

Галина Іванівна КУПАЛОВА

доктор економічних наук, професор, завідувач Українсько-Німецької кафедри екологічного менеджменту та підприємництва, Київський національний університет імені Тараса Шевченка  
ORCID ID: 0000-0003-4486-8349

## ВІДНОВЛЕННЯ ТА РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМНИЦТВА В УКРАЇНІ

Купалова Г. І. Відновлення та розвиток туристичного підприємництва в Україні. *Український журнал прикладної економіки та техніки*. 2022. Том 7. № 2. С. 393 – 402.

### Анотація

Туристичне підприємництво відіграє велику роль у розвитку економіки, поповнюючи податковими надходженнями доходну частину державного та місцевих бюджетів, забезпечуючи робочими місцями, підвищуючи культурний і духовний рівень громадян, сприяючи збуту товарів і послуг суміжних з туризмом видів діяльності. Україна має великий ресурсний потенціал для розвитку туризму, насамперед, унікальні природні та історико-культурні об'єкти. За рейтингом привабливості для іноземних туристів Україна до 2019 р. входила до групи 30-ти найпривабливіших країн світу. Негативний вплив пандемії коронавірусу, а також розв'язаної росією загарбницької війни в Україні спричинили падіння доходів населення, різке скорочення туристичних потоків, зниження соціально-економічних, фінансових показників і закриття частини туристичних агенцій, переорієнтацію підприємців на інші види діяльності. Дослідження присвячене визначенню основних шляхів відновлення і подальшого розвитку туристичного підприємництва в Україні з урахуванням фінансово-економічних, пандемічних, політичних і воєнних викликів. Запропоновано соціально-економічні, організаційні, екологічні та інформаційні заходи, реалізація яких сприятиме ефективному веденню туристичного бізнесу та інтеграції України у туристичний простір ЄС.

**Ключові слова:** туризм, туристичне підприємництво, відновлення, розвиток, турист, турагент, туроператор, туристичний потік, туристична послуга, туристична дестинація, державне регулювання, інфраструктура туризму, інформаційні технології, соціальна відповідальність, екологічна відповідальність.

Halyna KUPALOVA

Doctor of Economic Sciences, Professor, Head of the Ukrainian-German Department of Environmental Management and Entrepreneurship, Kyiv Taras Shevchenko National University

## RECOVERY AND DEVELOPMENT OF THE TOURIST BUSINESS IN UKRAINE

Kupalova H. Recovery and development of the tourist business in Ukraine. *Ukrainian Journal of Applied Economics and Technology*. 2022. Volume 7. № 2, pp. 393 – 402.

### Abstract

Tourism entrepreneurship is important to the development of the economy, supplementing the revenue of the state and local budgets with tax revenues, providing jobs, raising the cultural and spiritual level of citizens, promoting the sale of goods and services related to tourism, which is an impetus for their effective functioning (hotel, restaurant business, catering, trade, transport, entertainment industry, etc.). Ukraine has great resource potential for the development of tourism, first of all, unique natural and historical and cultural objects. It is famous for its gastronomic culture, national cuisine, products of folk crafts, traditions, unique folklore and color, hospitality, as well as qualified, hardworking personnel. By 2019, according to the rating of attractiveness for foreign tourists, Ukraine was among the 30 most attractive countries in the world. The negative impact of the coronavirus pandemic, as well as the war of aggression unleashed by Russia in Ukraine, caused a drop in the population's income, a sharp reduction in tourist flows, a decrease in socio-economic and financial indicators and the closure of some travel agencies, reorientation of entrepreneurs to other types of activities. The study is dedicated to determining the main ways of recovery and further development of tourism entrepreneurship in Ukraine, taking into account financial and economic, pandemic, political and military challenges. Socio-economic, organizational, environmental and informational measures are proposed, the implementation of which will contribute to the effective conduct of the tourist business and the integration of Ukraine into the EU tourism space.

**Keywords:** tourism, tourism entrepreneurship, tourism activity, recovery, development, tourist, tourist agent, tourist operator, tourist flow, tourist service, tourist destination, state regulation, tourism infrastructure, information technology, social responsibility, environmental responsibility, integration.

### **Вступ**

Туристичне підприємництво відіграє велику роль у розвитку економіки, поповнюючи податковими надходженнями доходну частину державного та місцевих бюджетів, забезпечуючи робочими місцями, підвищуючи культурний і духовний рівень розвитку громадян, сприяючи збуту товарів і послуг суміжних з туризмом галузей, що є поштовхом для ефективного функціонування останніх (готельний, ресторанний бізнес, громадське харчування, торгівля, транспорт, індустрія розваг тощо).

Проте вплив негативних факторів, насамперед, пандемії коронавірусу з кінця 2019 р. і пов'язаних з нею обмежень на переміщення людей, а також розв'язаної росією загарбницької війни в Україні у лютому 2022 р. спричинили скорочення туристичних потоків, падіння багатьох соціально-економічних, фінансових показників у туризмі, як і в інших видах економічної діяльності, і зниженням доходів населення. Ці тенденції посилюються як загалом у світі, так і в Україні зокрема. За даними Всесвітньої ради з туризму та подорожей (WTTC), внесок туристичної галузі у ВВП склав у 2019 р. 10,4% (або 9,2 трлн доларів США), а у 2020 р. майже вдвічі менше -5,5% (або 4,5 трлн доларів). До того ж у 2019 р. у міжнародному туризмі налічувалося 334 млн робочих місць, а у 2020 р. їх кількість зменшилася до 272 млн од., або на 18,6% [1]. За рік у сфері туризму втратив роботу практично кожен п'ятий працівник. Через коронавірус у 2020 р. збитки туристичної галузі у світі склали близько 800 млрд доларів США [2]. Аналогічні тенденції спостерігаються і в туристичній галузі України, що спонукає науковців і практиків до аналізу її стану, визначення шляхів відновлення і подальшого розвитку.

Проблемі розвитку туризму, туристичного підприємництва присвячені наукові розробки багатьох вчених різного профілю – управлінського, економічного, географічного, юридичного та інших. Акцентуємо увагу на основних результатах останніх досліджень вітчизняних учених. Актуальні нині розробки Н.О. Щербакової, яка проаналізувала стан туристичної галузі України та оцінила наслідки, які спричинені COVID-19 та війною з боку Росії [3]. Отримані дані є основою для прийняття відповідних управлінських рішень. Л.М. Титаренко та Є.О. Рябокiнь дали оцінку стану туристичного підприємництва в Україні, виявили фактори впливу на цей процес та сформулювали заходи щодо підтримки (фінансові, консалтингові, інформаційні, інфраструктурні, освітні) туристичної галузі в постпандемічний період [4]. У працях І. Міщука, Р. Головатой дістали подальшого розвитку теоретико-методичні засади дослідження міжнародної туристичної діяльності підприємства, зокрема в частині авторського трактування і пояснення сутності понять туристична діяльність, ринок туристичних послуг, туристична послуга і туристичний продукт. Показана роль міжнародної туристичної діяльності в економіці України та критерії доцільності розвитку туризму [5]. С.П. Гаврилюк окреслив проблеми, які перешкоджають розвитку туристичних підприємств з урахуванням галузевих особливостей. Пропонує активізувати розвиток промислового, оздоровчого, екологічного, екстремального видів туризму у більшості областей України [6].

Д.О. Осітнянко, Т.Ю. Примак вивчали питання впровадження принципів сталого розвитку та ефективність їх впливу на туристичну індустрію [7]. Роль готельно-ресторанної складової у розвитку малого туристичного бізнесу вивчали О.В. Мілінчук, В.М. Павлюк [8]. На відмінності в результатах діяльності класичного й соціального туристичного підприємства для місцевих громад зазначає І.М. Куліш. Він виділив основні вектори впливу соціального підприємництва у сфері туризму на розвиток сільських територій [9]. Теоретичне обґрунтування впливу транспортної інфраструктури на туристичне підприємництво України здійснено Н.В. Бошотою [10]. А.В. Завгородній, І.В. Крупіца, С.І. Павлюк, В.В. Лагодієнко обґрунтували вагому роль маркетингу як інструменту в управлінні інноваційним розвитком туристичної сфери регіону [11].

---

Цікаве з наукової і практичної точок зору дослідження інноваційних стратегій розвитку підприємств туристичної індустрії як креативної форми організації підприємницької діяльності провели В.В. Прохорова, О.Ю. Давидова, В.М. Проценко [12]. І.А. Маркіна, В.М. Маховка дослідили загрози і небезпеки в діяльності підприємств туристичної сфери та запропонували заходи щодо їх усунення та мінімізації наслідків [13]. Актуальні питання щодо ролі Всесвітньої туристичної організації у відновленні туристичних потоків в постпандемійному світі розглядають Н.В. Аністратенко та А.В. Мальченко. Ці науковці вірно зазначають, що нині важлива «...не стільки оцінка наслідків пандемії на туристичну галузь, скільки пошук шляхів виходу зі скрутного становища та відновлення туристичних потоків». Вони акцентують увагу на необхідності формування і реалізації як ефективної національної, так і наднаціональної політики з боку міжнародних організацій по максимальному зниженню ризиків, відновленню туристичної галузі та економіки країн світу шляхом усунення негативних наслідків пандемії [14].

Результати аналітичного огляду останніх досліджень і публікацій свідчать про значний інтерес науковців до вивчення проблем, які стримують розвиток туристичного бізнесу. Водночас слід враховувати специфіку туристичної діяльності, зокрема те, що вона охоплює багато видів і форм послуг, залежить від суб'єктів господарювання інших, суміжних галузей, надзвичайно чутлива та уразлива до зміни, кон'юнктури ринку туристичних послуг, економічних, епідемічних, воєнних та інших загроз і небезпек. Тому потребує постійного моніторингу, аналізу та оцінки стан туристичного підприємництва для пошуку шляхів його відновлення, ефективного функціонування з перспективою входження України до туристичного європейського простору.

#### **Формулювання цілей статті**

Метою дослідження є визначення основних заходів відновлення і подальшого розвитку туристичного підприємництва з урахуванням фінансово-економічних, пандемічних, політичних і воєнних викликів, реалізація яких сприятиме ефективному веденню туристичного бізнесу та інтеграції України у туристичний простір ЄС.

#### **Виклад основного матеріалу**

В Україні підприємництво, у тому числі в сфері туризму, почало активно розвиватися з отриманням політичної незалежності. У цей період відбуваються процеси роздержавлення, приватизації, усунення законодавчих перешкод на здійснення підприємницької діяльності, введення у 1996 р. національної валюти – гривні, активний вихід на міжнародні ринки. Все це сприяло створенню прошарку підприємців із диференціацією на великі, дрібні та середні, формуванню підприємницької культури, у тому числі у туристичному підприємстві. Для регулювання і стимулювання розвитку туризму у 1995 р. був прийнятий Закон України «Про туризм», у 2018 р. Кабінет Міністрів України затвердив Стратегію розвитку туризму та курортів на період до 2026 року [15, 16].

Україна має унікальні природні та культурні об'єкти: ліси, гори, моря, ріки, озера, скелі, каньйони, храми, старовинні замки, музеї. Славиться гастрономічною кухнею, виробами народних промислів, традиціями і гостинністю, неповторним народним фольклором і колоритом. Має цінні археологічні, історичні, архітектурні та культурні пам'ятки, витвори мистецтва. Найпопулярнішими містами визнані Київ, Львів, Чернівці, Харків, Чернігів, Одеса, Ужгород, Умань, Переяслав-Хмельницький, та Кам'янець-Подільський. За рейтингом привабливості для іноземних туристів до 2019 р. Україна була у групі 30-ти найпривабливіших країн світу, навіть випередивши Ірландію, Сінгапур, Швейцарію. Вона займала такі місця: у 2016 р. – 27, у 2017 р. і в 2018 р. – 25 у рейтингу туристичної привабливості. В 2019 р. через відомі всім пандемічні обмеження наша країна перемістилася на 78 місце [17, с. 4].

Основними перевагами підприємництва у сфері туризму є гнучкість його ведення та оперативне реагування на зміну кон'юнктури ринку, потреб і пріоритетів споживачів,

а також адаптація чи перепрофільювання діяльності відповідно до цих змін. За даними Державної служби статистики України, у 2020 р. у країні налічувалося 3867 туроператорів і турагентів – юридичних (1561 або 40,4%) та фізичних осіб-підприємців (турагентів 2306 або 59,6%). Ними було продано 1418030 туристичних пакетів на суму 32756888,3 тис. грн. Основним гравцем на ринку туристичних послуг виступають юридичні особи, які надають понад 80% цих послуг. Основним контингентом споживачів туристичного продукту виступають виїзні туристи для подорожі за кордон (таблиця 1).

**Таблиця 1. Обсяг і структура наданих послуг туроператорами-юридичними та фізичними особами-підприємцями України у 2020 р.**

Показник	Всього		у тому числі:			
			Юридичні особи		Фізичні особи-підприємці	
	Обсяг	%	Обсяг	%	Обсяг	%
Кількість туроператорів і турагентів, од.	3867	100,0	1561	40,4	2306	59,6
<i>у тому числі:</i>						
туроператори	452	11,7	452	11,7	-	-
турагенти	3415	88,3	1109	28,7	2306	59,6
Кількість туристичних пакетів, реалізованих туроператорами і турагентами, усього, од.	1418030	100,0	1225131	86,4	192899	13,6
<i>у тому числі:</i>						
іншим туроператорам або турагентам для їх подальшої реалізації туристам	320654	22,6	320654	26,2	-	-
туристам	1097376	77,4	904477	73,8	192899	100,0
<i>з них:</i>						
внутрішні туристи для подорожі по Україні	162258	14,8	141998	15,7	20260	10,5
виїзні туристи для подорожі за кордон	924339	84,2	751842	83,1	172497	89,4
в'їзні (іноземні) туристи для подорожі по Україні	10779	1,0	10637	1,2	142	0,1
Вартість туристичних пакетів (з урахуванням ПДВ), тис. грн	32756888,3	100,0	27617877,3	84,3	5139011,0	15,7
<i>у тому числі:</i>						
іншим туроператорам або турагентам для їх подальшої реалізації туристам	5474342,8	16,7	5474342,8	19,8	-	-
туристам	27282545,5	83,3	22143534,5	80,2	5139011,0	100,0
<i>з них:</i>						
внутрішні туристи для подорожі по Україні	943509,5	3,5	817627,9	3,7	125881,6	2,4
виїзні туристи для подорожі за кордон	26265355,1	96,3	21254016,9	96,0	5011338,2	97,5
в'їзні (іноземні) туристи для подорожі по Україні	73680,9	0,2	71889,7	0,3	1791,2	0,1
Кількість ночівель туристів, що включені до туристичних пакетів, од.	14955259	100,0	11998352	80,2	2956907	19,8
<i>у тому числі:</i>						
іншим туроператорам або турагентам для їх подальшої реалізації туристам	2846579	19,0	2846579	23,7	-	-
туристам	12108680	81,0	9151773	76,3	2956907	100,0
<i>з них:</i>						
внутрішні туристи для подорожі по Україні	879111	7,2	706448	7,7	172663	5,8
виїзні туристи для подорожі за кордон	11195989	92,5	8413407	91,9	2782582	94,1
в'їзні (іноземні) туристи для подорожі по Україні	33580	0,3	31918	0,4	1662	0,1
Кількість обслугованих туристів, усього, осіб	2360278	100,0	1957410	82,9	402868	17,1
<i>у тому числі:</i>						
в'їзні (іноземні) туристи	11964	0,5	11773	0,6	191	0,1
виїзні туристи	2125702	90,1	1758107	89,8	367595	91,2
внутрішні туристи	222612	9,4	187530	9,6	35082	8,7

Джерело: складено за даними Державної служби статистики України [18]

Метою поїздки переважної більшості туристів, яких обслуговували туроператори та турагенти, були відпустка, дозвілля і відпочинок. У 2020 р. таких налічувалося 1871767 осіб, або 95,6% від усіх туристів. Службові, ділові і навчальні поїздки здійснили 59627 осіб, або 3,0%. На лікування виїздили 14603 особи, або 0,7% (рис. 1).



**Рис. 1 Кількість і частка туристів, яких обслуговували туроператори та турагенти України за метою поїздки та видами туризму у 2020 р.**

*Джерело: за даними Державної служби статистики України [18]*

Туристичний бізнес сприяє створенню умов для розвитку інших видів економічної діяльності і зайнятості в них. Так, у 2020 р. витрати туроператорів-юридичних осіб України на послуги сторонніх організацій, включених до вартості туристичних пакетів, дорівнювали: послуги з розміщування туристів – 14361219,6 тис. грн, або 78,3%, послуги пасажирського транспорту – 3468085,5 тис. грн, або 18,9% (переважно залізничний транспорт), послуги в галузі культури, екскурсійне обслуговування (без транспортних послуг) – 216236,3 тис. грн (1,2%), послуги із забезпечення стравами та напоями – 125526,7 тис. грн (0,7%) – таблиця 2.

**Таблиця 2. Обсяг та структура витрат туроператорів-юридичних осіб України на послуги сторонніх організацій, включених до вартості туристичних пакетів у 2020 р., за видом витрат**

Вид витрат	тис. грн	%
Витрати на послуги сторонніх організацій, усього	18338938,4	100,0
у тому числі:		
послуги з розміщування туристів, усього	14361219,6	78,3
з них:		
у готелях та аналогічних засобах розміщування	14242363,1	77,7
в інших засобах розміщування	118856,5	0,6
послуги пасажирського транспорту, усього	3468085,5	18,9
з них за видами пасажирського транспорту:		
залізничний	15509,7	17,8
повітряний	3265100,5	0,2
водний	33879,1	0,9
наземний	153596,2	0,0
надання в оренду транспортних засобів	3474,1	0,0
послуги із забезпечення стравами та напоями	125526,7	0,7
спортивні та рекреаційні послуги	2502,9	0,0
послуги в галузі культури, екскурсійне обслуговування (без транспортних послуг)	216236,3	1,2
інші послуги	161893,3	0,9

*Джерело: складено за даними Державної служби статистики України [18]*

Отже, як видно з наведених в таблиці даних, обсяг і частка наданих культурних та екскурсійних послуг надзвичайно низькі порівняно із розміщенням та транспортним обслуговуванням. Це свідчить про необхідність розвитку саме рекреаційної, соціально-культурної, духовної, патріотичної складової.

На жаль, в останні роки спостерігається негативна тенденція до скорочення кількості суб'єктів підприємництва та зайнятих у них працівників в цілому у суспільному господарстві, і в туристичній галузі зокрема, що пояснюється погіршенням

умов для ведення бізнесу. За даними Світового банку, який оприлюднив рейтинг «Doing Business – 2020», серед обстежених 189 країн світу до топ-10-ти, де створені найкращі умови для ведення бізнесу, належать: Нова Зеландія, Сінгапур, Гонконг, Данія, Південна Корея, США, Грузія, Великобританія, Норвегія та Швеція. Тут можна швидко, легко, стабільно і з меншими ризиками вести власний бізнес (табл. 3).

Показниками-індикаторами в рейтингу виступали витрати часу та коштів підприємців на реєстрацію та закриття суб'єкта господарювання, розмір і порядок стягнення податків, зборів, штрафів, доступність кредитів та інші. Україна за вказаним рейтингом посідає лише 64 місце.

**Таблиця 3. Рейтинг 20-ти країн світу, де найлегше вести бізнес, 2020 р.**

Рейтинг	Країна	Рейтинг	Країна
1.	Нова Зеландія	11.	Литва
2.	Сінгапур	12.	Малайзія
3.	Гонконг	13.	Маврикія
4.	Данія	14.	Австралія
5.	Південна Корея	15.	Тайвань
6.	США	16.	ОАЕ
7.	Грузія	17.	Македонія
8.	Великобританія	18.	Естонія
9.	Норвегія	19.	Латвія
10.	Швеція	20.	Фінляндія

*Джерело: складено за Рейтингом країн за легкістю ведення бізнесу «Doing Business – 2020» [19]*

Найсудовіші в історії пандемічні обмеження через COVID-19, а з 2022 р. руйнівні військові дії, військовий стан, ризики і загрози для життя на території України негативно позначилися на туристичному підприємстві. У 2020 р. через пандемію коронавірусу, падіння попиту на туристичні послуги туристична галузь України зазнала майже 60 млрд грн збитків [20]. Це негативно позначилося на надходженні податків до державного бюджету.

За даними Державного агентства розвитку туризму, у першому півріччі 2022 р. суб'єктами господарювання у сфері туризму було сплачено податків на суму 809435,8 тис. грн, що на 279509,2 тис. грн, або на 25,7% менше порівняно з аналогічним періодом 2021 р. При цьому туроператори сплатили до держбюджету у 2022 р. лише 83 млн грн податків, що на 23 млн грн, або на 21,7% менше за аналогічний період 2021 р. Це пояснюється тим, що загальна кількість туроператорів і турагентів - платників податків скоротилася з 19161 у 2021 р. до 15933 од. у 2022 р., або на 16,8%, у тому числі серед юридичних осіб – відповідно з 5789 до 4370 од., або на 24,5%, і серед фізичних осіб – відповідно з 13372 до 11563 од., або на 13,5% [21].

**Таблиця 4. Найбільші суми податків, сплачені туроператорами та турагентами, січень-травень 2022 р, тис. грн.**

№ з/п	Область, місто	Сума податків	№ з/п	Область, місто	Сума податків
1.	м. Київ	214,7	6.	Дніпропетровська	25,6
2.	Івано-Франківська	90,0	7.	Закарпатська	22,2
3.	Львівська	85,8	8.	Харківська	21,6
4.	Київська	37,6	9.	Запорізька	15,0
5.	Одеська	34,2	10.	Полтавська	15,0

*Джерело: складено за даними [21]*

грн) та Одеської (34,2 тис. грн) областей – табл. 4. Найбільшу суму податків від туризму перерахували підприємці таких адміністративних областей як Івано-Франківська – приріст 63%; Львівська – 51%; Київська – 16%. У наближених до лінії фронту чи постійно обстрілюваних регіонах суми сплачених податків знизилися, зокрема з Одеської області – на 82,3% м. Києва – на 34%.

### **Висновки та перспективи подальших розвідок**

Складні умови ведення бізнесу в Україні знижують рівень мотивації щодо розвитку туристичного підприємства. У сучасних умовах господарювання мотива-

---

ційними цілями-орієнтирами розвитку туризму як органічної складової бізнесу повинні стати: перемога України над ворогом, налагодження і відродження мирного життя та економіки, формування та розвиток підприємницьких структур різних форм власності і господарювання на інноваційно-інвестиційній основі, підвищення доходності, конкурентоспроможності економіки та добробуту громадян, інтеграція в ЄС [22, с. 55].

Повноцінне функціонування підприємницької діяльності у сфері туризму неможливе без ефективного державного впливу на господарську діяльність, поведінку підприємців через фінансово-економічні, виробничі, трудові, соціальні та інші відносини, тобто через державне регулювання. Мета його полягає у формуванні сприятливих умов середовища для функціонування та розвитку туристичної підприємницької діяльності шляхом створення відповідних фінансових, соціально-економічних, організаційно-адміністративних, нормативно-правових та інших механізмів. Водночас нині одним із основних завдань регулювання є мінімізація можливих зовнішніх ризиків, не залежних від самого підприємця, зокрема, внаслідок надмірної монополізації ринків, фінансової кризи, воєнних дій, екологічної катастрофи, пандемії тощо.

Для активізації інвестиційної, інноваційної, підприємницької діяльності, державної підтримки підприємців, насамперед молодих у сфері туризму необхідно розробити і реалізувати ефективну політику формування сприятливого бізнес-середовища. Сектор туристичного підприємництва відчуває гостру потребу в ефективній державній підтримці, спрямованій на створення позитивного правового та економічного клімату завдяки спрощенню процедури започаткування бізнесу, формуванню адекватної податково-правової бази [23, с. 159], сучасної ринкової інфраструктури (дорожньої, переробної, фінансово-кредитної, інформаційної тощо).

Особливе місце повинно відводитися створенню умов для широкого впровадження сучасних інформаційних, цифрових технологій, використання підприємцями інтернету у господарській, торговельній діяльності, інтернет-просуванню туристичних товарів, послуг та активізації розвитку електронного ринку, тобто, диджиталізації туристичної індустрії [24, с. 459]. Державне агентство розвитку туризму планує виділити кошти на створення Єдиного туристичного реєстру. Тут буде можливість зареєструвати засоби розміщення і суб'єкти туристичної діяльності. Це забезпечить доступну, об'єктивну статистичну інформацію для відповідних оперативних і стратегічних управлінських рішень.

В сучасних надзвичайно складних соціально-економічних, екологічних, епідеміологічних умовах, спричинених злочинними воєнними діями росії, діяльність вітчизняних підприємницьких структур у сфері туризму повинна базуватися на принципі відповідальності. Цей принцип проявляється у здатності підприємців чи бізнес-структур адекватно відповідати за взяті зобов'язання і результати діяльності перед працівниками і суспільством загалом. Обов'язковими і нині найпоширенішими складовими серед різних видів відповідальності повинні бути соціальна та екологічна. Соціальна відповідальність бізнесу полягає у дотриманні умов ведення соціально відповідального бізнесу. З метою реалізації цього принципу ще у 2010 р. було прийнято спеціальний соціальний стандарт – Міжнародний стандарт ISO 26000 "Соціальна відповідальність" (Guidance on social responsibility), який містить рекомендації щодо функціонування соціально відповідального бізнесу. Під цим розуміють добровільну відповідальність суб'єктів підприємництва за дотримання екологічних (охорона та збереження довкілля), етичних (етична культура, у тому числі ділова, професійна) та моральних (гуманність, доброта, милосердя, повага до людини, співчуття, мужність тощо) норм і правил, пов'язаних з їхньою основною діяльністю, які перевищують визначений законодавством мінімум, завдяки чому активно впливають на забезпечення сталого розвитку, підвищення якості життя кожної соціальної групи населення і суспільства загалом.

Екологічна відповідальність бізнесу – це важлива вимога до ведення бізнесу, що виникла завдяки гуманізації суспільного життя, посилення вимог суспільства до необхідності збереження навколишнього природного середовища внаслідок його занепаду та деградації. Насамперед, це стосується зменшення антропогенного впливу на довкілля через виробничу діяльність господарюючих суб'єктів. У статті 49 Господарського кодексу України «Відповідальність суб'єктів підприємництва» зазначено: «Підприємці зобов'язані не завдавати шкоди довкіллю, не порушувати права та законні інтереси громадян і їх об'єднань, інших суб'єктів господарювання, установ, організацій, права місцевого самоврядування і держави. За завдані шкоду і збитки підприємець несе майнову та іншу встановлену законом відповідальність» [25]. В останні роки у розвинених країнах світу, наприклад, в США, Німеччині, в екологічній політиці у сфері зниження промислового забруднення змінилися пріоритети. Головні програми спрямовано не на введення в дію очисного обладнання, як це було донедавна, а на створення та впровадження екологічно чистих технологій.

Важливо також розробити маркетингову стратегію для розвитку України як привабливу дестинацію, активізувати внутрішній туризм і посилити привабливість самої туристичної галузі для внутрішніх і зовнішніх інвесторів. Доцільно активніше розвивати нові види і форми відпочинку, екстремальний туризм, військовий туризм патріотичного спрямування. Важливими дестинаціями можуть стати міста Ірпінь, де планується збудувати меморіальний комплекс «Дорога життя», який відобразить історію зруйнованого російськими загарбниками мосту, що з'єднував місто з Києвом і був порятунком для людей, а також міста Буча, Бородянка, Макарів, Гостомель та інші. Розвитку таких видів туризму сприяє зростаючий рейтинг України в умовах війни на фоні величезної всебічної міжнародної фінансово-матеріальної, військової, політичної, моральної та іншої підтримки, позитивного ставлення і надання притулку потерпілим співвітчизникам з боку урядів і народів, громадських організацій, волонтерів прогресивних зарубіжних країн.

Реалізація вищевказаних та інших заходів сприятиме підвищенню ефективності використання ресурсів, економічному зміцненню, підвищенню конкурентоспроможності суб'єктів господарювання у сфері туризму, повнішому задоволенню потреб населення у туристичних послугах, відновленню і розвитку туристичної галузі в цілому.

## Список літератури

1. Частка туризму у світовому ВВП за рік знизилася вдвічі. URL: <https://ua.interfax.com.ua/news/economic/739849.html>.
2. Український туризм недорахувався 60 мільярдів гривень у 2020 році. URL: <https://thepage.ua/ua/news/ukrayinskij-turizm-vtrativ-60-mlrd-grn-u-2020-roci>.
3. Щербаківа Н. Стан туристичної галузі України та процес її відтворення в післявоєнний період. *Економіка та суспільство*. 2022. Вип. 39. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-39-17>
4. Титаренко Л.М., Рябокiнь Є.О. Підприємництво у сфері туризму в умовах глобальних трансформацій. *Ефективна економіка*. 2021. №9. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=9291>.
5. Гаврилюк С.П. Особливості сучасного розвитку підприємництва на ринку туристичних послуг в Україні. *Вчені записки Університету «КРОК»*. 2017. Випуск 47. С. 156-165.
6. Міщук І.П., Головата Р. Туристичні підприємства України в системі міжнародної туристичної діяльності. *Індустрія туризму і гостинності в Центральній та Східній Європі*. 2021. №1. С. 69-78.
7. Осiтнянко Д.О., Примак Т.Ю. Впровадження принципів сталого розвитку в туристичній індустрії. *Ефективна економіка*. 2020. № 1. URL: <http://www.economy.nauka.com.ua/?op=1&z=7612>.
8. Мілінчук О.В., Павлюк В.М. Стан малого туристичного бізнесу України: роль готельно-ресторанної складової в його розвитку. *Інфраструктура ринку*. 2020. Вип. 41. С. 53-59. URL: <http://www.market-infr.od.ua/uk/41-2020>.
9. Куліш І.М. Соціальне підприємництво у сфері туризму: шанс для сільських громад. *Соціально-економічні проблеми сучасного періоду України*. 2022. Випуск 3 (155). С.10-14.
10. Бошота Н.В. Вплив транспортної інфраструктури на туристичне підприємництво країни. *Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Серія: Економіка та управління підприємствами*. 2018. Том 29 (68). №3. С. 58-63.



11. Завгородній А.В., Крупіца І.В., Павлюк С.І., Лагодієнко В.В. Маркетинг як інструмент управління інноваційним розвитком туристичної сфери регіону. *Регіональна економіка*. 2020. №4. С. 50-56.
12. Прохорова В.В., Давидова О.Ю., Проценко В.М. Інноваційні стратегії розвитку підприємств туристичної індустрії як креативна форма організації підприємницької діяльності. *Вісник економіки транспорту і промисловості*. 2018. № 63. С. 207-215.
13. Маркіна І.А., Маховка В.М. Загрози і небезпеки в діяльності підприємств туристичної сфери. *Проблеми економіки*. 2015. № 3. С. 135-142.
14. Аністратенко Н.В., Мальченко А.В. Роль всесвітньої туристичної організації у відновленні туристичних потоків в постпандемічному світі. *Ефективна економіка*. 2022. № 1. URL: [http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/1\\_2022/84.pdf](http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/1_2022/84.pdf).
15. Про туризм: Закон України від 15.09.95 № 325/95-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80/print>.
16. Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року: Розпорядженням КМУ № 168-р. від 16 березня 2017 р. URL: [zakon.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-p](http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-p).
17. Лелик М.Б. Стандарти ЄС і туристична галузь України: розвиток, пріоритети, промоція (оглядова довідка за матеріалами преси, інтернету та неопублікованими документами за 2019-2020 рр.). 2020. Вип. 8/3. 18 с.
18. Туристична діяльність в Україні у 2020 році. URL: [https://ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2019/tyr/tyr\\_dil/arch\\_tyr\\_dil.htm](https://ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2019/tyr/tyr_dil/arch_tyr_dil.htm).
19. Рейтинг стран по легкости ведения бизнеса (Doing Business). URL: <https://nonews.co/directory/lists/countries/doing-business>.
20. Став відомий розмір збитків туризму в Україні через війну. URL: <https://ua.korrespondent.net/business/economics/4512294-stav-vidomyi-rozmir-zbytkiv-turyzmu-v-ukraini-cherez-viinu>.
21. Найважчий сезон. Стали відомі втрати туризму в Україні під час війни. URL: <https://www.rbc.ua/ukr/travel/samyi-trudnyy-sezon-stali-izvestny-poteri-1662112736.html>.
22. Проданова Л.В., Котляревський О.В. Мотиваційний механізм розвитку підприємницької діяльності в економіці України: монографія. Черкаський державний технологічний університет. Черкаси: Видавець Пономаренко Р.В., 2019. 240 с.
23. Іваницька С.Б., Ушакова Ю.С. Стан і тенденції розвитку підприємництва в Україні в сучасних умовах. *Економіка та управління підприємствами*. 2019. Вип. 27. С. 153-161.
24. Стратегічні альтернативи економічного розвитку підприємницької діяльності: колективна монографія. Житомир: ЖДТУ, 2020. 481 с.
25. Господарський кодекс України № 436-IV від 16.01.2003 р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15>.
26. Лагодієнко В.В., Павлов К.В., Павлова О.М., Саркісян Г.О. Інноваційна діяльність на регіональних туристичних ринках: модернізація та регулювання: монографія. Луцьк: СПД Гадяк Жанна Володимирівна, друкарня «Волиньполіграф», 2021. 400 с.

## References

1. Chastka turyzmu u svitovomu VVP za rik znyzylasia vdvichi. [The share of tourism in the world GDP has halved in a year]. Available at: <https://ua.interfax.com.ua/news/economic/739849.html>.
2. Ukrainskyi turyzm nedorakhuvavsia 60 miliardiv hryven u 2020 rotsi. [Ukrainian tourism was undervalued by 60 billion hryvnias in 2020]. Available at: <https://thepage.ua/ua/news/ukrayinskij-turyzm-vtrativ-60-mlrd-grn-u-2020-roci>.
3. Shcherbakova, N. (2022). «The state of the tourist industry of Ukraine and the process of its reproduction in the post-war period». *Ekonomika ta suspilstvo*. vol. 39. Available at: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-39-17>.
4. Tytarenko, L.M., Riabokin, Ye.O. (2021). «Entrepreneurship in the field of tourism in the conditions of global transformations». *Efektivna ekonomika*. no. 9. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=9291>.
5. Havryliuk, S.P. (2017). «Features of the modern development of entrepreneurship in the market of tourist services in Ukraine». *Vcheni zapysky Universytetu «KROK»*. vol. 47, pp. 156-165.
6. Mishchuk, I.P., Holovata, R. (2021). «Tourist enterprises of Ukraine in the system of international tourist activity». *Industriia turyzmu i hostynnosti v Tsentralnii ta Skhidnii Yevropi*. no. 1, pp. 69-78.
7. Ositnianko, D.O., Prymak, T.Yu. «Implementation of the principles of sustainable development in the tourism industry». *Efektivna ekonomika*. no. 1. Available at: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=7612>.

8. Milinchuk, O.V., Pavliuk, V.M. (2020). «The state of small tourism business in Ukraine: the role of the hotel and restaurant component in its development». *Infrastruktura rynku*. vol. 41, pp. 53-59. Available at: <http://www.market-infr.od.ua/uk/41-2020>.
9. Kulish, I.M. (2022). «Social entrepreneurship in tourism: a chance for rural communities». *Sotsialno-ekonomichni problemy suchasnoho periodu Ukrainy*. vol. 3 (155), pp. 10-14.
10. Boshota, N.V. (2018). «The impact of transport infrastructure on the country's tourism entrepreneurship». *Vcheni zapysky TNU imeni V. I. Vernadskoho. Seriya: Ekonomika ta upravlinnia pidpriemstvamy*. vol. 29 (68), no. 3, pp. 58-63.
11. Zavhorodnii, A.V., Krupitsa, I.V., Pavliuk, S.I., Lahodiienko, V.V. (2020). «Marketing as a management tool for the innovative development of the region's tourism sector». *Rehionalna ekonomika*. no. 4, pp. 50-56.
12. Prokhorova, V.V., Davydova, O.I., Protsenko, V.M. (2018). «Innovative strategies for the development of tourism industry enterprises as a creative form of business organization». *Visnyk ekonomiky transportu i promyslovosti*. no. 63, pp. 207-215.
13. Markina, I.A., Makhovka, V.M. (2015). «Threats and dangers in the activities of tourism enterprises». *Problemy ekonomiky*. no. 3, pp. 135-142.
14. Anistratenko, N.V., Malchenko, A.V. (2022). «The role of the World Tourism Organization in restoring tourist flows in the post-pandemic world». *Efektivna ekonomika*. no. 1. Available at: [http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/1\\_2022/84.pdf](http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/1_2022/84.pdf).
15. Pro turyzm. Zakon Ukrainy. (1995). [On tourism. Law of Ukraine]. No. 325/95-VR dated 15.09.95. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80/print>.
16. Pro skhvalennia Stratehii rozvytku turizmu ta kurortiv na period do 2026 roku. Rozporiadzhenniam KМУ. (2017). [On the approval of the Tourism and Resorts Development Strategy for the period until 2026. Order of the CMU]. No. 168-r. dated 16.03.2017. Available at: [zakon.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-r](http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-r).
17. Lelyk, M.B. (2020). *Standarty YeS i turystychna haluz Ukrainy: rozvytok, priorityty, promotsiia (ohliadova dovidka za materialamy presy, internetu ta neopublikovanyimi dokumentamy za 2019-2020 rr.)*. [EU standards and the tourism industry of Ukraine: development, priorities, promotion (overview reference based on materials from the press, the Internet and unpublished documents for 2019-2020)].
18. Turystychna diialnist v Ukraini u 2020 rotsi. [Tourist activity in Ukraine in 2020]. Available at: [https://ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2019/tyr/tyr\\_dil/arch\\_tyr\\_dil.htm](https://ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2019/tyr/tyr_dil/arch_tyr_dil.htm).
19. Reitynh stran po lehkosty vedenia byznesa (Doing Business). [Ranking of countries by ease of doing business (Doing Business)]. Available at: <https://nonews.co/directory/lists/countries/doing-business>.
20. Stav vidomyi rozmir zbytkiv turizmu v Ukraini cherez viinu. [The amount of damage to tourism in Ukraine due to the war became known]. Available at: <https://ua.korrespondent.net/business/economics/4512294-stav-vidomyi-rozmir-zbytkiv-turizmu-v-ukraini-cherez-viinu>
21. Naivazhchyi sezon. Staly vidomi vtraty turizmu v Ukraini pid chas viiny. [The most difficult season. The losses of tourism in Ukraine during the war became known]. Available at: <https://www.rbc.ua/ukr/travel/samyy-trudnyy-sezon-stali-izvestny-poteri-1662112736.html>.
22. Prodanova, L.V., Kotliarevs'kyj, O.V. (2019). *Motyvatsijnyj mekhanizm rozvytku pidpriemnyts'koi diial'nosti v ekonomitsi Ukrainy*. [The motivational mechanism of the development of entrepreneurial activity in the economy of Ukraine]. Cherkas'kyj derzhavnyj tekhnolohichnyj universytet. Vydavets' Ponomarenko R.V. Cherkasy. Ukraine.
23. Ivanytska, S.B., Ushakova, Yu.S. (2019). «State and trends of entrepreneurship development in Ukraine in modern conditions. Economics and enterprise management». *Ekonomika ta upravlinnia pidpriemstvamy*. vol. 27, pp. 153-161.
24. *Stratehichni alternatyvy ekonomichnoho rozvytku pidpriemnyts'koi diial'nosti*. (2020). [Strategic alternatives of economic development of entrepreneurial activity]. ZhDTU. Zhytomyr. Ukraine.
25. Hospodarskyi kodeks Ukrainy. [Economic Code of Ukraine]. No. 436-IV dated 16.01.2003. Available at: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/436-15>.
26. Lahodiienko, V.V., Pavlov, K.V., Pavlova, O.M., Sarkisian, H.O. (2021). *Innovatsijna diial'nist' na rehional'nykh turystychnykh rynkakh: modernizatsiia ta rehuliuвання*. [Innovative activity in regional tourism markets: modernization and regulation]. SPD Hadiak Zhanna Volodymyrivna, drukarnia «Volyn'polihraf». Lutsk. Ukraine.

**Стаття надійшла до редакції 16.04.2022 р.**