

УДК 338.48

DOI: <http://doi.org/10.32589/2412-9321.27.2022.276205>

О. В. КУЧАЙ

Київський національний лінгвістичний університет, Україна

e-mail: oksana.kuchai@knlu.edu.ua

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-4201-7236>

РОЛЬ ДЕРЖАВИ В ОРГАНІЗАЦІЇ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ : МІЖНАРОДНИЙ ТА УКРАЇНСЬКИЙ ДОСВІД

Анотація

Метою дослідження є висвітлення ключових факторів, які обґрунтовують необхідність державного регулювання туризму, що в свою чергу сьогодні здійснює не тільки локальний, але й глобальний вплив на соціально-економічні процеси в різних державах світу. Крім того, ставиться завдання узагальнити світовий досвід щодо пріоритетних напрямків діяльності в сфері туризму. **Методологія** ґрунтується на фундаментальних положеннях економічної теорії, міжнародної економіки, менеджменту, що використовуються під час дослідження факторів впливу міжнародного туризму на розвиток країн. Використано такі методи, як методи кількісного та якісного порівняння, кореляційного аналізу, методи спостереження, аналізу і синтезу, оцінювання, моделювання. **Наукова новизна.** У більшості країн багатогранний вплив туризму на економіку регулюється спеціально створеним центральним органом виконавчої влади. Однак рівень державного регулювання туристичною сферою неоднорідний в різних країнах світу та залежить від рівня їх економічного розвитку. Дана обставина є причиною виникнення кількох основних моделей державного регулювання сферою туризму, на підставі дослідження яких можна простежити певні закономірності в організації туристичного бізнесу. Ось чому важливо проаналізувати досвід державного регулювання в закордонних країнах з точки зору можливості його подальшої адаптації до вітчизняної практики організації, управління та регулювання туризму в Україні. **Результати дослідження.** Було показано, що туристична політика всіх названих країн, незалежно від обраної моделі державного регулювання, спрямована на зміцнення економіки туризму та підвищення економічної ефективності цієї галузі народногосподарського комплексу. І кінцевий позитивний результат такої політики більшою мірою залежить від ефективності управлінських рішень та зацікавленості влади в їх подальшій реалізації задля сталого розвитку туристичної сфери.

Ключові слова: туристична діяльність, державне регулювання, світовий досвід, моделі розвитку, туристичний бізнес.

THE ROLE OF THE STATE IN THE ORGANIZATION OF THE TOURISM BUSINESS: INTERNATIONAL AND UKRAINIAN EXPERIENCE

Abstract.

The purpose of the study is to highlight the key factors that justify the need for state regulation of tourism, which in turn today has not only a local, but also a global impact on socio-economic processes in various countries of the world. In addition, the task is to generalize world experience regarding priority areas of activity in the field of tourism. **The methodology** is based on the fundamental provisions of economic theory, international economics, and management, which are used during the study of the factors of influence of international tourism on the development of countries. Such methods as methods of quantitative and qualitative comparison, correlation analysis, methods of observation, analysis and synthesis, evaluation, modeling were used. **Scientific novelty.** In most countries, the multifaceted impact of tourism on the economy is regulated by a specially created central body of executive power. However,

the level of state regulation of the tourism sphere is heterogeneous in different countries of the world and depends on the level of their economic development. This circumstance is the reason for the emergence of several basic models of state regulation in the field of tourism, based on the study of which it is possible to trace certain regularities in the organization of the tourism business. That is why it is important to analyze the experience of state regulation in foreign countries from the point of view of the possibility of its further adaptation to the domestic practice of organization, management and regulation of tourism in Ukraine. **Conclusions.** It was shown that the tourism policy of all the mentioned countries, regardless of the chosen model of state regulation, is aimed at strengthening the tourism economy and increasing the economic efficiency of this branch of the national economic complex. And the final positive result of such a policy largely depends on the effectiveness of management decisions and the authorities' interest in their further implementation for the sustainable development of the tourism sector.

Key words: tourist activity, government control, world experience, models of development, tourism business

Вступ. В сучасному світі практично всі держави прагнуть здобути і утримувати лідерські позиції на міжнародному туристичному ринку, тому намагаються максимально ефективно використовувати туристичні ресурси. Потенціал туристичної сфери дозволяє багатьом країнам світу закладати значні кошти в державний бюджет на розвиток цієї галузі, сприяти зайнятості і зниженню безробіття населення, підвищувати доходи пов'язаних з туризмом галузей господарства, вкладати значні кошти у вдосконалення інфраструктури, яка має пряме відношення до туризму, а також впроваджувати інші важливі кроки, направлені на розвиток туристичного бізнесу в країнах.

У цьому контексті вивчення досвіду реалізації туристичної політики за кордоном викликає значний інтерес в Україні. Туристична галузь нашої держави в сучасних політичних, соціально-економічних та правових умовах потребує якнайшвидшої реформи механізмів державного регулювання. Тим паче, на переконання більшої частини сучасних науковців-туризмознавців, перспектива і успіх туристичного бізнесу залежать від того, як ця галузь підтримується на державному рівні, тобто як вона забезпечена підтримкою з боку державних структур. Сучасні тенденції управління показують, що у більшості країн світу багатий вплив туристичного бізнесу на економіку забезпечується спеціально створеним для цього органом виконавчої влади. В той же час, ступінь державного регулювання туристичного бізнесу неоднорідний в різних країнах світу та залежить від рівня їх економічної стабільності. Саме це фактично є причиною виникнення низки моделей державного регулювання туристичного бізнесу. В результаті їх аналізу і глибокого ґрунтового дослідження, можна спостерігати низку закономірностей в організації туристичного бізнесу в світі.

Щоправда, глобальні потрясіння, викликані пандемією коронавірусу, а згодом і війнами і природними руйнівними катаклізмами, кардинально змінили структурні компоненти туристичної галузі в світі. Звичайно, вони охопили і Україну, тому в наша держава суттєво відстає у темпах реалізації заходів підтримки туристичного бізнесу. Дослідники відмічають, що такий стан справ взагалі ставить під загрозу конкурентоздатність нашого туристичного бізнесу на глобальному ринку сфери послуг. Кризова ситуація, яка склалася в світі, потребує ретельного моніторингу і теоретично можливої максимальної адаптації до по суті незворотних змін у світовому туристичному бізнесі. На сьогодні ми маємо справу з будівництвом абсолютно нової системи цінностей, яка спричинена еволюцією суспільного розвитку, а також сприяє підвищенню ролі послуг сфери туризму у структурі споживання різних категорій населення. Глобалізація безпосередньо позначається на діяльності і функціях

туристичної сфери, висуває нові вимоги до його розвитку, спричиняє значні трансформації у світовій економіці, визначає активізацію транснаціоналізації ринку туризму тощо. Тобто наслідки глобалізаційних процесів є досить суттєвими. Крім того, слід зазначити високий динамізм міжнародного туристичного бізнесу, оскільки кількість іноземних туристів в пропорціях зростає набагато швидше за чисельність населення світу. Таким чином, через суттєві інтеграційні процеси торгівля туристичними послугами посіла значне місце в системі міжнародного бізнесу і максимально впливає на світовий економічний розвиток.

Враховуючи труднощі трансформаційного періоду, які відбуваються в Україні, війну, економічні кризи, слабкість національного бізнесу, відсутність досвіду туристичної діяльності в умовах гострої конкуренції, підтримка туристичного бізнесу повинна бути в центрі уваги політики нашої держави.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. В українській історіографії дослідження теоретичних аспектів щодо моделей державного регулювання туризму є порівняно новою темою. В той же час, сформувалося певне коло вчених, які спеціалізуються на вивченні різних аспектів даної тематики. Зокрема, деякі дослідники вивчали і розробляли підходи до класифікації моделей державного регулювання туризму у світі і робили узагальнюючі висновки (Дешевенко, 2016; Леоненко, 2019; Биркович, 2007). Низка вчених розглядають лише окремі моделі державного регулювання туристичного бізнесу (Бойко & Гопкало, 2005; Бартощук, 2011). Однак, незважаючи на низку теоретико-методологічних досліджень стосовно питань державного регулювання туризму, роль держави в організації туристичного бізнесу потребує подальшого наукового дослідження і це стосується насамперед визначення та обґрунтування оптимальної моделі регулювання туризму як в світі так і для України у складних умовах її соціально-економічного розвитку.

Мета статті – проаналізувати міжнародний досвід державного регулювання туристичного бізнесу в контексті сучасних глобалізаційних процесів в світі, показати значну роль держави в цих процесах, виділити корисний міжнародний досвід для України.

Для реалізації мети поставлені такі **завдання**: проаналізувати стан розробки проблеми в сучасній науковій літературі; проаналізувати методологічні засади транснаціоналізації ринку послуг; встановити тенденції розвитку світового ринку туристичних послуг; визначити напрямки удосконалення регулювання включення країн до міжнародного ринку туристичних послуг; визначити основні підходи вчених до класифікації моделей державного регулювання туризму; обґрунтувати доцільність використання в Україні певних моделей державного регулювання туристичного бізнесу.

Методи та методологія проведення дослідження. Методологічною базою пропонованої статті є положення економічної теорії, міжнародної економіки, менеджменту, що розроблені та апробовані вченими у сфері впливу міжнародного туризму на економічний розвиток країн. В процесі підготовки статті було використано загальнонаукові та спеціальні методи: історико-логічний – при дослідженні еволюції деяких напрямів, досвіду різних країн регулювання впливу міжнародного туризму на сталий розвиток деяких країн; класифікаційно-аналітичний метод використовувався при дослідженні особливостей міжнародного туристичного бізнесу; порівняльний, морфологічний, системний аналіз використовувався при вивченні впливу міжнародної туристичного бізнесу на розвиток країн; структурно-факторний аналіз був використаний при дослідженні світового ринку туристичних послуг. Крім того, використовувались методи кількісного та якісного порівняння, кореляційного

аналізу, методи спостереження, аналізу і синтезу, оцінювання, моделювання. Методи порівняння, якісного оцінювання, логічного аналізу були використані для оцінки впливу інтеграційних процесів країн в міжнародні ринки послуг туризму.

Виклад та обговорення основного матеріалу дослідження. Особливості державного регулювання туристичного бізнесу певною мірою є унікальними, оскільки підкреслюють суттєві відмінності в залежності від країни і ролі туристичного бізнесу в її системі економіки. Ця унікальність кожної країни залежить від наявності значних природних та історико-культурних ресурсів, потенціалу туристичного бізнесу, доступності туристських ресурсів для своїх та іноземних туристів, розміру інвестицій в туристичний бізнес, а також ролі країни на міжнародному туристичному ринку.

Державне регулювання туристичної сфери презентує три моделі реалізації:

Модель 1 : Принцип саморегуляції. Значною особливістю і перевагою такої моделі є практична відсутність капіталовкладень держави в розвиток туристичного бізнесу, тому ця модель реалізується у тому випадку, якщо для держави туристичний бізнес не є пріоритетом, а розвиток цієї сфери цілковито перекладається на приватний сектор. За таких обставин, всі ключові питання туристичного бізнесу вирішуються на місцях за принципи самоорганізації, тобто централізоване управління фактично відсутнє. В умовах реалізації такої моделі, уряди країн відмовляються від національної організації туристської діяльності, коли країна займає стійке положення на міжнародному ринку туристичного бізнесу та є привабливою для іноземних туристів. Вказана перша модель також підходить у ситуації, коли суб'єкти туристичного ринку є досить потужними і самостійними для вирішенні різних проблем без звернення по допомогу до держави.

Якщо розглядати країни, де застосовується ця модель регулювання туристичного бізнесу, то можна привести приклад Сполучених Штатів Америки, де у 1997 р. була ліквідована державна структура, яка управляла туристичним бізнесом. Це необхідно було зробити через необхідність скорочення витрат федерального бюджету, сталі позиції США на міжнародному ринку туристичного бізнесу. Крім того, дослідники серед ключових причин такого рішення називали високу привабливість США для іноземних туристів, а також існування потужних приватних компаній в сфері туризму, які проводили широку рекламну кампанію в інтересах американського туристичного бізнесу (Леоненко, 2019, с.95.).

Модель 2: Принцип активного державного втручання. Навідміну від попередньої, ця модель передбачає всебічний вплив держави на сприяння розвитку туристичного бізнесу через механізми державного регулювання і прийняття відповідних бюджетів. Модель є достатньо ефективною, однак для її впровадження і реалізації необхідні значні капіталовкладення, а також рекламна-маркетингова діяльність в сфері популяризації туристичного бізнесу. На жаль, в сучасній Україні фінансування програм розвитку туристичного бізнесу є недостатнім, тому міжнародний контекст туристичного бізнесу розвинений достатньо слабо.

Принцип активного державного втручання, як правило, застосовується в порівняно небагатих країнах, де туризм відіграє роль основного джерела поповнення державного бюджету. Насамперед це країни африканського континенту Алжир, Єгипет, Туніс, крім того Туреччина, уряд якої в 1963 р. утворив Міністерство туризму, через яке відбувалося фінансування будівництва готелів і створювалися перші туристичні фірми (Биркович, 2007, с.8-9.).

Система державного регулювання туристичного бізнесу в Марокко сформувалася в кінці 80-х рр. ХХ ст, коли політичне керівництво країни підтримувало елітний

туризм для заможних клієнтів. Пізніше така практика заохочення застосовувалась для родинного туризму, і згодом, в цій сфері Марокко склало гідну конкуренцію Іспанії. Регулювання туристичного бізнесу в Марокко реалізується спеціальним Міністерством туризму, ТАК ЯК ця сфера вважається важливим стратегічним напрямом розвитку економіки країни.

В Єгипті міністерство туризму було створено в 1973 році. Головною функцією міністерства стало управління розвитком і експлуатацією туристських районів, а в його роботі приймає активну участь Генеральна компанія по туризму та готелям. Крім того, в державі на чолі з прем'єр-міністром утворена Вища рада по туризму, на яку покладаються функції координації туристичних проєктів.

У Тунісі діє спеціально створене Міністерство торгівлі, туризму та ремесел. У 1973 р. був прийнятий закон про формування туристських зон Тунісу, згідно з яким, контроль за використанням землі на перспективних туристичних територіях передавався державному агентству. Пізніше, довгострокові податкові пільги, невисока плата за оренду землі, а також низка інших напрямів активної діяльності Міністерства торгівлі, туризму та ремесел в Тунісі, забезпечили значні міжнародні інвестиції в туристичний бізнес.

В 1963 році в Алжирі створено Міністерство туризму, а в 1979 р. воно було замінено шляхом реформи національних корпорацій і створення державних підприємств. Ще раніше, у 1976 р. для управління туристичним бізнесом в Алжирі було утворено Національну туристську готельну корпорацію. В той же час, держава створила Алжирське національне управління туристських робіт, яке відповідало за розвиток інфраструктури туристичного сектора (Леоненко, 2019, с. 96.).

Модель 3: Принцип координації зусиль державного та приватного сектору. Третя модель є поширеною в багатьох розвинених європейських державах, де ключові проблеми туристичного бізнесу вирішуються на рівні певного економічного міністерства, яке займається питаннями державного регулювання туристичного бізнесу та маркетингом. Конкретними кроками у цьому контексті можуть бути розробка нормативно-правової бази, управління діяльністю в регіонах, міжнародне співробітництво в сфері туристичного бізнесу, обробка та аналіз статистики, участь у виставках, координація управління туристськими представництвами за кордоном. За такої моделі в країнах Європи державна туристична адміністрація працює у активній взаємодії з місцевою владою та приватним бізнесом. Підсумком такої співпраці є перерозподіл фінансових коштів з приватного сектора, а також виникнення окремих інституцій у сфері регулювання туристичного бізнесу (Бартошук, 2011, с. 63.).

У Португалії в 1976 р. для управління готелями та турагентствами, а також для контролю над державними інвестиціями в туристичний бізнес була створена Національна туристська корпорація, яка контролює Національний інститут підготовки фахівців з туризму та готельної справи. Також в Португалії існує Державний секретаріат з туризму, який є складовою Міністерства економіки, інновацій та розвитку (Мандрик & Степасюк, 2012, с. 155.).

У Бельгії, організація, яка займається розвитком туристичного бізнесу (Генеральний комісаріат з туризму) входить до складу Міністерства зв'язку країни. В 1977 р. Генеральний комісаріат з туризму був поділений на 3 служби: центральна служба (організація туризму за кордоном); комісія з туризму для громадян, які говорять французькою; комісія з туризму для громадян, які говорять фламандською. Функціями цих служб є фінансування туристичного бізнесу, організація внутрішнього туризму, популяризація соціального туризму, співпраця з різними міністерствами щодо планування та матеріальної бази туристичних послуг. В рамках такої діяльності

в Бельгії створювалися туристські федерації та управління при магістратах міст, що згодом були об'єднані у Вищу раду по туризму та Вищу раду по соціальному туризму (Король & Атаманчук, 2016, с. 30–31.).

Якщо звернути увагу на особливості впровадження третьої моделі в країнах Латинської Америки, то можна відмітити Еквадор та Колумбію. Зокрема в Еквадорі функціонує Національний директорат по туризму, підпорядкований Міністерству промисловості, торгівлі та інтеграції, що займається плануванням та маркетингом місцевого туристичного бізнесу. Всі напрями його діяльності контролюються Міжміністерським комітетом по туризму на чолі з міністром промисловості, торгівлі та інтеграції (там само, с. 32.). Натомість у Колумбії для розвитку туристичного бізнесу функціонує Фонд розвитку туризму, який займається питаннями розвитку внутрішнього туризму, реалізації соціальних програм, підтримки та захисту національної культурної спадщини. Його діяльність регламентується Міністерством торгівлі, промисловості та туризму (там само, с. 32.)

Слід зазначити, що в рамках координації зусиль державного та приватного сектору, питання підтримки туристичного бізнесу вирішуються у гуманітарному підрозділі багатопрофільного міністерства. Вважається, що ця модель найбільш раціональна в Європі, і є найбільш доцільною для України. Цей вибір підтверджує Стратегія сталого розвитку туризму і курортів в Україні, згідно з якою передбачається подолання негативних тенденцій у сфері туризму; забезпечення доступності туристичних ресурсів для населення; посилення позитивного туристичного іміджу України на міжнародному ринку, збільшення в'їзного туристичного потоку; збільшення частки очікуваних доходів від сфери туризму у бюджетах усіх рівнів (Стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2026 року, 2017).

Показовим для реалізації третьої моделі є досвід Польщі. Необхідно відмітити, що польські туристичні організації мають чіткий розподіл функцій, їх діяльність взаємопов'язана, не обмежується головним офісом, а має розгалужену мережу, фінансування їх діяльності здійснюється відповідно до розроблених стратегій. Державне регулювання туристичного бізнесу в Польщі реалізується Міністерством спорту і туризму, до складу якого входить департамент туризму, що регулює діяльність туристичної індустрії. Також тут функціонує Польська Туристична Організація, головними завданнями якої є розвиток польської туристичної інформаційної системи, формування привабливості туристичного іміджу Польщі, а також розробка планів модернізації туристичної інфраструктури. Польська Туристична Організація має статус державної установи і відкрила філіали в деяких країнах світу, плануючи там масштабні рекламні кампанії (Денисенко, Ольшанська & Григорчук, 2012, с. 42–43.).

У Великій Британії державне регулювання у сфері туризму здійснює Міністерство культури, засобів масової інформації та спорту, що співпрацює з Національним агентством з туризму Британії, яке має 70 туристичних представництв у країнах світу, і співпрацює з урядом та туристичними організаціями. Щорічно з державного бюджету виділяється близько 80 млн. фунтів стерлінгів для проведення маркетингової діяльності. Аналіз проведених у Великобританії досліджень підтверджує, що 1 фунт стерлінгів, вкладений у туризм, дає 27 фунтів прибутку (Бартошук, 2011, с. 66-6.). Крім того, у Великій Британії є регіональні туристичні ради, які функціонують за рамками існуючих територіальних туристичних одиниць, координують діяльність з органами самоврядування, а на регіональному рівні співпрацюють з агентствами регіонального розвитку. Їх фінансування забезпечується державою, місцевими радами та приватними структурами. Регіональні туристичні ради розробляють стратегію

розвитку туризму на регіональному рівні, на національному рівні відстоюють інтереси і популяризують регіони, розвивають туристичну інфраструктуру.

В контексті європейського досвіду реалізації третьої моделі необхідно наголосити, що приватний бізнес не може самостійно проводити некомерційну іміджеву рекламну кампанію своєї країни, оскільки пропонує власний продукт. Завдання формування позитивного туристичного іміджу країни повністю покладається саме на державу. У більшості європейських країн існує мережа регіональних відділень і міжнародних представництв у країнах, які є найбільш перспективними з точки зору прийняття туристичних потоків. Наприклад, Національне агентство з туризму Британії має представництво у 70 країнах, Польська туристична організація та Німецький центр туризму – у 14.

Необхідність державної підтримки просування національного туристичного продукту в міжнародному туристичному бізнесі Болгарії, Румунії, Угорщини, Словаччини, Мальти підтверджується виділенням значних сум на організацію роботи представництв за кордоном. Зокрема, уряд Угорщини фінансує утримання 23 закордонних представництв, а на Мальті діє Мальтійське управління з туризму, яке фінансується державою і організовує роботу Мальтійських туристичних клубів за кордоном (Парфіненко, 2013, с.44).

Безумовно, держава має відігравати ключову роль у розвитку туристичного бізнесу країни з огляду на співвідношення попиту та пропозиції, практичні можливості та визначену пріоритетність. Подібно до таких пріоритетів держава організовує співпрацю в сфері туристичного бізнесу з приватними підприємцями, визначаючи сфери та форми співпраці, де можна досягти максимального ефекту. Сфера туристичного бізнесу, як багатогалузева структура, потребує чіткої координації зусиль та державного регулювання, хоча надмірність в цих процесах може заважати розвитку ринкових відносин і підприємницькій ініціативі. В ідеалі втручання держави має відбуватися виключно в інтересах розвитку туристичного бізнесу, але поступово держава має дозволяти суб'єктам туристичного бізнесу діяти самостійно, хоча таке поєднання дійсно не є простим.

Вивчаючи принципи державного регулювання туристичного бізнесу, можна вказати на декілька підходів, які сформувалися в міжнародній практиці: жорстке управління туристичним бізнесом; об'єднання галузі туризму з деякими галузями господарства в рамках міністерства; м'які підходи до регулювання туристичного бізнесу національними адміністраціями; байдужість. Деякі країни світу регулюють туристичний бізнес виключно на регіональному рівні, а деякі взагалі не мають важелів впливу. В той же час, як зазначають вітчизняні вчені, потреба державного регулювання туристичного бізнесу визначається конкретними чинниками:

1. Комплексність сфери туристичного бізнесу, оскільки він взаємодіє з іншими галузями господарства, а до його структури відносяться засоби розміщення, підприємства харчування, розважальні установи та туристські підприємства-організатори.

2. Збереження та раціональне використання культурної та природної спадщини у сфері туризму.

3. Підвищення туристичного іміджу країни на міжнародній арені.

4. Надходження матеріальних капіталів від внутрішнього та в'їзного туризму

5. Виховний вплив туризму, формування патріотизму, пропаганда національних туристських цінностей.

Державна безумовно враховує ці чинники, коли визначає першочерговість регулювання туристичного бізнесу. По суті, це регулювання відбувається у двох

формах: **поточний контроль** у вигляді заходів з підтримки туристичного бізнесу, а також **стратегічне регулювання** шляхом оцінки рівня досягнення мети. Об'єктами стратегічного регулювання є ступінь використання туристського потенціалу країни, програми розвитку, а також моніторинг динаміки економічної та соціальної політики держави (Леоненко, 2019, с.92.).

Щодо ситуації в Україні, то необхідно наголосити, що як населення, так і органи влади у сфері державного регулювання туристичного бізнесу і діяльності курортів не до кінця розуміють значення туристичного бізнесу в структурі соціально-економічного розвитку держави. Причинами такої незначної усвідомленості є практична відсутність системи раціонального використання туристичних ресурсів, нерозуміння напрямів їх розвитку, відсутність захисту інтересів туристів, гарантування безпеки, надання допомоги особам, які постраждали під час подорожі, слабка ефективність використання природних та історико-культурних ресурсів, слабке інформаційне забезпечення у сфері туристичного бізнесу і діяльності курортів, недостатнє методичне забезпечення на державному та місцевих рівнях, складні паспортно-митні формальності, відсутність планів розвитку туристичного бізнесу.

В Україні, незважаючи на досвід регулювання туристичного бізнесу, актуальною є потреба вдосконалення нормативно-правового забезпечення у зв'язку з особливими соціально-економічними та суспільно-політичними обставинами. Варто переглянути всі діючі законодавчі акти та прийняти нові, які на практиці будуть сприяти розвитку туристичного бізнесу. Також видається необхідним систематизувати всі законодавчі акти у сфері туризму дозволить прийняття Туристичного кодексу України, який регулюватиме відносини у сфері здійснення туристичної діяльності, зокрема, визначатиме права та обов'язки, а також компетенцію регулюючих та контролюючих органів, повноваження і обов'язки їх посадових осіб під час здійснення контролю за дотриманням прийнятих законодавством норм, а також відповідальність за порушення туристичного законодавства.

У цьому контексті державне регулювання туристичного бізнесу має поєднуватися з удосконаленням самої структури управління з узгодженням діяльності між центральними і місцевими органами виконавчої влади та суб'єктами підприємництва. Активна підтримка з боку держави культурної спадщини, національних парків і театрів, взаємодія центральних та місцевих органів влади з приватним бізнесом є ключовими факторами стабільних туристичних потоків. Важливим напрямом є покращення державної статистики туристичного бізнесу з урахуванням досвіду інших держав і міжнародних стандартів. У нашій державі існує потреба створення конкурентного на міжнародному ринку туристичного бізнесу, здатного вирішувати бажання внутрішніх та іноземних туристів. Для цього держава могла б використовувати як приватні інвестиції, так і досвід управління приватного бізнесу (Дешевенко, 2016, с. 136-137.).

З огляду на вищевказане, можемо виділити наступні напрями покращення ситуації в системі державного регулювання туристичного бізнесу:

- обговорення, реалізація та м'який контроль туристичного бізнесу;
- заохочення максимальних інвестицій та вигідні умови для інвесторів;
- гарантування якісних туристичних послуг шляхом ліцензування та сертифікації;
- масштабне інформаційне забезпечення;
- забезпечення туристичного бізнесу висококваліфікованими кадрами;
- розвиток туристичної інфраструктури;
- широка маркетингова діяльність;

- проведення міжнародних туристичних конференцій та конгресів;
- кооперація та відстоювання інтересів в об'єднаннях, службах, управліннях;
- організація роботи з пресою, туристичними бюро, туроператорами, транспортними підприємствами.

Висновки та перспективи подальшого дослідження. Підбиваючи підсумки пропонованої статті, необхідно зазначити, що ідеальної формули, яка дала б можливість державі створити досконалу структуру регулювання туристичного бізнесу фактично немає. Формально різні системи державного регулювання туристичного бізнесу виконують в більшості країн подібні завдання – регламентація туристської діяльності, інформаційне забезпечення, просування національного туристичного продукту, підготовка кадрів тощо. Їх туристична політика направлена на зміцнення економіки туризму, а успіх цього залежить від ефективності управління для сталого розвитку туристичного бізнесу.

Проаналізувавши існуючі світові моделі державного регулювання туристичного бізнесу ми спробували обґрунтувати доцільність використання в Україні моделі централізованого державного регулювання туризму. На наше глибоке переконання, ця модель, притаманна країнам під час кризового стану, може допомогти подолати проблеми розвитку туристичного бізнесу, які пов'язані з системою управління, матеріально-технічним забезпеченням, ефективністю економіко-правового регулювання. В перспективі вона має бути замінена на децентралізовану або змішану моделі.

ЛІТЕРАТУРА

- Бартошук, О. В. (2011). Моделі розвитку індустрії туризму (зарубіжний досвід). *Держава і регіони. Серія: Економіка та підприємництво*, 2, 62–68.
- Биркович, В. І. (2007). *Державне регулювання сфери туризму на регіональному рівні*. (Автореф. дис. ... канд. держ. упр.). Запоріжжя: Гуманіт. ун-т «ЗІДМУ».
- Бойко, М., Гопкало Л. (2005). Засади формування пріоритетних напрямів туристичної політики України. *Регіональна економіка*, 1, 222–229.
- Денисенко, М. П., Ольшанська, О. В., & Григорчук, Д. В. (2019). Розвиток міжнародного туризму в контексті прогнозів Всесвітньої туристичної організації. *Вчені записки Університету «КРОК»*, (4 (56), 41–47.
- Дешевенко, Л. П. (2016). Державне регулювання регіонального розвитку туризму. *Вісник Східноєвропейського університету економіки та менеджменту*, 21 (2), 125–132.
- Король, М. М., Атаманчук, В. В. (2016). Аналіз європейського досвіду організації зеленого туризму. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*, 6, 30–33.
- Леоненко, Н. А. (2019). Дослідження моделей державного регулювання у сфері туризму. *Публічне управління і адміністрування в Україні : наук. журн*, 11, 91–97.
- Мандрик, І. П., Степасюк, І.В. (2012). Особливості розвитку туризму в Португалії. *Науковий вісник Волинського національного університету ім. Лесі Українки. Сер. Географічні науки*, 9 (234), 153–159.
- Парфіненко, А. Ю. (Ред.). (2013). *Особливості формування та реалізації туристичної політики держави: міжнародний, національний, регіональний досвід*. Харків : ХНУ імені В.Н. Каразіна.
- Стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2026 року : схвалено розпорядженням Кабінету Міністрів України від 16.03.2017 р. № 168-р. Режим доступу: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-p#Text>

REFERENCES

- Bartoshchuk, O. V. (2011). Modeli rozvytku industrii turyzmu (zarubizhnyi dosvid). *Derzhava i rehiony. Serii: Ekonomika ta pidpriemnytstvo*, 2, 62–68.
- Byrkovych, V. I. (2007). Derzhavne rehuliuвання sfery turyzmu na rehionalnomu rivni. (Avtoref. dys. ... kand. derzh. upr.). Zaporizhzhia: Humanit. un-t «ZIDMU».
- Boiko, M., Hopkalo L. (2005). Zasady formuvannya priorytetnykh napriamiv turystychnoi polityky Ukrainy. *Rehionalna ekonomika*, 1, 222–229.
- Denysenko, M. P., Olshanska, O. V., & Hryhorchuk, D. V. (2019). Rozvytok mizhnarodnoho turyzmu v konteksti prohnoziv Vsesvitnoi turystychnoi orhanizatsii. *Vcheni zapysky Universytetu «KROK»*, (4 (56), 41–47.
- Deshevenko, L. P. (2016). Derzhavne rehuliuвання rehionalnoho rozvytku turyzmu. *Visnyk Skhidnoievropeiskoho universytetu ekonomiky ta menedzhmentu*, 21 (2), 125–132.
- Korol, M.M., Atamanchuk, V.V. (2016). Analiz yevropeiskoho dosvidu orhanizatsii zelenoho turyzmu. *Naukovyi visnyk Uzhhorodskoho natsionalnoho universytetu*, 6, 30-33.
- Leonenko, N. A. (2019). Doslidzhennia modelei derzhavnoho rehuliuвання u sferi turyzmu. *Publichne upravlinnia i administruvannya v Ukraini : nauk. zhurn*, 11, 91–97.
- Mandryk, I.P., Stepasiuk, I.V. (2012). Osoblyvosti rozvytku turyzmu v Portuhalii. *Naukovyi visnyk Volynskoho natsionalnoho universytetu im. Lesi Ukrainky. Ser. Heohrafichni nauky*, 9 (234), 153–159.
- Parfinenko, A.Iu. (Red.). (2013). *Osoblyvosti formuvannya ta realizatsii turystychnoi polityky derzhavy: mizhnarodnyi, natsionalnyi, rehionalnyi dosvid*. Kharkiv : KhNU imeni V.N. Karazina.
- Stratehiiarozvytkuturyzmutakurortivnaperioddo2026roku:skhvalenorozporiadzhenniam Kabinetu Ministriv Ukrainy vid 16.03.2017 r. № 168-r. Rezhym dostupu: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-p#Text>