

УДК 338.48:352

JEL Classification: Q28, O2, O18

DOI: [http://doi.org/10.31617/visnik.knute.2021\(137\)06](http://doi.org/10.31617/visnik.knute.2021(137)06)

MIRKO Nataliia,
Candidate of Sciences (Public Administration),
Associate Professor
at the Department of Public Administration
Kyiv National University of Trade and Economics
19, Kioto str., Kyiv, 02156, Ukraine

E-mail: n.mirko@knute.edu.ua
ORCID: 0000-0003-4884-5195

LADONKO Liudmyla,
Doctor of Sciences (Economics), Associate
Professor, Professor
at the Department of Public Administration
Kyiv National University of Trade and Economics
19, Kioto str., Kyiv, 02156, Ukraine

E-mail: l.ladonko@knute.edu.ua
ORCID: 0000-0001-5219-9494

ТЕРИТОРІАЛЬНА КОНСОЛІДАЦІЯ В УКРАЇНІ

Проаналізовано можливі напрями розвитку туризму в регіонах та окремих ОТГ. Здійснено оцінку готовності ОТГ Житомирської області до нових викликів у галузі туризму за окремими напрямками. Визначено шляхи розвитку внутрішнього туризму в умовах всесвітньої пандемії.

Ключові слова: туристична сфера, регіональний розвиток, об'єднані територіальні громади, внутрішній туризм, SARS-COV-2 (COVID-19), туристичний потенціал.

Постановка проблеми. В управлінні розвитком об'єднаних територіальних громад (ОТГ) особливе місце належить туристичній галузі. Останніми роками громади демонструють, що туризм – це один з ключових напрямів у стратегії розвитку регіонів. Попри те, що саме туристична галузь однією з перших зазнала збитків від спалаху пандемії COVID-19 у світі, внутрішній туризм в Україні після подолання коронавірусної кризи має всі шанси на сталий розвиток.

Розвиток туризму в регіонах України має значні можливості та перспективи. Він спроможний дати важливий імпульс для соціально-економічного розвитку як усієї держави, так і її регіонів, областей, районів, міст, сіл. Актуальними проблемами при цьому є вибір оптимальних стратегій та інструментів реалізації управлінської діяльності в туристичній системі регіону як пріоритетної сфери регіональної економіки. Роль внутрішнього туризму країни в посткарантинний період доцільно розглянути на прикладі Житомирської області, яка має середній туристичний потенціал серед областей України, але при цьому всі можливості для розвитку туризму як пріоритетної галузі регіональної економіки та можливості вирішення соціально-економічних проблем на рівні ОТГ.

Актуальним залишається питання підвищення ролі системи місцевого самоврядування у справі управління регіонами, особливо коли це стосується управління пам'ятками культурної спадщини та природного середовища, курортною та туристичною діяльністю.

© Mirko N., Ladonko L., 2021

ISSN 1727-9313. ВІСНИК КНТЕУ. 2021. № 3 81

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням аналізу, виявлення основних тенденцій, перспективам подальшого розвитку туристичної галузі України, проблемам розвитку туризму в ОТГ присвятили свої дослідження багато вітчизняних і закордонних науковців, зокрема В. Кадала, О. Гузенко [1]. Вплив світової пандемії на стан туризму в Україні та світі вивчала О. Думська [2]. Туристичну інфраструктуру Житомирської області досліджували Н. Виговська та І. Саух [3].

Метою дослідження є визначення та обґрунтування шляхів розвитку туризму в ОТГ Житомирської області як однієї з пріоритетних сфер регіональної економіки.

Матеріали та методи. Теоретико-методологічною основою дослідження є наукові праці та методологічні розробки провідних українських учених у галузі управління, маркетингу, політології, економіки; закони України, інструктивно-методичні документи державних і регіональних органів управління. В процесі дослідження використано методи порівняння, аналізу та збору інформації.

Результати дослідження. Туристична галузь виконує двоїсту роль в розвитку соціуму. З одного боку, вона є джерелом наповнення бюджетів різних рівнів, з іншого, – її рекреативна та оздоровча складові приносять користь як на соціальному, так і на виробничому рівнях [1, с. 78].

Туризм як провідна сфера діяльності стимулює основні галузі економіки України та є невід’ємною ланкою розвитку міжнародного співробітництва й інтеграції країни у світову економіку. Це вимагає виваженої державної політики комплексного розвитку сфери туризму. Однак відсутні єдині підходи в управлінні цією галуззю як на державному, так і на регіональному рівнях. Саме тому важливою складовою ефективного розвитку туризму є розроблення нової державної політики розвитку туризму на основі маркетингового підходу в управлінні [4, с. 370].

Проблемам вияву впливу туризму на економічний та соціальний розвиток регіонів України й визначення його перспектив не приділяється достатньої уваги. Згідно з даними Всесвітньої туристичної організації ООН (ЮНВТО), частка туризму у світовому ВВП становить близько 10 %, а на міжнародний туризм припадають 7 % загального обсягу світового експорту та близько 30 % світового експорту послуг, кожне десяте робоче місце у світі належить сфері туризму. Кількість міжнародних туристичних прибутків у 2019 р. досягла близько 1.5 млрд, що на 4 %, або на 54 млн перевищує показники 2018 р. [5].

Протягом останніх років у країнах ЄС витрати на закордонні поїздки на свята зросли на 25 %, тоді як кількість ділових поїздок збільшилась лише на 16 %. Відпочинок туристів у містах збільшився на 47 %, на морі – всього на 12 %, а відпочинок у сільській місцевості, навпаки, зменшився на 10 % [5]. Україна посідає одне з провідних місць в Європі за рівнем забезпеченості природними та історико-культур-

ними ресурсами. Так, курортні та рекреаційні території нашої країни становлять близько 9.1 млн га (близько 15 % усієї території). На державному обліку перебуває понад 130 тис. пам'яток, з яких 57 206 пам'яток археології, 51 364 – пам'ятки історії, 5 926 пам'яток монументального мистецтва, 16 293 пам'ятки архітектури та містобудування. Також в Україні функціонує 61 історико-культурний заповідник, а експлуатаційні запаси мінеральних вод дають змогу використовувати їх в обсягу понад 64 тис. м³ на добу. У туристичній галузі України на постійній основі працює понад 200 тис. осіб та близько 1 млн осіб сезонно [4].

Україна нині використовує менш ніж третину від наявного туристичного та рекреаційного потенціалу, причиною чого є те, що до останнього часу розвиток туризму розглядався як другорядний, а дії влади щодо його організаційно-економічної підтримки були безсистемними. У регіонах України розвивався переважно виїзний туризм, що сприяло розвитку іноземних туристичних компаній, частково – "зелений", рекреаційний та культурно-історичний туризм (рис. 1).

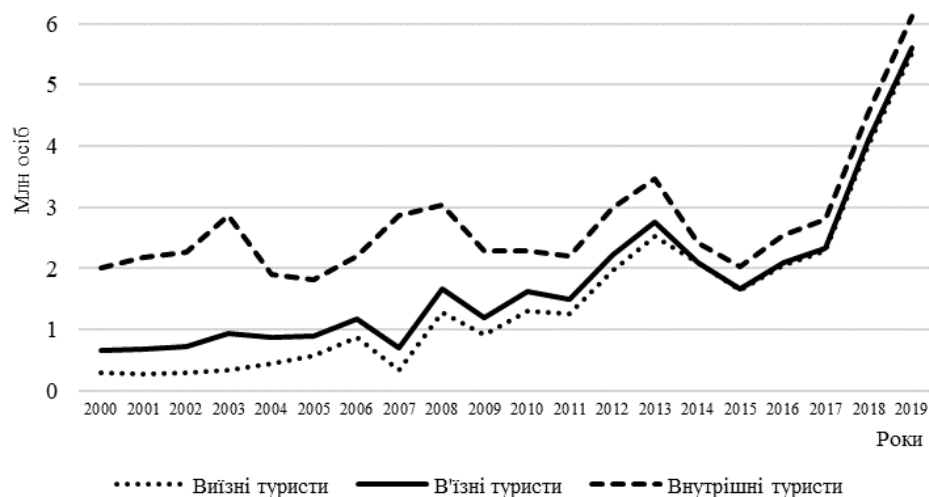


Рис. 1. Туристичні потоки України за 2000–2019* рр., осіб

* Дані за 2014–2019 роки наведені без урахування тимчасово окупованої території АР Крим, м. Севастополя та тимчасово окупованих територій у Донецькій та Луганській областях

Джерело: узагальнено авторами за [5].

Результати аналізу динаміки туристичних потоків (див. рис. 1) свідчать, що в нашій країні ситуація є нестабільною, але спостерігалися позитивні тренди, наприклад у 2000–2014 рр. туристичні потоки зростали щороку, але після анексії Криму Російською Федерацією та значної фінансової кризи туристична галузь занепала. Попри це, у 2016 р. відбувалось поступове відродження туристичної галузі, її потоки

зросли на 6.77 % (до 13.3 млн осіб). Вітчизняні туристи віддавали перевагу відпочинку за кордоном, що негативно вплинуло на розвиток економіки України [5].

За результатами аналізу виїзного та в'їзного туризму з'ясовано, що він суттєво збільшувався до 2019 р. (включно), в результаті чого покращувалась діяльність туристичної галузі, відповідно, насичувався туристичний кошик, підвищувалася зацікавленість іноземців нашою державою.

Зміст державної політики становить сукупність цілей, завдань, пріоритетів розвитку, програм, які розробляють і реалізують органи державної влади із залученням інститутів громадянського суспільства. Процес формування й реалізації державної політики з розвитку туризму вкладається в "програмний цикл", який включає такі етапи: ініціація, розроблення, виконання та оцінка політики. Реалізація державної політики розвитку туризму як процес може бути визначена у вигляді цілеспрямованої діяльності органів державної влади за наперед прийнятою програмою, яка орієнтована на вирішення суспільних та економічних проблем розвитку туризму, досягнення соціально значущих цілей його розвитку та суспільства загалом, а також окремих сфер [4].

Державна туристична політика в Україні повинна визначити стратегічні цілі та ресурси розвитку туризму, важливо при цьому оцінити її вплив на виробництво, споживання, навколишнє та соціальне середовище. Держава має здійснювати контроль та регулювати сектор туризму безпосередньо – як через Міністерство економічного розвитку та торгівлі, на яке з 2015 р. покладені повноваження в галузі туризму, так і через органи місцевого самоврядування. Регуляторний вплив може реалізовуватися на засадах управління потребами і прибутками та на засадах управління пропозицією та цінами.

Управління потребами в державній політиці здійснюється через маркетинг та просування, ціноутворення та обмеження доступу. Держава реалізує заходи з просування туристичних продуктів з метою збільшення потреб у потенційних туристів. Туристична політика виконує такі завдання: виявляє потреби суб'єктів ринкових відносин; аналізує ситуацію на туристичному ринку та тенденції його розвитку; забезпечує просування туристичних продуктів та послуг до споживача; організовує обмін для задоволення потреб туристів.

Держава як третій суб'єкт, поряд з продавцями туристичних послуг та споживачами, виконує на ринку роль регулятора. Безпосередньо не задовольняючи потреби туристів, держава регулює ринкові процеси, сприяє досягненню компромісу інтересів між суб'єктами туристичного ринку та економіки в цілому з мінімальними витратами з боку суспільства, що, зокрема обумовлено необхідністю розглядати економічні та соціальні процеси в єдності та взаємодії. При цьому

держава, на відміну від окремого туристичного підприємства, зацікавлена в ефективності економіки загалом. З іншого боку, державу слід розглядати з точки зору надання туристам важливих соціальних послуг.

Одним з методів впливу держави на туризм є оподаткування туристів з метою перерозподілу доходу від туризму у місцеві бюджети, які забезпечують розвиток умов та якість обслуговування туристів. Зокрема, це збори, які стягуються у готелях при розміщенні, в аеропортах – при купівлі квитків тощо. Проте уведення додаткових податків і зборів може негативно вплинути на туристичний ринок та дохідність галузі, оскільки ці заходи призводять до зростання витрат туристів, що, у свою чергу, знижує потреби на туристичний продукт та послуги.

Інвестиції у сферу туризму можуть надходити від доходів секторів економіки або від міжнародних організацій. Розмір фінансової допомоги, яка надається державою на розвиток туристичної галузі, визначається важливістю туризму для економіки країни. Державні дотації на розвиток можуть надаватися в різноманітних формах, починаючи від заходів щодо просування позитивного іміджу країни до надання податкових пільг на туристичну діяльність. Серед основних чинників державних інвестицій доцільно виділити: зниження ціни інвестицій у проекти з розвитку туризму, яка включає позики за вигідними відсотковими ставками; податкові пільги; продаж землі для розвитку інфраструктури за ціною, нижче ринкової; захист від подвійного оподаткування через укладання міжнародних угод з іншими країнами; зниження митних зборів; прямі субсидії та надання державних гарантій на інвестиції з метою залучення зарубіжних інвесторів.

Україна нині використовує менш ніж третину від наявного туристичного та рекреаційного потенціалу, причиною чого є те, що до останнього часу розвиток туризму розглядався як другорядне завдання, а дії влади щодо його організаційно-економічної підтримки були безсистемними. У регіонах України розвивався переважно виїзний туризм, що сприяло розвитку іноземних туристичних компаній, частково – "зелений", рекреаційний та культурно-історичний його напрями. Важливість розвитку в Україні цієї сфери визнано на найвищому державному рівні прийняттям Стратегії розвитку туризму і курортів на період до 2026 р., де сфера туризму визначена однією з основних галузей, що впливають на загальний стан і тенденції світової економіки [6].

Потужним поштовхом для розвитку туризму в регіонах стало реформування адміністративно-територіального устрою держави та утворення об'єднаних територіальних громад в межах децентралізації управління. У нових умовах роботи суб'єктів управління місцевого самоврядування туристична сфера, поряд з освітою, медициною, адміністративними послугами, будівництвом доріг, забезпеченням комунальних послуг, благоустроєм, забудовою і навіть безпекою, повністю переходить у компетенцію об'єднаної громади.

17 липня 2020 р. Верховна Рада України прийняла Постанову № 3650 "Про утворення та ліквідацію районів", згідно з якою тепер в Україні 136 районів. До цього в Україні існувало 490 районів, отже, стільки ж районних рад та районних державних адміністрацій. Функціонал у всіх них був однаковий, проте навантаження дуже різнилося через різний розмір і кількість населення районів. Наприклад, в Україні було 6 районів з населенням до 10 тис. людей, у 9 районах проживало більше 100 тис. людей, у 3 районах – понад 150 тис. При однакових функціях – обсяг роботи різний. Також 26 районів були вже повністю покриті спроможними громадами, 173 – на 50 % і більше об'єдналися у громади. Переважна більшість повноважень перейшла саме до громад від органів влади районного рівня, тобто система була незбалансованою. Реорганізація районів розпочалася після місцевих виборів в Україні і триватиме до середини 2021 р. [7]. У цей час Верховна Рада України має прийняти низку законів про розмежування повноважень і ресурсів між областями та районами, між районами та громадами тощо. Цей перехід має стати максимально непомітним для людей, а якість і доступність послуг, що надавалися на районному рівні, не знизилася.

Пандемія *COVID-19* зачепила всі туристичні напрями у світі й стала причиною для найсуворіших обмежень на подорожі в історії. Однак після її подолання населення України повернеться до звичного способу життя, де значне місце належить відпочинку. Саме наслідки коронавірусної кризи можуть спричинити поштовх до розвитку внутрішнього туризму в ОТГ, що дасть змогу в майбутньому: збільшити надходження до бюджету; стимулювати розвиток малого та середнього бізнесу у понад 50 суміжних галузях економіки; створити робочі місця (кожні 26 туристів створюють 1 робоче місце); розвивати інфраструктуру; покращити якість життя; зменшити відтік людей. Тож внутрішній туризм – це не тільки можливість поповнити бюджети спроможних громад (кожен український внутрішній турист під час подорожі щодня витрачає близько 50 дол. США (1.375 грн), іноземні туристи – від 150 дол. США), але і враження, які здатні задовольнити туристичні потреби людей.

У Стратегії розвитку Житомирської області до 2027 р. туризм є одним із ключових напрямів соціально-економічного розвитку регіону. За цією Стратегією зазначається, що Житомирська область знаходиться на етапі входження до привабливих туристично-рекреаційних регіонів України. Основною метою розвитку туризму Житомирщини можна визнати формування й розвиток екскурсійно-туристичного комплексу, що забезпечить можливості для задоволення потреб відвідувачів в асортименті туристичних послуг регіону [8]. Для розвитку цього напрямку Житомирщина має визначні пам'ятки археології, історії, монументального мистецтва, архітектури, працюють туристичні агентства. Проте жодне з агентств не вважає пріоритетним для себе внутрішній і в'їзний туризм. Недостатня увага приділяється формуванню місцевого туристичного продукту, що могло б створити додат-

кові робочі місця, передусім для молоді, а в перспективі – сприяти поповненню місцевого бюджету [9].

Виконуючи стратегічні цілі розвитку, ОТГ Житомирської області розвивають такі види туризму: міський (Житомирська міська ОТГ); сільський (зелений) (Старосілецька сільська ОТГ Коростишівського району); еко-туризм (Коростишівська міська ОТГ); культурний (Радомишльська міська ОТГ); гастрономічний (Овруцька міська ОТГ); діловий (MICE-туризм) (Житомирська міська ОТГ); спортивний (Тетерівська сільська ОТГ Житомирського району); рекреаційний (Іршанська селищна ОТГ Хорошівського району); релігійний (Чоповицька сільська ОТГ Малинського району); пригодницький (Тетерівська сільська ОТГ Житомирського району); етнічний (Новоград-Волинська міська ОТГ) [7].

Для кожної окремої ОТГ туризм відіграє істотну роль у стимулюванні економічного розвитку не тільки безпосередньо туристичної галузі, але й суміжних галузей та інших галузей економіки. В ОТГ Житомирської області разом з туристичною інфраструктурою розвиваються: туристичні компанії, заклади розміщення, транспорт, заклади ресторанного господарства, локації, театри, клуби і розважальні заклади, магазини, стадіони, ІТ-компанії, фінансові установи, конференц-зали тощо. Створена нещодавно в області комунальна установа "Житомирський обласний туристично-інформаційний центр" допомагає реалізувати найкращі туристичні ініціативи представників ОТГ.

Важливим кроком до розвитку туризму в ОТГ Житомирської області було створення туристичних кластерів на базі туристичного активу декількох ОТГ. У Житомирській області уже створено 2 туристичні кластери – ягідний у Брусилівській та органічний у Баранівській ОТГ. Уже незабаром в області функціонуватиме 3-й кластер – мисливський – у Мартинівській ОТГ. Туристичний кластер розглядається як добровільне галузеве об'єднання підприємницьких структур, які тісно співпрацюють з науковими установами, громадськими організаціями та органами місцевого самоврядування з метою підвищення конкурентоспроможності власної продукції і сприяння економічному розвитку регіону. Схему роботи туристичного кластеру в ОТГ наведено на *рис. 2*.

Основними цілями туристичного кластеру є:

- розроблення туристичних пропозицій та співпраця з широким колом партнерів для підвищення туристичної привабливості громади;
- інвентаризація туристичних об'єктів та розроблення привабливих туристичних маршрутів;
- сприяння розвитку закладів готельного та ресторанного господарства;
- організація фестивалів та заходів, орієнтованих на різні аудиторії;
- участь у всеукраїнських та міжнародних туристичних виставках з метою популяризації громади та обміну досвідом;
- друк власної поліграфічної продукції та просування послуг, що надаються учасникам кластеру.

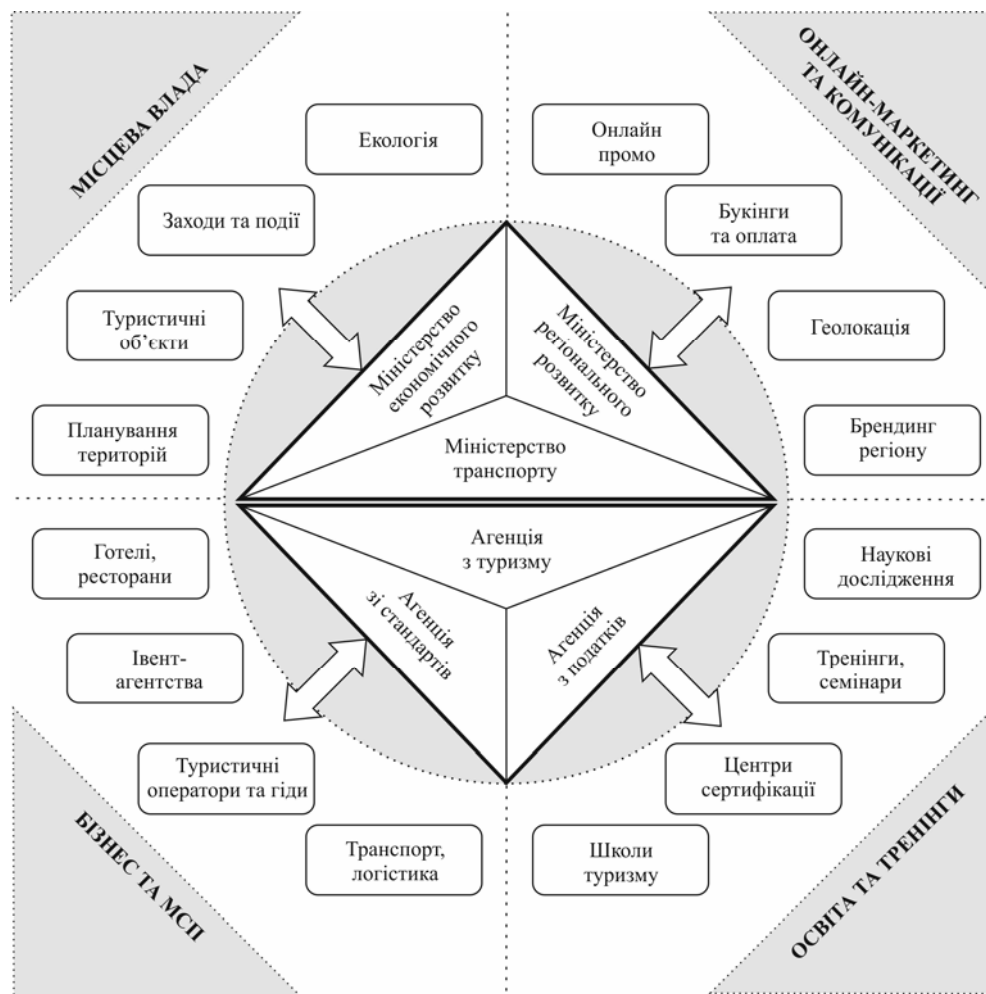


Рис. 2. Робота туристичного кластеру в ОТГ [10].

Таким чином, головними суб'єктами розвитку туризму в ОТГ Житомирської області є влада, територіальна громада та бізнес. Бізнес отримає змогу внесення об'єктів учасників кластеру до туристичних маршрутів, розміщення інформації про кластер у обласному туристично-інформаційному центрі, просування своїх послуг та продуктів через обласний туристично-інформаційний центр, навчання працівників готельно-ресторанної сфери, правової організації та проведення тематичних фестивалів і свят, допомогу у розвитку бізнесу та його рекламі. Влада отримає змогу покращувати інвестиційний клімат в ОТГ, формувати позитивний імідж ОТГ, збільшувати надходження до бюджету, створювати нові робочі місця, промоцію ОТГ на міжнародному та всеукраїнському рівнях, створювати нову та поліпшувати існуючу туристичну інфраструктуру, залучати більше туристів та здійснювати чітку статистику за кількістю туристів. Громада, в свою чергу, матиме змогу покращити інфраструктуру, збільшити можливості для відпочинку

та розвитку, розвивати систему готельно-ресторанного сектора, створювати нові робочі місця, що сприятиме загальному зростанню задоволеності від проживання в ОТГ.

Житомирська область має вигідне географічне положення та сприятливі кліматичні умови, багате історичне минуле, велику кількість пам'яток історії та архітектури, що дає широкий спектр можливостей для розвитку туризму на території регіону. Перспективним видом туризму для ОТГ Житомирщини є сільський (зелений) туризм, що дасть змогу жителям сільських місцевостей отримувати додаткові кошти на розвиток територіальних громад, створити нові робочі місця, організувати нові туристичні маршрути, просувати туристичний потенціал області та окремих її районів.

Зокрема, для подальшого розвитку туризму в ОТГ Житомирської області, створення і благоустрою відповідної інфраструктури можна запропонувати такі заходи: відкриття тематичних, туристично-розважальних парків розваг і центрів ремесел; відкриття мережі веломаршрутів, а також місць паркування на території населених пунктів та поза їх межами; зупинок громадського транспорту; пунктів прокату; інформаційних матеріалів про веломаршрути тощо; будівництво екоготельних комплексів (залучення інвесторів для створення креативного екоготелю для туристів; дотримання вимог екологічності та натуральності при будівництві); екопоселення з метою організації екологічно чистого простору для життя групи людей і організація харчування завдяки органічному сільському господарству.

Також можна розширити можливості туристичної інфраструктури завдяки: запровадженню агрофестивалів на території громад, що дасть змогу продемонструвати традиційні заняття жителів регіону; організації щорічних ярмарок; створення туристичного бренду регіону (розробка комплексного бренд-буку; сувенірної продукції; правил позиціонування); створення комплексного рішення щодо єдиного стилю візуальної ідентифікації громади з акцентом на туристів (розміщення інформаційних стендів та вказівників, об'єктів-знаків для туристів; поєднання в єдиний концепт з брендом).

Висновки. В управлінні розвитком туристичної сфери на регіональному рівні особливе місце посідають спеціалізовані, у тому числі й рекреаційно-туристичні, комплекси регіонів. Попри позитивні тенденції розвитку туристичної сфери в регіонах України (збільшення кількості внутрішніх, в'їзних та виїзних туристів, надходжень платежів до бюджету та зайнятих у туристичній сфері), наявні й значні проблеми та недоліки функціонування, які суттєво відрізняють туристичну сферу України від країн Європейського Союзу. Розвиток туристичної галузі стримується різноманітними проблемами, рішення яких потребує державного регулювання та підтримки виконавчих органів влади.

Для успішного розвитку внутрішнього туризму в ОТГ, у тому числі й у Житомирській області, необхідно здійснити такі кроки: провести інвентаризацію туристичних принад, пам'яток, інфраструктури;

налагодити державно-приватне партнерство; виробити плани покращання громади; об'єднати зусилля із сусідніми ОТГ для створення туристичних продуктів; презентувати туристичні пропозиції туроператорам, агенціям, іншим партнерам та налагодити з ними партнерство.

Перспективи подальших досліджень пов'язані з вивченням механізмів координації для більш адресного реагування та підтримки відновлення туристичного сектора.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Кадала В. В., Гузенко О. П. Законодавча площина діяльності суб'єктів туристичного бізнесу: проблематичні та рекомендаційні аспекти. *Правовий часопис Донбасу*. 2020. №2 (71). С. 72-81.
2. Думська О. Як коронавірус вплинув на туризм в Україні та світі? *BBC News Україна*. 30.04.2020. Київ. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/tourism-after-oronavirus/30586049.html> (дата звернення: 14.02.2021).
3. Виговська Н. Г., Саух І. В. Стратегічний розвиток туристичної галузі в Житомирській області. *Вісник ЖДТУ*. 2018. № 2 (84). С.118-124.
4. Старостенко Г.Г., Мірко Н.В. Управління розвитком туристичної сфери в регіонах. *Prognostication and planning of economic development: microeconomic and macroeconomic levels: multi-authored monograph. Vol. 1. Lithuania: Publishing House "Baltija Publishing", 2019. 420 p. URL: http://socrates.vsau.org/repository/getfile.php/24170.pdf* (дата звернення: 04.08.2020).
5. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 04.12.2019).
6. Розпорядження КМУ від 16 березня 2017 р. № 168-р "Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року". URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-%D1%80> (дата звернення: 10.02.2021).
7. Децентралізація в Україні: нові райони. URL: <https://decentralization.gov.ua/new-raions> (дата звернення: 20.02.2021).
8. Стратегія розвитку Житомирської області на період до 2027 року. URL: https://zt.gov.ua/images/Proekt/29s/dod29_st_rozv2027.pdf (дата звернення 20.02.2021).
9. Житомирський обласний туристично-інформаційний центр. URL: <http://tic.zt.ua> (дата звернення 20.02.2021).
10. Туризм як драйвер розвитку ОТГ. Презентація для виступу на Форумі "Екологічні стратегії енергонезалежності для громад". URL: <https://www.slideshare.net/olFeldman/ss-125787948>.

Стаття надійшла до редакції 26.02.2021.

Mirko N., Ladonko L. Territorial consolidation in Ukraine.

Background. *The tourism industry has a special place in the management of the development of united territorial communities (UTC). In recent years, communities have demonstrated that tourism is one of the key areas in the regional development strategy.*

The aim of the article is to identify and substantiate the development of tourism in the UTC of Zhytomyr region as one of the priority areas of the regional economy.

Materials and methods. *Methods of comparison, analysis and collection of information were used in the research.*

Results. *Tourism stimulates the main sectors of Ukraine's economy and is the integral part of the development of international cooperation and integration of the country in the world economy. This requires a balanced state policy of integrated tourism development. However, there are no common approaches to managing this sector at the state*

and regional levels. That is why an important component of effective tourism development is the development of a new state policy for tourism development based on a marketing approach in management.

Conclusion. Specialized, recreational and tourist complexes of regions occupy a special place in the management of tourism development at the regional level. It is necessary to take a number of measures for the successful development of domestic tourism in UTC, including Zhytomyr region, such as conduct an inventory of tourist attractions, monuments, infrastructure; establish a public-private partnership; create community improvement plans; join forces with neighboring UTCs to create tourism products; present tourist offers to tour operators, agencies, other partners and establish partnerships with them.

Keywords: tourism, regional development, united territorial communities, domestic tourism, SARS-COV-2 (COVID-19), tourism potential.

REFERENCES

1. Kadala, V. V., & Guzenko, O. P. (2020). Zakonodavcha ploshhyna dijal'nosti sub'ektiv turystychnogo biznesu: problematychni ta rekomendacijni aspekty [Legislativeterms of activity of tourist business subjects: problematic and recommendatory aspects]. *Pravovyy chasopys Donbasu – Law Journal of Donbass*, 2 (71), 72-81 [in Ukrainian].
2. Dums'ka, O. (2020). Jak koronavirus vplynuv na turyzm v Ukrai'ni ta sviti? [How the coronavirus has affected tourism in Ukraine and the world?]. *VVS News Ukrai'na – BBC News Ukraine*, 30.04. Retrieved from <https://www.radiosvoboda.org/a/tourism-after-oronavirus/30586049.html> (accessed 14 February 2021) [in Ukrainian].
3. Vygovs'ka, N. G., & Sauh, I. V. (2018). Strategichnyj rozvytok turystychnoi' galuzi v Zhytomyr's'kij oblasti [Strategic development of the tourism industry in Zhytomyr region]. *Visnyk ZhDTU – Bulletin of ZhSTU*, 2 (84), 118-124 [in Ukrainian].
4. Starostenko, G. G., & Mirko, N. V. (2019). Management of tourism development in the regions. Prognostication and planning of economic development: microeconomic and macroeconomic levels. Vol. 1. Lithuania: Publishing House "Baltija Publishing". Retrieved from <http://socrates.vsau.org/repository/getfile.php/24170.pdf> (accessed 04 August 2020) [in English].
5. Derzhavna sluzhba statystyky Ukrai'ny [State Statistics Service of Ukraine]. Retrieved from <http://www.ukrstat.gov.ua> (accessed 04 December 2019) [in Ukrainian].
6. Rozporjadzhennja KМУ vid 16 bereznja 2017 r. № 168-r "Pro shvalennja Strategii' rozvytku turyzmu ta kurortiv na period do 2026 roku" [Order of the Cabinet of Ministers on March 16, 2017 № 168-r "On approval of the Strategy for the development of tourism and resorts for the period up to 2026"]. Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-%D1%80> (accessed 10 February 2021) [in Ukrainian].
7. Decentralizacija v Ukrai'ni: novi rajony [Decentralization in Ukraine: new districts]. *decentralization.gov.ua*. Retrieved from <https://decentralization.gov.ua/new-rayons> (accessed 20 February 2021) [in Ukrainian].
8. Strategija rozvytku Zhytomyr's'koi' oblasti na period do 2027 roku [Development strategy of Zhytomyr region for the period up to 2027]. *zt.gov.ua*. Retrieved from https://zt.gov.ua/images/Proekt/29s/dod29_st_rozv2027.pdf (accessed 20 February 2021) [in Ukrainian].
9. Zhytomyr's'kyj oblasnyj turystychno-informacijnyj centr [Zhytomyr Regional Tourist Information Center]. *tic.zt.ua*. Retrieved from <http://tic.zt.ua> (accessed 20 February 2021) [in Ukrainian].
10. Turyzm jak drajver rozvytku OTG. Prezentacija dlja vystupu na Forumi "Ekologichni strategii' energonezalezhnosti dlja gromad" [Tourism as a driver of UTC development. Presentation for the Forum "Environmental Strategies for Energy Independence for Communities"]. *www.slideshare.net*. Retrieved from <https://www.slideshare.net/olFeldman/ss-125787948> [in Ukrainian].