуації та використання обладнання для гасіння вогню. Регулярні тренування та навчання є необхідними для забезпечення готовності співробітників до ефективної реакції у разі пожежі.

****Комунікація та вивіски:**** Чітка комунікація та відповідні вивіски є критично важливими для орієнтації відвідувачів і працівників під час надзвичайних ситуацій. На знаках повинні бути вказані протипожежні виходи, шляхи евакуації, місця збору та розташування засобів пожежогасіння. Контактна інформація для надзвичайних ситуацій повинна бути доступною на всій території курорту.

****Управління рослинністю:**** Курорти часто оточені значними лісовими або рослинними територіями. Правильне управління рослинністю, таке як підтримка захисних зон, видалення відмерлої рослинності та контроль за завантаженнями пального, може суттєво знизити ризик поширення лісових пожеж на курорт та його об'єкти.

****Співпраця з місцевими пожежними службами:**** Курорти повинні налагоджувати тісні партнерські стосунки з місцевими пожежними службами та службами швидкого реагування. Регулярне спілкування та співпраця забезпечують, що пожежники ознайомлені з планом курорту, точками доступу та наявними ресурсами, що сприяє більш ефективному реагуванню у разі виникнення пожежі.

Навчання відвідувачів основам пожежної безпеки. Курорти зобов'язані надавати своїм гостям інформацію про пожежну безпеку, яка включає рекомендації щодо безпечної поведінки, правила куріння та усвідомлення можливих ризиків виникнення пожеж, пов'язаних із певними видами діяльності. Сприяння відповідальному поводженню та інформування гостей про дії в екстрених ситуаціях можуть суттєво знизити ймовірність нещасних випадків і підвищити загальний рівень пожежної безпеки.

Пожежна безпека є безперервним процесом, що вимагає регулярної оцінки, навчання та адаптації до змінюваних умов. Зосереджуючи увагу на запобіганні пожежам, готовності до надзвичайних ситуацій та співпраці, гірськолижні курорти можуть забезпечити безпечніше середовище для своїх відвідувачів і зменшити потенційний вплив пожеж на навколишню територію.

4.3. Інструкція з охорони праці туристичного підприємства

Згідно з поставленим завданням, у цьому пункті необхідно розробити інструкцію з охорони праці або пожежної безпеки, спираючись на методики, вивчені під час практичних занять з курсу «Основи охорони праці».

Інструкція повинна включати такі розділи: загальні положення; вимоги безпеки перед початком роботи; вимоги безпеки під час виконання роботи; вимоги безпеки після завершення роботи; вимоги безпеки в аварійних ситуаціях.

Розділ «Загальні положення» має містити:

- інформацію про сферу застосування інструкції;
- загальні відомості про об'єкт розробки, зокрема визначення робочого місця працівника відповідної професії (виду робіт) залежно від тривалості його перебування на ньому протягом робочої зміни (постійне чи непостійне); короткий опис технологічного процесу та обладнання, що використовується на цьому робочому місці;
- умови та порядок допуску працівників до самостійної роботи за професією або виконання відповідного виду робіт (вимоги щодо віку, стажу роботи, статі, стану здоров'я, проходження медичних оглядів, професійної освіти та спеціального навчання з охорони праці, інструктажів, перевірки знань тощо);
- вимоги правил внутрішнього трудового розпорядку, що стосуються охорони праці для даного виду робіт або професії, а також інформацію про специфічні особливості організації праці і технологічних процесів, а також про обов'язки працівників даної професії (які виконують цей вид робіт);
- характеристику основних небезпечних та шкідливих виробничих факторів для даної професії (виду робіт) та особливості їх впливу на працівника;
- перелік видів спецодягу, спецвзуття та інших засобів індивідуального захисту, які повинні видаватися працівникам даної професії (виду робіт) відповідно до чинних норм, із зазначенням стандартів або технічних умов на них;
- вимоги санітарних норм і правил особистої гігієни, яких працівник повинен дотримуватись під час виконання роботи.

Розділ «Вимоги безпеки перед початком роботи» має включати:

- порядок приймання зміни у випадку безперервної роботи, зокрема при порушенні режиму роботи виробничого обладнання або технологічного процесу;
- порядок підготовки робочого місця та засобів індивідуального захисту;
- порядок перевірки справності обладнання, інструментів, захисних пристроїв небезпечних зон машин і механізмів;
- порядок повідомлення роботодавця про виявлені несправності обладнання, пристроїв, інструментів, засобів захисту тощо.

Розділ «Вимоги безпеки під час роботи» повинен містити:

- інформацію щодо безпечної організації праці, прийоми та методи безпечного виконання робіт, правила використання технологічного обладнання, пристроїв та інструментів, а також застереження про можливі небезпечні та неправильні методи і прийоми праці, які заборонено використовувати.

- Інструкції щодо підтримання робочого місця в безпечному стані.

- Можливі види небезпечних відхилень від нормального функціонування обладнання та технологічних регламентів, а також способи їх усунення.

- Вимоги до використання засобів індивідуального та колективного захисту від шкідливих і небезпечних виробничих факторів.

- Умови, за яких надання робіт і послуг має бути призупинено (технічні, метеорологічні, санітарно-гігієнічні, соціально-політичні тощо).

- Вимоги щодо забезпечення пожежної та вибухової безпеки; порядок повідомлення роботодавця про нещасні випадки, раптові захворювання, порушення технологічного процесу, виявлені несправності обладнання, інструментів, засобів захисту та інші небезпечні і шкідливі виробничі фактори, що загрожують життю і здоров'ю працівників.

Розділ «Вимоги безпеки після закінчення роботи» має включати:

- Порядок безпечного вимкнення, зупинки, розбирання, очищення та змащення обладнання, пристроїв, машин, механізмів і апаратури.

- Порядок здавання робочого місця.

- Вимоги санітарних норм і правил особистої гігієни, яких працівник повинен дотримуватись після завершення роботи.

- Порядок повідомлення роботодавця про всі недоліки, виявлені під час роботи.

Розділ «Вимоги безпеки в аварійних ситуаціях» повинен містити:

- Інформацію про ознаки можливих аварійних ситуацій, характерні причини аварій (вибухи, пожежі тощо).

- Інформацію про засоби та дії, спрямовані на запобігання можливим аваріям.

- Порядок дій, особисті обов'язки та правила поведінки працівника під час виникнення аварії відповідно до плану її ліквідації.

- Порядок повідомлення роботодавця про аварії та ситуації, що можуть до них призвести.

- Інформацію про порядок застосування засобів протипожежного захисту та сигналізації.

При складанні тексту інструкції слід дотримуватись таких правил:

- Текст інструкції має бути стислим, зрозумілим і не допускати різних тлумачень.

- Інструкція не повинна містити посилань на нормативні акти, вимоги яких враховуються при її розробці. У разі необхідності ці вимоги відтворюються дослівно.

- Слід використовувати терміни та визначення, прийняті в Законі України «Про охорону праці», ДСТУ 2293-93 ССБП «Охорона праці. Терміни та визначення», ДК 003-95 «Державний класифікатор України. Класифікатор професій» та інших нормативних актах. У тексті інструкції не допускається використання розмовних зворотів, довільних словосполучень, скорочень слів, різних термінів для одного поняття, а також іноземних слів чи термінів, якщо в українській мові є рівнозначні. Допускається використання лише загальноприйнятих скорочень і аббревіатур, а також заміна словосполучень на скорочення або аббревіатури за умови повного відтворення цього

словосполучення при першому згадуванні з зазначенням у дужках відповідного скорочення чи аббревіатури. У тексті інструкції слід уникати формулювань у вигляді заборони, а при необхідності надавати пояснення причин заборони. Не слід використовувати слова «категорично», «особливо», «обов'язково», «суворо» тощо, оскільки всі вимоги інструкції є однаково обов'язковими. Для наочності окремі вимоги можуть бути проілюстровані.

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

Туроператори розробляють туристичні маршрути та проектують їх складність, проводять рекламні кампанії, розраховують і встановлюють ціни на тури, здійснюють продаж турів туристичним агентствам. Вибір країни для організації туру, транспортних засобів для доставки туристів, набору послуг в рамках турпакета, а також взаємодія з постачальниками - на розсуд туроператора.

Туроператорська діяльність в Україні здійснюється відповідно до Закону України "Про туризм" та постанови Кабінету Міністрів України "Про затвердження Ліцензійних умов провадження туроператорської діяльності". У цьому нормативно-правовому акті закріплено поняття туроператора та туроператорської діяльності, а також порядок і вимоги до отримання ліцензії на здійснення туроператорської діяльності.

Російсько-українська війна, що почалася в 2014 році, завдала значного удару по українському туристичному сектору. У зв'язку з цим різко скоротилися в'їзні та виїзні туристичні потоки. Все це негативно позначилося на надходженнях до державного бюджету як від туристичних підприємств, так і від компаній, так чи інакше пов'язаних з туризмом.

Сьогодні в багатьох регіонах реальний туризм не може реально функціонувати через наявність окупаційних військ воєнних дій або близькість до небезпечних зон. У тих регіонах, де ситуація є відносно безпечною, внутрішній туризм частково відновлюється, але його обсяги значно нижчі за довоєнні. Аналіз законодавства України, що регулює діяльність туристичної галузі, показав, що вищезгадані законодавчі та правові акти створюють правову основу для розвитку туристичної індустрії в умовах воєнного стану.

Вивчивши організацію роботи туристичного підприємства ТОВ «ВІДВІДАЙ», можна зазначити, що компанія, заснована у 2006 році, надає туристичні послуги на ринку Львова та Львівської області. Турфірма функціонує в умовах високої конкуренції, тому забезпечення якісного обслуговування клієнтів є важливим аспектом її діяльності.

ТОВ «ВІДВІДАЙ» дотримується стратегії конкурентного лідерства, зосереджуючи увагу на мінімізації витрат виробництва. Ця стратегія передбачає покращення споживчих якостей послуг, розробку нових видів послуг та механізмів просування, що відповідають цілям компанії. Аналіз конкурентного середовища свідчить про те, що ТОВ «ВІДВІДАЙ» є потужним конкурентом, особливо в аспекті рекламної активності та різноманітності пропонованих послуг. Проте, в'їзний туризм у компанії розвинений недостатньо.

Для підвищення конкурентоспроможності та забезпечення подальшої фінансової стабільності, ТОВ «ВІДВІДАЙ» слід розробити ефективну маркетингову стратегію та розширити асортимент турів, включивши нові пропозиції по Львівській області.

Розвиток підприємництва в українському туристичному секторі під час війни є складним завданням, оскільки конфлікти та війни завжди приносять невизначеність та несприятливе середовище для подорожей. Економічний аналіз показників підприємницької діяльності в цьому секторі за розглянутий період свідчить про різке зниження економічної активності малих і середніх підприємств, які складають основу туристичного сектору.

Однак є декілька ключових напрямів, які можна скорегувати під стратегічні пропозиції щодо розвитку туризму під час війни з метою підтримки підприємницьких ініціатив за рахунок власних та донорських ресурсів. Серед них: забезпечення безпеки та стабільності, розвиток військового туризму, підтримка туризму в зонах миру, реалізація проектів гуманітарного туризму, маркетингові кампанії та комунікації, а також спеціальні заходи та стимули для туристів.

Деякі з основних рис підприємництва в Україні на цьому етапі, які відповідають світовим тенденціям у туристичному секторі, такі: створення нових робочих місць, залучення інвестицій, стимулювання місцевої економіки, інновації та розвиток, більше уваги до місцевої культури та спадщини, донесення інформації про сталий розвиток, диверсифікацію туристичних продуктів, розвиток малого та середнього бізнесу.

Подальші дослідження в цьому напрямі мають стосуватися аналізу досвіду адаптації суб'єктів ринку туристичних послуг до викликів безпосередньо військового конфлікту та забезпечення трудовими ресурсами, а також питань забезпечення сфери туризму робочою силою, інноваціями, впровадження технологій, а також залучення молоді до розвитку підприємництва.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Александрова А. Ю. Международный туризм. Москва : Аспект Пресс, 2011. 464 с.
2. Бабарицька В. К., Малиновська О. Ю. Менеджмент туризму. Туроперейтинг. Понятійно-термінологічні основи. Сервісне забезпечення турпродукту. Київ : Альтерпрес, 2018. 286 с.
3. Бейдик О. О. Рекреаційні ресурси України : навч. посіб. Київ : Альтерпрес, 2009. 400 с.
4. Бейдик О. О. Рекреаційно-туристські ресурси України : методологія та методика аналізу, термінологія, районування. Київ : ВПЦ «Київ ун-т», 2014. 209 с.
5. Білоусов О. М., Лугінін О. Є., Морозова О. С., Соколова Л. В. Менеджмент туристичної галузі : підручник. Херсон : Видавничий дім «Гельветика», 2017. 580 с.
6. Бондаренко А. Г., Дугієнко Н. О. Вплив пандемії Covid-19 на міжнародний туризм. Східна Європа : економіка, бізнес та управління. Світове господарство і міжнародні економічні відносини. 2020. Вип. 3 (26), С. 3-7. URL : http://www.easterneurope-ebm.in.ua/journal/26_2020/3.pdf
7. Вислободська Г. П., Бричка Б. Б. Вплив пандемії Covid-19 на розвиток туристичного ринку України. Туризм в умовах пандемії Covid-19 : шанси та загрози. Зб. матеріалів круглого столу. Львів : Львівський національний університет ветеринарної медицини та біотехнологій ім. С.З. Гжицького. 2020. С. 19-21.
8. Вислободська Г. П., Макаруха С. Р. Кооперація в туризмі : стан, проблеми та перспективи. Причорноморські економічні студії. 2019. Вип. 47-1. С. 126-130.
9. Влащенко Н. М., Тонкошкур М. В. Інноваційні технології в туризмі : конспект лекцій Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2015. 131 с.
10. Внутрішній туризм в Україні. URL

- [:https://www.radiosvoboda.org/a/vnytrishniy-turyzm-v-ukrainiCOVID19/30726545.html](https://www.radiosvoboda.org/a/vnytrishniy-turyzm-v-ukrainiCOVID19/30726545.html)
11. Внучко С., Тимошенко Т. COVID-19 та соціальний діалог в туристичній галузі: практика ЄС та українські реалії. URL : <http://eu-uacsp.org.ua/news/240-covid-19-ta-socialnij-dialog-v-turistichnij-galuzi-praktika-yesta-ukrayinskij-realiyi>
 12. Втрати туризму від пандемії 2020 року вп'ятеро перевищили втрати під час фінансової кризи 2009 року – ООН. 112.ua : URL : <https://ua.112.ua/suspilstvo/vtraty-turyzmu-vid-pandemii-2020-roku-v-5-raziv-perevyshchyly-vtratypid-chas-finansovoi-kryzy2009-oon-550086.htm>
 13. Господарський Кодекс України : Закон України від 16.01.2003 №436IV. URL : <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/436-15>
 14. Грабовенська С. П. Сучасний стан і тенденції розвитку туристичної галузі України. Молодий вчений. 2016. № 8 (35). С. 15-18.
 14. Графська, О., Підвальна, О., Боднарчук, Х. Перспективи розвитку внутрішнього туризму в умовах пандемії COVID-19. Економіка та суспільство, 2021, (25). С. 43-47. URL : <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-25-52>
 15. Гуторов О. І., Михайлова Л. І., Шарко І. О., Турчіна С. Г., Киричок О. В. Управління інноваціями : навч. посіб. Харків : «Діса плюс», 2016. 266 с.
 16. Давидова О. Особливості застосування інновацій у розвиток туристичної галузі України. Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Економіка. 2015. Вип. 7. С. 65-69. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/VKNU_Ekon_2015_7_11
 17. Державна служба статистики України. URL : <http://www.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення : 01.02.2021).
 18. Жаліло Я. А., Ковалівська С. В., Филипенко А. О., Химинець В. В., Головка А. А. Щодо розвитку туризму в Україні в умовах підвищених епідемічних ризиків. Аналітична записка Національного інституту стратегічних досліджень. Київ, 2019. 29 с.

19. Жукович І. А. Інновації в туризмі : основні теоретичні та практичні аспекти. Наука та наукознавство, 2017. №2 (95). С. 69-81.
20. Землянкін А. І., Підоричева І. Ю., Ніколаєнко А. І. Проєкт нової концепції розвитку національної інноваційної системи України (на період 2016–2026 років). Економічний вісник Донбасу. 2016. №3 (45). С. 197-206.
21. Зима О. Г., Дехтяр Н. А. Організація туризму в Україні : конспект лекцій. Харків : ХНЕУ, 2008. 271 с.
22. Кабушкин Н. И. Организация туризма. Минск : Новое знание, 2013. 632 с.
25. Карпенко Н. М., Карпенко Ю. В. Регіональні аспекти розвитку лікувально-оздоровчого туризму в умовах модернізації економіки. Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія «Економічні науки». 2017. № 2 (80). С. 89-92 URL : <http://journal.puet.edu.ua/index.php/nven/issue/view/47>
26. Кифяк В. Ф. Організація туризму. Чернівці : Книги – XXI, 2008. 344 с.
27. Коваленко О. В. Внутрішній туризм за видами як пріоритетний напрям розвитку туристичної галузі України. URL : http://tourlib.net/statti_ukr/kovalenko.htm
28. Козловський Є. В. Правове регулювання туристичної діяльності : навч. посіб. Київ : ЦУЛ, 2015. 272 с.
29. Колективні засоби розміщення в Україні. Статистична інформація. URL : <http://www.ukrstat.gov.ua>
30. Колосінська М. І. Підходи до класифікації видів та форм туризму. Глобальні та національні проблеми економіки. 2016. Вип. 9. с. 146-150.
31. Конституція України : Закон від 28.06.1996 № 254к/96-ВР. URL : <https://www.president.gov.ua/documents/constitution>
32. Концептуальная записка : COVID-19 и перестройка сектора туризма. URL : https://www.un.org/sites/un2.un.org/files/policy_brief_covid19_and_transforming_tourism_russian.pdf
32. Коронавірусне літо 2020-го : Коли країни відкриють кордони для туристів і чи планують вони взагалі їх відкривати? URL :

<https://ua.112.ua/golovninovyni/koronavirusne-lito-2020-ho-koly-krainyvidkryutkordony-dlia-turystiv-i-chy-planuiut-vony-vzahali-ikhvidkryvaty-534022.html>

33. Костинець В. В., Костинець Ю. В. Віртуальні подорожі як інструмент просування причорноморського регіону. Причорноморські економічні студії. 2020. Вип. 52-1. С.82-85.
35. Кучірка Д. Внутрішній туризм в Україні – на підйомі через Covid-19. Чи надовго? URL : <https://www.radiosvoboda.org/a/vnytrishniy-turyzm-vukrainicovid19/30726545.html>
36. Лідери внутрішнього туризму в Україні : інфографіка. URL : <https://prm.ua/lideri-vnutrishnogo-turizmu-v-ukrayini-infografika/>
37. Левицька І. В., Корж Н. В., Кізюн А. Г., Онищук Н. В. Стратегія регіонального розвитку туризму : монографія. Вінниця, 2013. 192 с.
38. Липчук В. В., Липчук Н. В. Тренди в туризмі : корекція пандемії. Науковий погляд : економіка та управління. 2020. №2 (68). С. 33-37.
39. Логвин М. М., Карпенко Н. М., Тараненко О. О. Міжнародний та вітчизняний туризм в умовах пандемії: нові виклики та реальність. Інтелект ХХІ століття. 2021. № 3. С. 29-34. URL : <http://www.intellect21.nuft.org.ua/index.php/3-2021>
40. Логвин М. М., Карпенко Н. М., Шуканов П. В. Історико-культурна спадщина як чинник розвитку регіональної туристичної дестинації. Східна Європа : економіка, бізнес та управління. 2019. Випуск №4 (21). С. 393-399. URL : http://www.easterneurope-ebm.in.ua/journal/21_2019/63.pdf
41. Мальська М. П., Антонюк Н. В., Ганич Н. М. Міжнародний туризм і сфера послуг. Київ : Знання, 2008. 661 с.
42. Національний інститут стратегічних досліджень. Щодо розвитку туризму в Україні в умовах підвищених епідемічних ризиків. URL : <https://niss.gov.ua/sites/default/files/2020-06/turyzm-v-ukraini.pdf>
43. Оболенцева Л. В., Галицька, А. М. Оцінювання впливу туризму як економічного явища. Сучасні тенденції розвитку індустрії туризму та

- гостинності у конкурентному середовищі : матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. Харків, 2020. С. 111-119 с.
44. Онищук Н. В. Інноваційні напрямки у сфері туризму. Молодий вчений, 2017. № 8 (48). С. 456-459.
45. Опанасюк Н. А., Охріменко А. Г. Стратегічні орієнтири розвитку внутрішнього туризму в Україні в умовах кризи. The International Scientific and Practical Congress of Economists and Lawyers «Everything in the name of science!» Zurich (Switzerland), professional scientific publication, ed.dep., 2015.Vol-2. P. 19-23.
46. Опанасюк Н. А., Охріменко А. Г. Організаційно-правові засади розвитку внутрішнього туризму в Україні. Глобальні та національні проблеми економіки. Випуск №2 (Грудень). 2014. С. 848-853. URL : <http://www.global-national.in.ua/vipusk-1-2014/218-opanasyuk-n-a-okhrimenko-a-gorganizatsijnopravovi-zasadi-rozvitku-vnutrishnogo-turizmu-v-ukrajini>
47. Охріменко А. Г. Тенденції формування в'їзного туристичного потоку до України. Економічний часопис – XXI. Науковий журнал. 2012. № 9-10. С. 38-42.
48. Пандемія COVID-19 та її наслідки у сфері туризму в Україні (Оновлення до документу "Дорожня карта конкурентоспроможного розвитку сфери туризму в Україні"). URL : [https:// ntoukraine.org](https://ntoukraine.org)
49. Пантелєєв М. С., Побережна Н. М., Ярошенко А. О. Оцінка потенціалу інноваційного розвитку підприємства : практичний аспект. Вісник Нац. техн. ун-ту «ХПІ» : зб. наук. пр. Темат. вип. : Технічний прогрес та ефективність виробництва. Харків : НТУ «ХПІ». 2015. № 60 (1169). С. 132-136.
50. Побережна Н. М., Стригуль Л. С., Мелень О. В. Обліково-аналітичне забезпечення управління результатами діяльності підприємств готельного бізнесу. Інфраструктура ринку : електрон. наук.-практ. журн. 2018. Вип. 26. С. 395-402. URI : http://marketinfr.od.ua/journals/2018/26_2018_ukr/63.pdf
51. Побережний Р. О. Державне регулювання та підтримка інноваційної діяльності. Вісник Національного технічного університету "Харківський

- політехнічний інститут" (економічні науки) : зб. наук. пр. Харків : НТУ "ХПІ", 2018. № 15 (1291). С. 105-109.
52. Побережна Н. М. Аналіз факторів впливу на інноваційний розвиток промислових підприємств: практичний аспект. Науковий вісник міжнародного гуманітарного університету. Сер. : Економіка і менеджмент. Одеса : МГУ, 2016. № 21. С. 81-86.
53. Погребняк Л., Дудяк Р., Бугіль С. Вплив пандемії COVID-19 на стан туристичного та рекреаційного бізнесу в Україні. АГРАРНА ЕКОНОМІКА, 2020, Т. 13, № 3-4. С. 62-67. URL : <https://journals.indexcopernicus.com/api/file/viewByFileId/1180809.pdf>
54. Програма стимулювання економіки для подолання наслідків епідемії Covid-19 : Постанова Кабінету Міністрів України від 27.05.2020 р. URL : <https://www.kmu.gov.ua/news/uryadzatverdiv-z-doopracyuvannyamprogramustimulyuvannya-ekonomiki-dlya-podolannyanaslidkiv-epidemiyi-covid-19>
55. Про внесення змін до деяких законодавчих актів щодо державної підтримки сфери культури, креативних індустрій, туризму, малого та середнього бізнесу у зв'язку з дією обмежувальних заходів, пов'язаних із поширенням коронавірусної хвороби (COVID19) : Закон України від 22.04.2020 р. № 3377. URL : http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/info/JI01905A.htm
56. Про затвердження Методики розрахунку обсягів туристичної діяльності №№ 142/394, 142/394, 12.11.2003 : Наказ. URL : <http://zakon.nau.ua/doc/?code=z1128-03>
57. Про затвердження державної програми розвитку туризму на 2002-2010 роки : Постанова КМУ від 29.04.2002 №58 3. URL : <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/583-2002-%D0%BF>
58. Про інноваційну діяльність : Закон України від 04.07.2002 р №40-IV. URL : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/40-15>
59. Про схвалення стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року : Розпорядження КМУ від 16.03. 2017 № 168-р. URL :

<https://www.kmu.gov.ua/ua/npas/249826501>

60. Про туризм : Закон України від 07.03.2012 р. № 324/95-ВР зі змінами та доповненнями. URL : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/324/95-вр>
61. Пуцентейло П. Р. Економіка і організація туристично-готельного підприємництва : навч. посіб. Київ : ЦУЛ, 2017. 300 с.
62. Світлична В. Ю. Забезпечення стійкості та повноцінного функціонування туристичної сфери в сучасних умовах адаптації до змінюваних епідеміологічних обставин. Комунальне господарство міст. 2020. Том 7. Вип. 160. С. 53-62.
64. Сірик А. Є. Державне регулювання ринку туристичних послуг України. Економічний вісник Донбасу. 2017. № 2(48). С.100-104.
65. Смірнов І., Любіцева О. Туристичний бізнес під час пандемії COVID-19 : світовий та український досвід. Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія : Туризм. 2020. Т. 3. № 2. С. 196-207.
66. Соколова Л. В. Інновації як можливості відновлення та розвитку сфери туризму після пандемії. Матеріали I Всеукраїнської науково-практичної конференції "Сучасний стан та потенціал розвитку індустрії гостинності в Україні" (м. Херсон, 23 квітня 2021 р.) Херсон : ХДАЕУ, 2021. 327 с. С.150-152.
67. Стойка С. О. Проблеми та перспективи розвитку туристичної галузі України в умовах економічної нестабільності. Інвестиції: практика та досвід. 2015. № 21. С. 86-90. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/ipd__21_20
68. Стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2026 року. Каб. Міністрів України 16.03.2017р. №168-р. URL : <http://www.kmu.gov.ua>
69. Талалай В. В. Сучасний стан та перспективи розвитку туристичної галузі в Україні. Інновації та науковий потенціал світу : матеріали міжнар. наук.-практ. конф., 17 березня. 2016 р. 2016. С.18-20.
70. Туристична діяльність в Україні. URL : <http://ukrstat.gov.ua>
71. Україна : вплив COVID-19 на економіку і суспільство (бачення постпандемічного розвитку у 2020-2024 рр. очима експертів та молоді), Київ,

2020. С. 66-72.
72. Фрей Л., Гаращенко Д. Сучасні тенденції та новітні тренди в туризмі після Covid-19. Інновації та технології в сфері послуг і харчування. Науковий журнал. Черкаси : ЧДТУ. 2020. № 2. С. 67-74.
73. Цимбалюк С. М. Вплив пандемії Covid-19 на розвиток туризму в Україні. Актуальні проблеми розвитку освіти в сфері туризму, фізичної культури та спорту: матеріали Всеукраїнської наук.-практ. конф. (Хмельницький, 26 лютого 2021 р.). Хмельницький : ФОП Цюпак А.А., 2021. С. 170-174.
74. Школа І. М., Козьменко В. М., Бабінська О. В. Міжнародні економічні відносини. Київ : КНТЕУ, 2013. 589 с.
75. Юрченко Ю. Ю. Концептуальні напрями розвитку внутрішнього туризму в Україні. Економіка України. 2016. № 6. С. 29-39. URL : http://nbuv.gov.ua/UJRN/EkUk_2016_6_4
76. Як змінився внутрішній туризм в Україні? URL : <https://zaporizhzhia.city/news/lideri-vnutrisnogo-turizmu-v-ukraiys>
79. UNWTO закликає до підтримки економіки через сектор подорожей і туризму. URL : https://ratanews.ru/news/news_6042020_6.stm
80. UNWTO : Барометр світового туризму жовтень 2020. URL : <https://www.e-unwto.org/doi/epdf/10.18111/wtobarometereng.2020.18.1.6>