

УДК 338.48(477)

DOI: <https://doi.org/10.37320/2415-3583/23.3>**Перегида Ю.А.**

кандидат географічних наук

*ПрАТ «ВНЗ «Міжрегіональна Академія управління персоналом»;  
Національний університет біоресурсів і природокористування України  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-1434-2509>***Кривоберець М.М.**

кандидат економічних наук

*ПрАТ «ВНЗ «Міжрегіональна Академія управління персоналом»  
ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5229-2672>*

## ДЕРЖАВНА ПІДТРИМКА ПІДПРИЄМСТВ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ В УМОВАХ ВОЄННОГО СТАНУ ТА ПІСЛЯВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ

*Дослідження показало, що для успішного розвитку туристичної індустрії та готельного бізнесу в Україні необхідний приплив інвестицій, як вітчизняних, так і іноземних, насамперед для розвитку інфраструктури мережі готелів туристичного класу і, зокрема, малих готелів, а також як мотелів, розташованих на дорогах державного значення, які б забезпечували комфортні умови проживання за низькими цінами. Фінансування будівництва об'єктів розміщення туристів має здійснюватися насамперед за рахунок залучення позабюджетних джерел. Обсяг інвестицій, необхідних для цього, можна розрахувати, виходячи з потреб окремих регіонів у сучасному розміщенні та відповідній туристичній інфраструктурі (дороги, інженерні мережі тощо). У статті доведено, що необхідним у повоєнний час в Україні є удосконалення чинного законодавства в частині розвитку туризму, включаючи внесення змін та доповнень до чинних нормативно-правових актів у сфері оподаткування, природокористування, екології та захисту прав споживачів. Теоретико-методологічна основа дослідження включає абстрактно-логічний метод, методи індукції, дедукції, аналізу, синтезу та систематизації, використані для обґрунтування підходів до державної підтримки індустрії туризму та гостинності в контексті цифровізації, що відображають державну підтримку індустрії туризму та гостинності.*

**Ключові слова:** державна підтримка, інвестиції, воєнний стан, туристична галузь, підприємства.

**Постановка проблеми.** Існуючі туристичні об'єкти та ресурси потребують реконструкції. Наразі умови для заохочення приватних інвестицій у галузь, у тому числі іноземних, не створені. Гостро не вистачає кваліфікованих спеціалістів, не вистачає систем наукового, рекламного та інформаційного забезпечення просування національного туристичного продукту на внутрішньому та зовнішньому ринках. Така ситуація значною мірою пов'язана зі зміною геополітичної ситуації, розпадом економічних зв'язків, падінням виробництва, інфляцією і, як наслідок, падінням рівня життя населення, різким збільшенням диференціації доходів населення, що спричинило скорочення внутрішнього туризму.

Водночас недостатньо ефективна система державного регулювання туризму відкриває можливості для недобросовісної конкуренції, порушення прав споживачів туристичних послуг, а також слабо стимулює розвиток іноземного та внутрішнього туризму, створює можливості для криміналізації туристичного бізнесу, а також розширення іноземних фірм на внутрішньому туристичному ринку.

Особливої уваги проблеми державної підтримки туристичної галузі в Україні набувають в умовах воєнного стану.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Проблемам державної підтримки підприємств туристичної галузі присвячено роботи багатьох українських та зарубіжних дослідників, серед яких Козловський Є. [12], Валентюк І. [10], Кнодель Л. [11], Монферран А., Бертоне А. [7], Жегузо Л. [5] та інші.

Теоретико-методологічна основа дослідження включає абстрактно-логічний метод, методи індукції, дедукції, аналізу, синтезу та систематизації, використані для обґрунтування підходів до державної підтримки індустрії туризму та гостинності в контексті цифровізації, що відображають державну підтримку індустрії туризму та гостинності.

**Мета дослідження** – удосконалення методів державної підтримки індустрії туризму та гостинності, розробити заходи щодо координації діяльності основних учасників індустрії туризму та гостинності та обґрунтування тенденцій розвитку галузі в умовах воєнного стану.

**Виклад основного матеріалу.** Дослідження показують, що на даний момент інвестиції в індустрію туризму та гостинності носять просто тактичний характер і складні через відсутність гарантій повернення коштів і прибутку, відсутність заздалегідь обумовлених заходів та можливість реалізувати тривалий час. термінова інвестиційна стратегія. Водночас в індустрії туризму та гостинності відбуваються певні об'єднувальні процеси, хоча підприємства об'єднуються не стільки для наповнення ринку різноманітними туристичними та готельними послугами, скільки для перерозподілу власності та сфер впливу. Крім того, подолання негативних тенденцій передбачає активізацію державної політики в індустрії туризму та гостинності, створення правових, організаційних та економічних основ для формування сучасної, конкурентоспроможної галузі. Тому індустрія туризму та гостинності вважається однією з найбільш

прибуткових і швидко розвиваються галузеві світової економіки. Важливу роль у вирішенні соціальних проблем відіграє розвиток галузі. У багатьох країнах світу індустрія туризму та гостинності створює нові робочі місця, підтримує високий рівень життя, створює передумови для покращення платіжного становища країни. При цьому необхідність розвитку туристичної сфери сприяє підвищенню рівня освіти, системи медичного обслуговування населення та впровадженню нових засобів поширення інформації. При цьому індустрія туризму та гостинності впливає на збереження та розвиток культурного потенціалу, веде до гармонізації відносин між різними країнами та народами, змушує уряди, громадські організації та комерційні структури брати активну участь у збереженні та вдосконаленні навколишнього середовища. У той же час сучасний розвиток галузі характеризується наявністю глибоких протиріч в її організаційній структурі, а також особливостей діяльності суб'єктів управління.

З одного боку, сучасний стан індустрії туризму та гостинності розцінюється як спадковий, пов'язаний із різким падінням досягнутого раніше асортименту туристично-готельних послуг, скороченням матеріально-технічних засобів і ресурсів галузі та значною невідповідністю з потребами населення в туристичних та готельних послугах. З іншого боку, можна відзначити високі темпи будівництва туристично-готельних об'єктів, що відповідають найвищим міжнародним стандартам, значне зростання туристичних поїздок за кордон, збільшення кількості туристично-готельних підприємств. За цих умов урядові комітети у сфері туризму та готельного комплексу мають зосередитись на розвитку туризму, розглядаючи його як фактор, здатний вирішити не лише багато соціально-економічних проблем країни, а й забезпечити певне положення країни серед європейських держав. Країн світу, найбільш привабливих для туристів. При цьому вихідні туристичні ринки характеризуються, з одного боку, високою купівельною спроможністю, а з іншого – вишуканістю споживачів щодо туристичних пропозицій та високими вимогами до якості обслуговування. Культурно-історичний та природний потенціал країни величезний, і за належних маркетингових зусиль, вдосконалення та розвитку туристичної інфраструктури кількість іноземних туристів, які прибувають в Україну, може значно зрости. Крім того, вдосконалення державного управління в індустрії туризму та гостинності передбачає створення Координаційної ради для реалізації різноманітних програм, заснованих, наприклад, на досвіді таких країн, як Франція, Італія, США.

Ця Рада виконуватиме пакетний план щодо узгодження існуючих та розроблених програм, а також нормативно-правових актів щодо розвитку рекреаційно-туристичного комплексу. Це передбачає створення та функціонування центру ліцензування та сертифікації туристичних послуг при комітетах з фізичної культури, спорту та туризму в регіонах, який організуватиме роботу з ліцензування та сертифікації туристичних послуг, веде спеціалізований регіональний реєстр туристичних підприємств та організацій, які мають ліцензії та сертифікати на надання туристичних послуг, а також готують пропозиції щодо вдосконалення системи статистичного обліку в індустрії туризму та гостинності

в територіальному розрізі. При цьому створення сучасної цілісної нормативно-правової бази туристично-готельних комплексів може здійснюватися шляхом:

- удосконалення чинного законодавства в частині розвитку туризму, включаючи внесення змін та доповнень до чинних нормативно-правових актів у сфері оподаткування, природокористування, екології та захисту прав споживачів;
- прийняття нормативно-правової бази щодо надання фінансових гарантій при отриманні права на туроператорську діяльність;
- впровадження єдиного туристичного підтвердження та ваучера по всій країні;
- прийняття державними органами нормативно-правових актів щодо класифікації засобів розміщення готелів та віднесення всіх питань контролю за дотриманням якості готельних послуг до відання органу виконавчої влади у сфері туризму;
- розроблення механізму посилення відповідальності туристичних організацій за порушення з їх боку порядку контролю за дотриманням правил в'їзду, виїзду та перебування іноземців, які перебувають під їх візовою підтримкою [9].

При цьому широка рекламна кампанія туристичних можливостей країни сприяє зростанню кількості іноземних туристів, а отже, і зростанню доходів в економіці. Необхідно також враховувати значний мультиплікаційний ефект туризму, а саме розвиток суміжних видів економічної діяльності та зростання зайнятості. За умов наявності значного обсягу реклами, її регулярності та тривалості експозиції рекламна кампанія починає приносити економічну вигоду лише з певного мінімального порогу. На жаль, за нинішнього фінансування заходи щодо просування національного туристичного продукту не можуть істотно змінити параметри існуючого туристичного потоку. Тому Україна має бути широко представлена на єдиному стенді на великих міжнародних туристичних виставках і ярмарках. Необхідно також відновити практику некомерційної реклами туристичних можливостей країни загалом шляхом видання буклетів, плакатів, карт та іншої інформаційно-рекламної друкованої продукції основними мовами світу [1].

Перш за все, необхідно видати базовий інформаційний буклет про Україну, а потім рекламні буклети про туристичні можливості основних регіонів. Наступним етапом має бути видання рекламно-інформаційних каталогів існуючих спеціалізованих турів (культурно-просвітницьких, екологічних, екстремальних, рибальських і мисливських, круїзних), а паралельно – випуску малоформатного буклету базової інформації для туристів (містить корисну інформацію для іноземців). Нині індустрія туризму та гостинності стала особливим соціокультурним явищем, що поєднує як історико-культурну спадщину держави, так і новітні цифрові технології. Багато туристичних стартапів намагаються знайти свою нішу, орієнтуючись на той чи інший вид туризму. Оскільки розвиток в'їзного туризму є важливим для України, ключові критерії прийняття рішень щодо цифровізації цієї туристичної сфери та розвитку інфраструктури мають бути орієнтовані на переваги потенційних і реальних туристів [2].

Також держава планує виділяти субсидії та надавати підтримку суб'єктам ринку, які впроваджують

цифрові технології та розвивають туризм в Україні. Однак віддаленість перспективних регіонів та дотаційна структура проектів розвитку туризму в цих регіонах не дозволяють зробити висновок про високу ефективність цих інвестицій і ймовірність перерозподілу виділених ресурсів на цифровізацію. При цьому деякі регіони інтенсивніше залучаються до впровадження цифровізації у сфері туризму та гостинності.

До факторів, що сприяють розвитку індустрії туризму та гостинності в умовах цифровізації, можна віднести ізоляцію від міжнародного трансферу технологій, що змушує вітчизняний бізнес впроваджувати та інвестувати в українські розробки; ефект низької бази, що дозволяє кардинально оптимізувати бізнес-процеси за рахунок модернізації та впровадження інформаційних технологій; а також перспективи зміни бізнес-моделей, що призводять до створення нових послуг. Враховуючи особливості цифровізації ринку та тенденції розвитку індустрії туризму та гостинності, можна припустити, що найближчим часом цей сектор економіки вийде на новий рівень розвитку, виступаючи при цьому каталізатором руху вперед транспортно-логістики, переважно в рамках організації пасажирських перевезень [8].

На сучасному етапі помітні тенденції цифровізації, що є досить перспективним у консолідації бізнесу в індустрії туризму та гостинності, у використанні нових технологічних рішень, застосуванні динамічних систем пакування турів у режимі реального часу, нових сервісів бронювання, онлайн-сервісів для прямого продажу індивідуальних послуг і турпакетів туристам з можливістю самостійного проектування туру, систем управління готелями, а також рішень на основі Big Data для прогнозування попиту та управління ціноутворенням [6].

Розглянемо досвід країн-членів ЄС у сфері надання державної підтримки суб'єктам туристичної галузі діяльності.

ЄС є найбільш відвідуваним регіоном у світі з близько 37 % усіх міжнародних туристів у 2019 році. Це робить туризм ключовим сектором економіки в ЄС, на який припадає 9,9 % валового внутрішнього продукту та 11,6 % усіх робочих місць у 2019 році. Пандемія COVID-19 справила драматичний і безпрецедентний вплив на туристичний сектор, різко скоротивши туристичні потоки, а отже, і прибутки підприємств, пов'язаних з туризмом. Крім цього негайного шоку, туристичний сектор стикається з іншими, більш довгостроковими проблемами, пов'язаними з його зеленою та цифровою трансформацією, його конкурентоспроможністю, його стійкістю та стійкістю [6].

ЄС відіграє додаткову роль у туристичній політиці, підтримуючи та координуючи дії держав-членів. У 2014-2020 роках не було виділеного бюджету ЄС на туризм. Фінансову підтримку туризму можна було б надати за допомогою багатьох програм ЄС. Це продовжується і на період 2021-2027 років.

Комісія визначила поточну туристичну стратегію ЄС ще у 2010 році. З 2015 року і до пандемії COVID-19 Комісія переглядала туристичні пріоритети в контексті ширших політичних стратегій, але не втілила ці пріоритети в конкретний план дій для підтримувати їх виконання. Як реакцію на драматичний вплив пандемії COVID-19 на туристичний сектор ЄС, Комісія розпочала дії щодо визначення туристичного порядку денного на 2030 рік.

В рамках операційних програм ЄФРР пріоритети для інвестицій у туризм були визначені з урахуванням існуючих Європейські, національні та регіональні туристичні стратегії. Наш аналіз проектів ЄФРР у сфері туризму виявив неоднозначні результати: деякі проекти були стійкими та сприяли розвитку туристичної діяльності в регіоні; інші мали лише обмежений вплив. У кількох випадках недоліки в початковому плануванні проекту та оцінці потреб, а також на етапі вибору проекту призвели до скорочення обсягу проекту, затримок та перевищення витрат під час реалізації проекту. Законодавство про ЄФРР на період 2014-2020 рр. передбачало один загальний показник результатів для інвестицій у туризм, що фінансуються ЄФРР. Крім того, держави-члени можуть використовувати індикатори, що стосуються конкретної програми. Проте загальних показників результатів, які використовувалися протягом 2014-2020 років, не було. Загальний показник результату не дозволяє в усіх випадках виміряти передбачувані досягнення проектів, навіть якщо вони були зазначені в проектній пропозиції. До кінця 2024 року Комісія має провести оцінку підтримки ЄФРР на період 2014-2020 років [3].

Основними інституційними зацікавленими сторонами та органами ЄС є:

- Комітет Європейського парламенту з транспорту та туризму (TRAN) та його цільова група з туризму;
- Рада Європейського Союзу (де питаннями туризму, як правило, займається Рада з конкурентоспроможності);
- Консультативний комітет з туризму (TAC)<sup>9</sup>, очолюваний Комісією (DG GROW), який є форумом для консультацій та координації, де представники держав-членів і Комісії обмінюються інформацією та обговорюють питання, пов'язані з туристичною політикою та забезпеченням послуг для туристів [4].

Пандемія COVID-19 справила драматичний і безпрецедентний вплив на туристичний сектор у всьому світі, різко зменшивши туристичні потоки, а отже, і прибутки туристичного бізнесу. За перші три квартали 2020 року міжнародні прибуття в ЄС були на 67,5 % нижчими, ніж за аналогічний період 2019 року. Падіння становило від 46 % до 84 %, залежно від відповідної держави-члена. Більшість зацікавлених сторін у сфері туризму, яких ми опитали, сумнівалися, що попит на туризм повернеться до докризового рівня до 2024 року.

Зменшення кількості відвідувачів через діючі обмеження на поїздки призвело до істотного падіння внеску туристичного сектору в економіку. У 2020 році ЄС втратив близько двох мільйонів робочих місць у секторі подорожей і туризму, а його внесок у ВВП зменшився вдвічі порівняно з 2019 роком (з приблизно 10% до 5% ВВП). Традиційні туристичні напрямки, такі як Хорватія, Кіпр, Греція, Мальта та Іспанія, зазнали найбільших скорочень (понад 60 %) разом з Ірландією [3].

У Багаторічній фінансовій програмі (MFF) немає спеціального бюджету для туризму. Кілька ініціатив та програм ЄС можуть забезпечити фінансування інвестицій у туризм. На період 2014-2020 років існує дванадцять програм, які можуть бути використані для фінансування заходів у туристичному секторі, як під прямим, так і спільним управлінням. На період 2021-2027 років ця кількість зросла до 14 таких програм, у тому числі створених для пом'якшення наслідків пандемії COVID.



Європейський фонд регіонального розвитку (ЄФРР) надає основну частину фінансової підтримки ЄС для інвестицій, безпосередньо пов'язаних з туризмом: близько 6,4 мільярда євро в період 2007-2013 років і близько 4,3 мільярда євро в період 2014-2020 років.

Механізм відновлення та стійкості (RRF)13 надає державам-членам можливість фінансувати інвестиції та реформи, у тому числі в туристичному секторі, як частину їхніх національних планів відновлення та стійкості (NRRP). Станом на жовтень 2021 року 26 з 27 НРР було подано до Комісії, а 19 прийнято Радою. Доступне фінансування від RRF має бути виділено до кінця 2023 року.

Комісія має надати звіт про оцінку впровадження RRF до лютого 2024 року та звіт про оцінку ex post до грудня 2028 року. У зв'язку з цим, сталий туризм є однією з найпомітніших концепцій розвитку туризму. Це передбачає балансування екологічних, економічних та соціокультурних аспектів розвитку туризму, щоб гарантувати, що туризм є стійким у довгостроковій перспективі. Це також стосується питання, як вирішити вплив туризму на зміну клімату. В ЄС Європейська зелена угода забезпечує загальну політичну основу для забезпечення сталого туризму. Національні органи, відповідальні за туристичну політику в чотирьох державах-членах, які були охоплені цим аудитом, дали загалом позитивну оцінку пріоритетів ЄС у сфері туризму протягом періоду 2014-2020 років та його допоміжних заходів. Однак вони також зазначили, що з огляду на вплив пандемії COVID-19 на туристичний сектор, було б актуально оновити туристичну стратегію ЄС у відповідь на мінливі обставини та намітити шлях до більш стійкого сектору. для майбутнього.

Тематичні вказівки Комісії вказують на те, що проекти туристичної інфраструктури, які фінансуються ЄС, мають бути вбудовані у відповідні стратегії зростання та/або розвитку, які є стійкими та економічно ефективними. Проте в керівництві недостатньо враховано ризик того, що сусідні райони з таким же (або подібним) туристичним потенціалом не мають сумісних стратегій; що проекти, відібрані для підтримки ЄС, не перегинаються з іншими проектами, які фінансуються

ЄС поблизу (що потім знижує їхню стійкість); і що проекти належним чином обслуговуються протягом років після їх завершення. Комісія збирає інформацію про використання показника загального результату туризму на рівні ОП. Ця інформація включає цільові показники, визначені в ОП, та кумулятивні значення, досягнуті відповідно до щорічних звітів про виконання, які надаються органами управління. За даними Комісії, 16 із 27 держав-членів використовують цей загальний показник принаймні для однієї зі своїх операційних операцій ЄФРР. Крім того, держави-члени можуть використовувати індикатори, що стосуються конкретної програми. Проте загальних показників результатів, які використовувалися протягом 2014-2020 років, не було.

Загальний показник результату, який зосереджується на збільшенні кількості відвідувачів, не дозволяє в усіх випадках виміряти передбачувані досягнення проектів, навіть якщо вони були зазначені в проектній пропозиції. Наприклад, туристичні проекти можуть бути спрямовані на зменшення сезонності, збільшення витрат на туризм, створення нового туристичного бізнесу або зменшення впливу туристичних об'єктів та об'єктів на навколишнє середовище. Таким чином, лише на основі інформації моніторингу результату фінансування туристичних інвестицій ЄФРР не можуть бути всебічно оцінені.

**Висновки.** Підсумовуючи, можна зазначити, що методи державної підтримки мають бути спрямовані на досягнення цілей усієї індустрії туризму та гостинності, держави та суспільства загалом, а також забезпечення узгодженості державних і приватних інтересів. Тому політика в галузі туризму та гостинності повинна враховувати цілі соціально-економічної політики, що визначає напрямки реформ. Крім того, обґрунтування цілей туристичної політики ускладнюється тим, що цілепокладання завжди було вузьким місцем у теорії та практиці планування. Практика показала, що індустрія туризму та гостинності стала особливою системою, яка поєднує як історико-культурну спадщину держави, так і новітні інформаційні технології у сфері розвитку територій та комунікацій. При цьому туристичні та готельні компанії енергійно та ефективно запроваджують інструменти діджиталізації своєї діяльності, отримуючи значний дохід.

### Список використаних джерел:

1. Bezic H., Radic M.N. Tourism foreign direct investment-ledd tourism gross value added: a cointegration and causality analysis of Croatian tourism. *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*. 2017. Vol. 30, no. 1. P. 1443–1460. DOI: <https://doi.org/10.1080/131677X.2017.1340173> (дата звернення: 26.03.2022).
2. Calero C., Turner L.W. Regional economic development and tourism: A literature review to highlight future directions for regional tourism research. *Tourism Economics*. 2019. Volume: 26 issue: 1. P. 3–26. DOI: <https://doi.org/10.1177/1354816619881244> (дата звернення: 26.03.2022).
3. European Commission. (2020). COVID 19 Economic package – Multiannual financial framework 2014–2020. Brussels, Belgium: European Commission.
4. European Court of Auditors. EU Support to tourism. Need for a new orientation and a better funding approach. 2021. 58 p.
5. Jégouzo L. L'évolution de la politique publique du tourisme en France. *Monde du tourisme*. 2019. URL: <https://journals.openedition.org/tourisme/2193> (дата звернення: 26.03.2022).
6. Kwartalnov V.A. Tourism. Marketing of the market of consumers of tourist services. URL: [https://tourlib.net/books\\_tourism/kwartalnov\\_tourism14.htm](https://tourlib.net/books_tourism/kwartalnov_tourism14.htm) (дата звернення: 26.03.2022).
7. Monfererrand A., Berthonnet A., Cent ans d'organisation administrative du tourisme (1910 à nos jours). Pour mémoire № hors-série. Cedex. 2012. P. 17–27.
8. Novikova N.G., Lebedev K.A., Lebedeva O.E. regional tourism as a factor of socioeconomic development of the economy. *Bulletin of SUSU. Series «Economics and Management»*. 2016. T. 10, No 2, p. 15–21.
9. Ohlan R. The relationship between tourism, financial development and economic growth in India. *Future Business Journal*. 2017. Volume 3, Issue 1. P. 9. 22. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.fbj.2017.01.003> (дата звернення: 26.03.2022).
10. Валентюк І.В. Організаційно-економічні механізми державного регулювання туристичної сфери України : дис. канд. наук з держ. упр. Київ, 2005. С. 163.

11. Кнодель Л. В. Туризм і туристська освіта у Франції : монографія. Київ : ФОП Кандиба. 2019. 287 с.  
 12. Козловський Є.В. Організаційно-правові засади управління туристичною галуззю. *Вісник НАДУ*. 2005. № 1. С. 400–406.

#### References:

1. Bezic H., Radic M.N. (2017) Tourism foreign direct investment led tourism gross value added: a cointegration and causality analysis of Croatian tourism. *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, vol 30, no. 1, pp. 1443–1460. DOI: <https://doi.org/10.1080/1331677X.2017.1340173>
2. Calero C., Turner L.W. (2019) Regional economic development and tourism: A literature review to highlight future directions for regional tourism research. *Tourism Economics*, volume: 26, issue 1, pp. 3–26. DOI: <https://doi.org/10.1177/1354816619881244>
3. European Commission (2020) COVID 19 Economic package – Multiannual financial framework 2014–2020. Brussels, Belgium: European Commission.
4. European Court of Auditors (2021). EU Support to tourism. Need for a fresh orientation and a better funding approach. 58 p.
5. Jégouzo L. (2019) L'évolution de la politique publique du tourisme en France. *Monde du tourisme*. Retrieved from: <https://journals.openedition.org/tourisme/219>.
6. Kwartalnov V.A. Tourism. Marketing of the market of consumers of tourist services. Retrieved from: [https://tourlib.net/books\\_tourism/kwartalnov\\_tourism14.htm](https://tourlib.net/books_tourism/kwartalnov_tourism14.htm).
7. Monfererrand A., Berthonnet A. (2012). Cent ans d'organisation administrative du tourisme (1910 à nos jours). Pour mémoire № hors-série. Cedex, pp. 17–27.
8. Novikova N.G., Lebedev K.A. & Lebedeva O.E. (2016) Regional tourism as a factor of socioeconomic development of the economy. *Bulletin of SUSU. Series «Economics and Management»*, vol. 10, no 2, pp. 15–21.
9. Ohlan R. (2017) The relationship between tourism, financial development and economic growth in India. *Future Business Journal*, volume 3, Issue 1, pp. 9–22. DOI: <https://doi.org/10.1016/j.fbj.2017.01.003>
10. Valentiuk I.V. (2005). Orhanizatsiino-ekonomichni mekhanizmy derzhavnoho rehuliuвання turystychnoi sfery Ukrainy: dys. kand. nauk z derzh. upr [Organizational and economic mechanisms of state regulation of the tourism sector of Ukraine]. Kyiv, 163 p. (in Ukrainian)
11. Knodel L.V. (2019) Turyzm i turystyska osvita u Frantsii: monohrafiia [Tourism and tourism education in France]. Kyiv: FOP Kandyba, 287 p. (in Ukrainian)
12. Kozlovskiy Ye.V. (2005) Orhanizatsiino-pravovi zasady upravlinnia turystychnoiu haluzziu. *Visnyk NADU*, № 1, pp. 400–406. (in Ukrainian)

**Perehuda Yuliia**

*PJSC "Interregional Academy of Personnel Management";  
National University of Life and Environmental Sciences of Ukraine*

**Kryvoberets Maryna**

*PJSC "Interregional Academy of Personnel Management"*

## STATE SUPPORT OF ENTERPRISES IN THE TOURIST INDUSTRY IN THE CONDITIONS OF MARITIME AND POST-WAR RECONSTRUCTION

*The study showed that the successful development of the tourism industry and hotel business in Ukraine requires an influx of investment, both domestic and foreign, primarily to develop the infrastructure of tourist class hotels and, in particular, small hotels and motels located on state roads, which would provide comfortable living conditions at low prices. Financing the construction of tourist accommodation should be carried out primarily by attracting extra-budgetary sources. The amount of investment required for this can be calculated based on the needs of individual regions in modern accommodation and relevant tourist infrastructure (roads, utilities, etc.). The article proves that in the post-war period in Ukraine, it is necessary to improve the current legislation on tourism development, including amendments to existing regulations in taxation, nature management, ecology and consumer protection. The theoretical and methodological basis of the study includes an abstract-logical method, methods of induction, deduction, analysis, synthesis and systematisation used to justify approaches to government support for the tourism and hospitality industry in the context of digitalisation, reflecting government support of tourism and hospitality industry. Existing tourist facilities and resources need to be renovated. The conditions for encouraging private investment in the industry, including foreign ones, have not been created. There is an acute shortage of qualified specialists; there is a lack of systems of scientific, advertising and information support for the promotion of the national tourism product in domestic and foreign markets. Factors contributing to the development of the tourism and hospitality industry in the context of digitalisation include isolation from international technology transfer, which forces domestic businesses to implement and invest in Ukrainian products; low base effect, which allows to radically optimisation business processes through modernisation and implementation of information technology; and the prospects for changing business models that lead to the creation of new services. Given the peculiarities of digitalisation of the market and trends in the tourism and hospitality industry, we can assume that shortly this sector of the economy will reach a new level of development while acting as a catalyst for forwarding transport and logistics, mainly in the organisation of passenger traffic.*

**Key words:** state support, investments, martial law, tourism industry, enterprises.

**JEL classification:** D21, D41, D5, E02