

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДОНЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ
ІМЕНІ МИХАЙЛА ТУГАН-БАРАНОВСЬКОГО

ТАВРІЙСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ АГРОТЕХНОЛОГІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ДМИТРА МОТОРНОГО

Кваліфікаційна наукова
праця на правах рукопису

БОРБЛІК КАРИНА ЕДУАРДІВНА

УДК 379.85:338.4(477)(043.3)

ДИСЕРТАЦІЯ

**ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ СТАЛОГО РОЗВИТКУ
РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ УКРАЇНИ**

Спеціальність 051 Економіка

Галузь знань 05 Соціальні та поведінкові науки

Подана на здобуття наукового ступеня доктора філософії.

Дисертація містить результати власних досліджень. Використання ідей,
результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело

К.Е. Борблік

(підпис, ініціали та прізвище здобувача)

**Науковий керівник Горіна Ганна Олександрівна, доктор економічних,
доцент**

Кривий Ріг – 2020

АНОТАЦІЯ

Борблік К.Е. «Формування стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг України». – Кваліфікаційна наукова праця на правах рукопису.

Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора філософії з галузі знань 05 – Соціальні і поведінкові науки за спеціальністю 051 – Економіка. Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського. Кривий Ріг, 2020. Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного. Мелітополь, 2020.

Дисертація присвячена проблемі поглиблення теоретико-методичних основ дослідження ринку туристичних послуг України та обґрунтування механізмів формування та реалізації стратегії його сталого розвитку. Визначено зміст поняття «сталий розвиток ринку туристичних послуг», що розглядається, як динамічний процес перетворення відносин між суб'єктами різного рівня щодо купівлі-продажу у грошовій формі певного матеріального чи нематеріального блага в сфері туризму, що засноване на принципах свободи вибору, рівності та відповідальності з урахуванням обмеженості регенеративної здатності туристичних екосистем та забезпечення збереження їх природно-ресурсного потенціалу та нівелювання екологічних збитків.

У результаті аналізу ринку туристичних послуг України на основі розроблено науково-методичного підходу до оцінки стани ринку туристичних послуг, встановлено загальні тенденції його розвитку: збільшується питома вага послуг туристичної індустрії в загальному обсязі реалізації послуг; збільшується кількість туристів, які звертаються за послугами до туристичних агентств та операторів, в тому числі іноземних туристів; найбільш інтенсивними стали туристичні потоки виїзний з метою відпочинку та внутрішній зі службовими та навчальними цілями; зростає інтенсивність туристичного потоку до Польщі, Туреччини, Словаччини, Єгипту, Румунії; скорочення кількості КЗР та скорочення терміну перебування в них туристів; підвищення кількості осіб, що використовують інфраструктуру КЗР та закономірне підвищення доходів КЗР від надання послуг.

Обґрунтовано просторову нерівномірність розвитку регіональних ринків туристичних послуг України. Визначено 8 регіональних ринків туристичних послуг, різних за своєю структурою, що дозволило виявити загальні тенденції їх сталого розвитку, зокрема збільшився потік туристів в західних регіонах країни Львівська, Івано-Франківська області, скоротився потік до Російської Федерації.

Встановлено, що ринок туристичних послуг України у короткостроковій перспективі буде продовжувати динамічно зростати: збільшуватимуться потоки туристів, зростатимуть доходи туристичних підприємств. Така модель подальшого розвитку може спричинити негативний вплив на оточуюче середовище та історико-культурну спадщину українського суспільства, запобігання якого потребує удосконалення існуючої стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг України.

На підставі методології Європейської експертної служби Tacis EES, прив'язаної до умов України, принципів еволюційності, системності, функціональності, добровільності, прозорості, правової забезпеченості розроблено концептуальні засади формування стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг України. Розроблено стратегію сталого розвитку ринку туристичних послуг України, що побудована з урахуванням принципів еволюційності, системності, функціональності, добровільності, прозорості та правової забезпеченості та визначає головною метою формування сприятливих умов для активізації діяльності суб'єктів ринку згідно з міжнародними стандартами якості та з урахуванням європейських цінностей, перетворення самого ринку туристичних послуг на високорентабельну, інтегровану у світовий ринок конкурентоспроможну сферу, що забезпечує прискорення соціально-економічного розвитку регіонів і держави в цілому.

Розглянуті індикатори оцінки ефективності запровадження стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг України (інтенсивність туристичного потоку, загальний внесок в економіку, кількість створених робочих місць, внесок регіональних ринків в бюджети місцевого рівня, вірогідність ризику неотримання запланованих доходів), що дозволить моніторити відповідності становища ринку

представленим критеріям і своєчасно приймати необхідні управлінські рішення для корегування виключних заходів.

Ключові слова: сталий розвиток, ринок туристичних послуг, стратегія сталого розвитку ринку туристичних послуг, суб'єкти ринку, туристичний потік.

ABSTRACT

Borblik K. "Formation of a strategy for sustainable development of the tourist services' market of Ukraine". - Qualifying scientific work, manuscript copyrights.

The dissertation on competition of a scientific degree of the doctor of philosophy in the field of knowledge 05 - Social and behavioral sciences 051 – Economics. Mykhailo Tuhan-Baranovsky Donetsk National University of Economics and Trade. Kryvyi Rih, 2020. Dmytro Motorny Tavria State Agrotechnological University. Melitopol, 2020.

The dissertation is devoted to the problem of deepening of theoretical and methodical research's bases of the Ukrainian tourist services' market and substantiation of mechanisms of formation and realization of strategy of its sustainable development. The content of the concept of 'sustainable development of the tourist services' market' is defined as a dynamic process of transformation of relations between subjects of different levels of purchase and sale in cash of certain tangible or intangible goods in tourism, based on the principles of freedom of choice, equality and responsibilities, taking into account the limited regenerative capacity of tourist ecosystems and ensuring the preservation of their natural resource potential and leveling environmental damage.

As a result of the analysis of the tourist services' market of Ukraine on the basis of the developed scientific and methodical approach to an estimation of a condition of the tourist services' market, the general tendencies of its development are established: the specific weight of services of the tourist industry in total realization of services increases; the number of tourists who apply for services to travel agencies and operators, including foreign tourists, is increasing; the most intensive the tourist flows outbound for leisure and domestic for business and educational purposes were; the intensity of tourist flow to Poland, Turkey, Slovakia, Egypt, Romania is growing; reducing the number of collective

accommodation facilities and reducing the length of stay of tourists in them; increasing the number of people using the infrastructure of collective accommodation facilities and a natural increase in the income of collective accommodation facilities from the provision of services.

The spatial unevenness of development of regional Ukrainian tourist services' markets is substantiated. 8 regional markets of tourist services were identified, different in their structure, which revealed general trends in their sustainable development, in particular, the flow of tourists in the western regions of Lviv, Ivano-Frankivsk region increased, the flow to the Russian Federation reduced.

It is established that the Ukrainian tourist services' market in the short term will continue to grow dynamically: the flow of tourists will increase, the income of tourist enterprises will grow. Such a model of further development may have a negative impact on the environment and the historical and cultural heritage of Ukrainian society, the prevention of which requires the improvement of the existing strategy of sustainable development of the Ukrainian tourist services' market.

Based on the methodology of the European Expert Service Tacis EES, tied to the conditions of Ukraine, the principles of evolution, system, functionality, voluntariness, transparency, legal security, conceptual principles of forming a strategy for sustainable development of the Ukrainian tourist services' market have been developed. The strategy of sustainable development of the Ukrainian tourist services' market is developed, which is built taking into account the principles of evolution, system, functionality, voluntariness, transparency and legal security and defines the main purpose of creating favorable conditions for , the transformation of the market of tourist services into a highly profitable, integrated into the world market competitive sphere, which accelerates the socio-economic development of regions and the state as a whole.

Indicators for assessing the effectiveness of the strategy of sustainable development of the Ukrainian tourist services' market (intensity of tourist flow, total contribution to the economy, number of jobs created, contribution of regional markets to local budgets, probability of risk of non-planned revenues) are considered, which will monitor market

compliance and make the necessary management decisions in a timely manner to adjust exceptional measures.

Key words: sustainable development, tourist services' market, strategy of sustainable development of the tourist services' market, market participants, tourist flow.

Список публікацій здобувача за темою дисертації

Монографії

Борблік К.Е. Теоретичні засади дослідження сталого розвитку туризму. *Стратегічні імперативи стійкого розвитку туризму в країнах ЄС: впровадження досвіду для України*: монографія / наук. ред. Г.О. Горіна. Кривий Ріг: ФОП Чернявський Д.О., 2020. Розд. 1. С. 6-14

Особистий внесок здобувача: Досліджено сутність поняття «сталий розвиток туризму», встановлено зміст визначення (сталий туризм), розглянуто основні принципи, цілі та механізми забезпечення сталого розвитку туризму.

Статті у періодичних наукових виданнях інших держав, які входять до Організації економічного співробітництва та розвитку та/або Європейського Союзу

1) Борблік К. Е. Зміст, принципи та детермінанти забезпечення сталого розвитку. *Economic and law paradigm of modern society*. 2019. Випуск 1. С. 1-8.¹

2) Борблік К. Е. Моделювання ринку туристичних послуг України в умовах сталого розвитку. *Wschodnioeuropejskie Czasopismo Naukowe (East European Scientific Journal)*. 2019. Вип. 9 (49). С. 10-16.²

Статті у наукових виданнях, включених до переліку наукових фахових видань України

¹ Міжнародні наукометричні бази: Google Scholar, DOI, DOAJ

² Міжнародні наукометричні бази: РИНЦ, ISI, ResearchBib, (Impact Factor) IndexCopernicus

3) Борблік К. Е., Колодяжна І.В. Інноваційний розвиток ринку туристичних послуг. *Економіка та суспільство*: електрон. наук. фахове вид. 2017. № 13. С. 513-517. URL: http://www.economyandsociety.in.ua/journal/13_ukr/84.pdf (дата звернення: 29.06.2020).³

Особистий внесок здобувача: Визначено загальні засади інноваційного розвитку ринку туристичних послуг, встановлено основні фактори впливу.

4) Борблік К. Е. Теоретичні засади дослідження функціонування ринку туристичних послуг. *Глобальні та національні проблеми економіки*: електрон. наук. фахове вид. 2018. Випуск 22. С. 142-145 URL: <http://global-national.in.ua/archive/22-2018/28.pdf> (дата звернення: 29.06.2020).⁴

5) Борблік К. Е., Корнілова О. В. Особливості розвитку туризму в Україні. *Економіка. Фінанси. Право*: електрон. наук. фахове вид. 2018. Випуск 9. С. 12-16 URL: <http://eir.pstu.edu/bitstream/handle/123456789/25259/p12-16.pdf?sequence=1> (дата звернення: 29.06.2020).⁵

Особистий внесок здобувача: Визначено загальні тенденції розвитку туристичної галузі в Україні, досліджено базові показники його динаміки.

6) Борблік К. Е. Генезис понятійно-категоріального апарату дослідження сталого розвитку ринку туристичних послуг України *Науковий погляд: економіка та управління*. 2018. Вип. 3 (61). С. 23-29.⁶

7) Борблік К. Е. Сталий розвиток ринку туристичних послуг: сутність, цілі та особливості. *Проблеми системного підходу в економіці*. 2019. Вип. 1 (69). С. 65-73.⁷

8) Горіна. Г. О., Борблік К. Е. Механізм забезпечення сталого розвитку ринку туристичних послуг. *Торгівля та ринок України*. 2019 № 1(45). С. 137-147.⁸

Особистий внесок здобувача: Встановлено складові механізму забезпечення сталого розвитку ринку туристичних послуг, надана стисла характеристика кожного з них.

³ Міжнародні наукометричні бази: IndexCopernicus

⁴ Міжнародні наукометричні бази: IndexCopernicus

⁵ Міжнародні наукометричні бази: IndexCopernicus

⁶ Міжнародні наукометричні бази: IndexCopernicus

⁷ Міжнародні наукометричні бази: IndexCopernicus, Google Scholar, DOI, Eurasian Scientific Journal Index

⁸ Міжнародні наукометричні бази: GoogleScholar, ResearchBib, Scientific Indexing Services.

9) Борблік К. Е. Аналіз діяльності регіональних ринків туристичних послуг України. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В.І. Вернадського*. 2019. № 4. С. 87-95⁹

10) Борблік К.Е., Горіна. Г.О. Механізми реалізації стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг України. *Вісник Донецького національного університету економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського*. 2019. Вип. 2. С. 75-83. ¹⁰

обистий внесок здобувача: Визначено базові інструменти реалізації стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг України.

11) Борблік К. Е. Передумови формування стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг України. *Вісник ПДТУ*. 2019. Вип. 9. С. 34-41.¹¹

12) Борблік К. Е. Стан та тенденції розвитку ринку туристичних послуг України. *Підприємництво та інновації*. 2019. Вип. 10. С. 25-30. ¹²

Наукові праці, які засвідчують апробацію матеріалів дисертації

1) Борблік К. Е. Стратегічне управління розвитком ринку туристичних послуг України. *Принципи забезпечення розвитку підприємств в умовах змін ринкового середовища*: електрон. вид. 2017. Ч. 1. С. 44-47.

2) Борблік К. Е. Формирование стратегии устойчивого развития производительных сил региональной экономики Украины. *Якість продукції як передумова підвищення ефективності економіки*: матеріали всеукр. наук.-практ. конф., (Київ, 4 лист. 2017 р.). Київ, 2017. С. 83-87.

3) Борблік К. Е. Стратегічні орієнтири розвитку сфери туризму України в сучасних умовах. *Економіко-правова парадигма розвитку сучасного суспільства*: матеріали доповідей VIII міжнародної наук.-практ. конф. (Краків, 29 лист. 2017 р.). Краків, 2017. С. 26-27.

4) Борблік К. Е. Організаційно-економічне обґрунтування системи управління інноваційним розвитком туризму. *Оцінка тенденцій та перспективних напрямків*

⁹ Міжнародні наукометричні бази: IndexCopernicus

¹⁰ Міжнародні наукометричні бази: GoogleScholar, ResearchBib, Scientific Indexing Services.

¹¹ Міжнародні наукометричні бази: GoogleScholar, ResearchBib, Scientific Indexing Services.

¹² Міжнародні наукометричні бази: GoogleScholar, ResearchBib, Scientific Indexing Services.

розвитку економіки: матеріали доповіді міжнародної наук.-практ. конф. (Дніпро, 14 квітня 2018 р.). Дніпро, 2018. С. 28-30.

5) Борблік К. Е. Реалії та перспективи впливу сталого розвитку на ринок туристичних послуг України. *Економіка та суспільство: сучасні вектори розвитку*: матеріали доповідей II міжнародної наук. конф. (Лейпциг, 27 квітня 2018р.). Лейпциг, 2018. С. 34-37.

6) Борблік К. Е. Проблематика дослідження сталого розвитку ринку туристичних послуг України. *Anti-Crisis Management: State, Region, Enterprise: proceedings of the II international scientific conf.* (Le Mans, November 23th, 2018 y.). Le Mans, 2018. Pt. 1. P. 38-41.

7) Борблік К. Е. Зміст та детермінанти забезпечення сталого розвитку. *Стратегії, проблеми та розвиток економічних систем в умовах глобальної нестабільності*: матеріали доповіді для участі у IV всеукр. наук.-практ. конф. з міжнародною участю (Миколаїв, 02 березня 2019 р.). Миколаїв, 2019. С. 5-9.

8) Борблік К. Е. Принципи сталого розвитку ринку туристичних послуг. *Інтеграція бізнес-структур: стратегії та технології*: матеріали доповіді у III міжнародній наук. конф. (Тбілісі, 22 лют. 2019 р.). Тбілісі, 2019. С.14-17.

9) Борблік К. Е., Горіна Г. О. Завдання та інструментарій забезпечення сталого розвитку ринку туристичних послуг України. *Стратегічно-інноваційний розвиток суб'єктів економічної системи в умовах глобалізації*: матеріали доповіді у IV міжнародній наук.-практ. інтернет-конф. (Кременчук, 5 лист. 2019 р.). Кременчук, 2019. С. 54-56.

Особистий внесок здобувача: Досліджено основні проблеми розвитку ринку туристичних послуг та на їх основі визначено завдання забезпечення сталого розвитку ринку туристичних послуг України.

10) Борблік К. Е. Моделювання розвитку ринку туристичних послуг України. *Сталий розвиток України, проблеми та шляхи їх подолання*: матеріали доповіді у міжнародній наук.-практ. конф. (Маріуполь, 14 листопада 2019 р.). Маріуполь, 2019. С.35-38.

11) Борблік К. Е. Фактори впливу на ефективність механізму забезпечення сталого розвитку ринку туристичних послуг. *Стратегія інноваційного оновлення економіки України в сучасних умовах: матеріали доповіді у всеукраїнську наук.-практ. інтернет-конф. (Маріуполь, 26 березня 2020 р.)*. Маріуполь, 2019. С. 6-8.

REFERENCES

Monographs

1) Borblik, K.E. (2020). Teoretichni zasady doslidzhennya stalogo rozvitku turizmu [Theoretical bases of research of sustainable development of tourism]. *Strategichni imperativi stijkogo rozvitku turizmu v kraïnah ĆS: vprovadzhennya dosvidu dlya Ukraïni : monografiya / nauk. red. G.O. Gorina. Krivij Rig: FOP CHernyavs'kij D.O. (Vol. 1) [in Ukrainian]*

Articles in scientific periodicals of other states that are members of the Organization for Economic Cooperation and Development and / or the European Union

1) Borblik, K.E. (2019). *Zmist, principi ta determinanti zabezpechennya stalogo rozvitku [Content, principles and determinants of sustainable development.]*. Economic and law paradigm of modern society. Vol. 1 [in Ukrainian]

2) Borblik, K.E. (2019). Modelyuvannya rinku turistichnih poslug Ukraïni v umovah stalogo rozvitku [Modeling of the market of tourist services of Ukraine in the conditions of sustainable development.]. *Wschodnioeuropejskie Czasopismo Naukowe (East European Scientific Journal)*. Vol. 9 (49). [in Ukrainian]

Articles in scientific publications included in the list of scientific professional publications of Ukraine

1) Borbli,k K.E., & Kolodyazhna, I.V. (2017) *Innovacijnij rozvitok rinku turistichnih poslug [Innovative development of the market of tourist services.]*. *Ekonomika ta suspil'stvo: elektron. nauk. fahove vid.* Vol. 13. [in Ukrainian]

2) Borblik, K.E. (2018) *Teoretichni zasady doslidzhennya funkcionuvannya rinku turistichnih poslug [Theoretical bases of research of functioning of the market of tourist*

services.]. Global'ni ta nacional'ni problemi ekonomiki: elektron. nauk. fahove Vol. 22. [in Ukrainian]

3) Borblik, K.E., & Kornilova O.V. (2018). *Osoblivosti rozvitku turizmu v Ukraïni [Features of tourism development in Ukraine]*. Ekonomika. Finansi. Pravo: elektron. nauk. fahove vid. Vol. 9.

4) Borblik, K.E. (2018). *Genezis ponyatijno-kategorial'nogo apparatu doslidzhennya stalogo rozvitku rinku turistichnih poslug Ukraïni [Genesis of the conceptual and categorical apparatus of research of sustainable development of the market of tourist services of Ukraine]*. Naukovij poglyad: ekonomika ta upravlinnya. Vol. 3 (61).

5) Borblik, K.E. (2019). *Stalij rozvitok rinku turistichnih poslug: sutnist', cili ta osoblivosti [Sustainable development of the market of tourist services: essence, purposes and features]*. Problemi sistemnogo pidhodu v ekonomici. 2019. Vol. 1 (69).

6) Gorina, G.O., & Borblik, K.E. (2019). *Mekhanizm zabezpechennya stalogo rozvitku rinku turistichnih poslug [The mechanism of providing sustainable development of the market of tourist services]*. Torgivlya ta rinek Ukraïni. Vol. 1(45).

7) Borblik, K.E. (2019) *Analiz diyal'nosti regional'nih rinkiv turistichnih poslug Ukraïni [Analysis of the activity of regional markets of tourist services of Ukraine]*. Vcheni zapiski Tavrijs'kogo nacional'nogo universitetu imeni V.I. Vernads'kogo. Vol 4.

8) Borblik K.E., & Gorina. G.O. (2019) *Mekhanizmi realizacii strategii stalogo rozvitku rinku turistichnih poslug Ukraïni [Mechanisms for implementing the strategy of sustainable development of the market of tourist services of Ukraine]*. Visnik Donec'kogo nacional'nogo universitetu ekonomiki i torgivli imeni Mihajla Tugan-Baranovs'kogo. Vol. 2.

9) Borblik K.E. (2019). *Peredumovi formuvannya strategii stalogo rozvitku rinku turistichnih poslug Ukraïni [Prerequisites for the formation of a strategy for sustainable development of the market of tourist services in Ukraine]*. Visnik PDTU. Vol. 9.

10) Borblik K.E. (2019) *Stan ta tendencii rozvitku rinku turistichnih poslug Ukraïni [State and tendencies of development of the market of tourist services of Ukraine]*. Pidpriemnictvo ta innovacii. Vol. 10.

Scientific works that certify the approbation of the dissertation materials

1) Borblik, K.E. (2017). *Strategichne upravlinnya rozvitkom rinku turistichnih poslug Ukraïni [Strategic management of development of the market of tourist services of Ukraine]*. Principi zabezpechennya rozvitku pidpriemstv v umovah zmin rinkovogo seredovishcha: elektron. Vid. Part. 1.

2) Borblik, K.E. (2017). *Formirovanie strategii ustojchivogo razvitiya proizvoditel'nyh sil regional'noj ekonomiki Ukrainy [Formation of strategy of sustainable development of productive forces of regional economy of Ukraine]*. YAkist' produkciï yak peredumova pidvishchennya effektivnosti ekonomiki: materiali vseukr. nauk.-prakt. konf., (Kiïv, 4 list. 2017 r.). Kiïv.

3) Borblik, K.E. (2017). *Strategichni orientiri rozvitku sferi turizmu Ukraïni v suchasnih umovah [Strategic guidelines for the development of tourism in Ukraine in modern conditions]*. Ekonomiko-pravova paradigma rozvitku suchasnogo suspil'stva: materiali dopovidej VIII mizhnarodnoï nauk.-prakt. konf. (Krakiv, 29 list. 2017 r.). Krakiv.

4) Borblik, K.E. (2018). *Organizacijno-ekonomichne obruntuvannya sistemi upravlinnya innovacijnim rozvitkom turizmu [Organizational and economic substantiation of the management system of innovative tourism development]*. Ocinka tendencij ta perspektivnih napryamkiv rozvitku ekonomiki: materiali dopovidi mizhnarodnoï nauk.-prakt. konf. (Dnipro, 14 kvitnya 2018 r.). Dnipro.

5) Borblik, K.E. (2018). *Realii ta perspektivi vplivu stalogo rozvitku na rinek turistichnih poslug Ukraïni [Realities and prospects of sustainable development impact on the market of tourist services of Ukraine]*. Ekonomika ta suspil'stvo: suchasni vektori rozvitku: materiali dopovidej II mizhnarodnoï nauk. konf. (Lejpcig, 27 kvitnya 2018r.). Lejpcig.

6) Borblik, K.E. (2018). *Problematika doslidzhennya stalogo rozvitku rinku turistichnih poslug Ukraïni [Problems of research of sustainable development of the market of tourist services of Ukraine]*. Anti-Crisis Management: State, Region, Enterprise: proceedings of the II international scientific conf. (Le Mans, November 23th, 2018 y.). Le Mans, Pt. 1.

7) Borblik, K.E. (2019). *Zmist ta determinanti zabezpechennya stalogo rozvitku [Content and determinants of sustainable development]*. Strategii, problemi ta rozvitok ekonomichnih sistem v umovah global'noi nestabil'nosti: materiali dopovidi dlya uchasti u IV vseukr. nauk.-prakt. konf. z mizhnarodnoyu uchastyu (Mikolaïv, 02 bereznia 2019 r.). Mikolaïv.

8) Borblik, K.E. (2019). *Principi stalogo rozvitku rinku turistichnih poslug [Principles of sustainable development of the market of tourist services]*. Integraciya biznes-struktur: strategii ta tekhnologii: materiali dopovidi u III mizhnarodnij nauk. konf. (Tbilisi, 22 lyut. 2019 r.). Tbilisi.

9) Borblik, K.E., & Gorina, G.O. (2019). *Zavdannya ta instrumentarij zabezpechennya stalogo rozvitku rinku turistichnih poslug Ukraïni [Tasks and tools for sustainable development of the market of tourist services of Ukraine]*. Strategichno-innovacijnij rozvitok sub'ektiv ekonomichnoi sistemi v umovah globalizacii: materiali dopovidi u IV mizhnarodnij nauk.-prakt. internet-konf. (Kremenchuk, 5 list. 2019 r.). Kremenchuk.

10) Borblik, K.E. (2019). *Modelyuvannya rozvitku rinku turistichnih poslug Ukraïni [Modeling of development of the market of tourist services of Ukraine]*. Stalij rozvitok Ukraïni, problemi ta shlyahi ih podolannya: materiali dopovidi u mizhnarodnij nauk.-prakt. konf. (Mariupol', 14 listopada 2019 r.). Mariupol'.

11) Borblik, K.E. (2020). *Faktori vplivu na efektyvnist' mekhanizmu zabezpechennya stalogo rozvitku rinku turistichnih poslug [Factors influencing the effectiveness of the mechanism for sustainable development of the market of tourist services]*. Strategiya innovacijnogo onovlennya ekonomiki Ukraïni v suchasnih umovah: materiali dopovidi u vseukraïns'ku nauk.-prakt. internet-konf. (Mariupol', 26 bereznia 2020 r.). Mariupol'.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	16
Розділ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ УКРАЇНИ.....	26
1.1. Зміст, підходи до визначення сталого розвитку та інструментарій його забезпечення.....	26
1.2. Генезис понятійно-категоріального апарату дослідження сталого розвитку ринку туристичних послуг.....	40
1.3. Механізм забезпечення сталого розвитку ринку туристичних послуг.....	56
Висновки до розділу 1.....	77
Розділ 2. ДІАГНОСТИКА СУЧАСНОГО СТАНУ ТА ПЕРСПЕКТИВ РОЗВИТКУ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ УКРАЇНИ.....	79
2.1. Стан та тенденції розвитку ринку туристичних послуг України.....	79
2.2. Оцінка діяльності регіональних ринків туристичних послуг України.....	95
2.3. Моделювання розвитку ринку туристичних послуг України.....	110
Висновки до розділу 2.....	125
Розділ 3. ФОРМУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЯ СТРАТЕГІЇ СТАЛОГО РОЗВИТКУ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ УКРАЇНИ.....	127
3.1. Формування стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг України.....	127
3.2. Механізми реалізації стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг України.....	140
3.3. Система індикаторів оцінки ефективності запровадження сталого	

розвитку ринку туристичних послуг України і його стратегічне позиціонування.....	154
Висновки до розділу 3.....	169
ВИСНОВКИ.....	171
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	175
ДОДАТКИ.....	178

ВСТУП

Обґрунтування вибору теми дослідження. Сучасний стан розвитку туризму дозволяє визначати ринок туристичних послуг як один з тих, що розвиваються найбільш динамічно, забезпечуючи при цьому значний приріст великої кількості робочих місць, стимулювання розвитку середнього та малого підприємництва в обслуговуючих галузях економіки, приплив іноземних інвестицій. Ринок туристичних послуг України вносить певний вклад в формування внутрішнього валового продукту (ВВП), покращення платіжного балансу, гарантує привабливу дохідність капіталів та значний рівень ліквідності інвестицій. Однак у той же самий час він впливає на становище таких факторів розвитку, як навколишнє середовище, національна самобутність та культурно-історична спадщина. У цьому контексті стає очевидним необхідність його подальшого розвитку на засадах сталості.

В Україні питомага вага туризму у ВВП менша, ніж в світі. В 2018 році вона склала 1,64% порівняно зі світовим показником у 13,6% [1, 2]. При цьому необхідно зауважити, що природна різноманітність України дозволяє розвивати майже всі види туризму. Існуючий потенціал розвитку національного ринку туристичних послуг дозволяє при відповідному рівні розвитку інфраструктури приймати до 1,4 млн іноземних туристів протягом 1 року, а також значно збільшити внутрішній туристичний потік.

Статистичні дані за останні роки (2015-2019 рр.) свідчать про наявність позитивної динаміки базових показників розвитку ринку туристичних послуг України. Збільшилися обсяги як в'їзного, так і виїзного туристичних потоків. Проте існуючий потенціал розвитку на сьогодні в країні використовується малоефективно. Незважаючи на позитивні рухи останніх років, туристично-рекреаційні ресурси в регіонах використовуються недостатньо, при цьому існує і певний ризик виснаження природних ресурсів та втрати національної української самобутності народу. В таких умовах формування стратегії сталого розвитку національного ринку туристичних послуг є одним з найбільш

актуальних механізмів, що дозволять підвищити ефективність використання наявного туристичного потенціалу. Удосконалення стратегічного управління сталим розвитком та просуванням ринку туристичних послуг України на міжнародній арені є одним з пріоритетних завдань державної політики в економічній сфері.

Істотний внесок у дослідження теорії сталого розвитку, особливостей формування та реалізації стратегії сталого розвитку здійснили такі вчені, як О. Алимова, В. Барабанова, О. Берданова, С. Бобильова, Ю. Бочарова, В. Вакуленко, Ф. Дамас, Д. Зеркалов, Н. Іванова, Т. Кожухова, К. Костанца, К. Кролл, В. Куценко, Н. Лохман, Г. Марушевський, М. Райзан, П. Каблук, К. Фольке, В. Хазан та інші.

Теоретичним та практичним аспектам розвитку національного ринку туристичних послуг України крізь призму стратегічного планування та управління присвячені дослідження провідних вітчизняних та зарубіжних науковців: О. Амоші, М. Біржакова, Д. Боуена, С. Ванхулла, Д. Глетчера, А. Грищук, Г. Горіної, С. Дем'яненко, М. Долішнього, О. Дуровича, М. Кабішкіна, В. Кияка, К. Купера, А. Мазаракі, Ю. Масюк, О. Макари, Ж. Поплавської, Н. Раскіна, Т. Ткаченка, І. Труніної, В. Федорченка, В. Цибуха, І. Черниш, Г. Харріса, Л. Шульгіної та інших.

Разом с тим, недостатньо уваги приділяється обґрунтуванню певних аспектів теоретичного та методологічного характеру стратегічного прогнозування та планування сталого розвитку національного ринку туристичних послуг України. Фрагментарне дослідження механізму забезпечення сталого розвитку ринку туристичних послуг обумовило необхідність подальшого розвитку дослідження та аналізу діяльності регіональних ринків туристичних послуг як складових елементів національної системи реалізації зовнішньої та внутрішньої політик держави, тому що концептуальні засади формування стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг України сформовані лише частково. Існує нагальна потреба в удосконаленні кількісного інструментарію оцінки ефективності

реалізації стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг України. Все вищезазначене обумовило вибір теми дослідження, визначило його мету, завдання та зміст.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Дисертацію виконано відповідно до плану науково-дослідних робіт Донецького національного університету економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського, а саме на замовлення МОН України – «Формування інфраструктури конкурентних переваг України: концептуальні засади та стратегічні моделі (на прикладі Донецького економічного регіону)» (номер державної реєстрації 0119U100824, 2019-2021 рр.); держбюджетної теми «Компаративний аналіз регіональних ринків туристичних послуг» (2017-2019 рр. номер державної реєстрації 0117U004051 .); «Стратегія інноваційного оновлення економіки України в сучасних умовах» (2019-2020 рр. номер державної реєстрації 0119U103238).

Мета і задачі дослідження. Метою дисертаційної роботи є поглиблення теоретико-методичних основ дослідження ринку туристичних послуг України та обґрунтування механізмів формування та реалізації стратегії його сталого розвитку.

Для досягнення мети в роботі поставлено і вирішено наступні **завдання**:

- визначити теоретико-методичні основи дослідження особливостей сталого розвитку, завдання та інструментарій його забезпечення;
- розвинути теоретичне підґрунтя дослідження «сталого розвитку ринку туристичних послуг»;
- розробити механізм забезпечення сталого розвитку ринку туристичних послуг;
- проаналізувати сучасний стан та встановити загальні тенденції розвитку ринку туристичних послуг України;
- дослідити особливості розвитку регіональних ринків туристичних послуг України;

- розробити та апробувати алгоритм моделювання розвитку ринку туристичних послуг України в умовах сталого розвитку;
- запропонувати концептуальну модель формування стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг України;
- сформувати стратегію сталого розвитку ринку туристичних послуг України та механізм її реалізації.

Об'єкт дослідження - процеси формування та реалізації стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг України.

Предмет дослідження - теоретико-методологічні та прикладні засади формування стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг України.

Методи дослідження. Теоретико-методологічною основою дисертаційної роботи є фундаментальні положення економічної теорії, міжнародної економіки, праці вітчизняних і зарубіжних учених щодо дослідження формування та реалізації стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг, в тому числі в Україні. Дослідження ґрунтується на діалектичному методі пізнання та системному підході. Основні наукові результати дисертації одержано з використанням комплексу загальнонаукових і спеціальних методів дослідження, а саме: теоретичного узагальнення, індукції та дедукції (для аналізу понятійно-категоріального апарату дослідження сталого розвитку ринку туристичних послуг); системного аналізу та синтезу (для встановлення принципів, інструментів і особливостей механізму забезпечення сталого розвитку ринку туристичних послуг); наукової абстракції (для розробки теоретико-методичних основ моделювання розвитку ринку туристичних послуг України в умовах сталого розвитку); аналогії (для розробки алгоритмів формування та реалізації стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг України), а також спеціальні методи аналізу: абстрактно-логічного та статистичного (для обґрунтування тенденцій розвитку ринку туристичних послуг України, в т.ч. регіональних ринків туристичних послуг); економіко-математичного (для розробки індикаторів оцінки ефективності стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг України);

інституціонально-компаративного (для формування базових положень стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг України), кластерного аналізу (для групування регіонів України в залежності від ступеню розвитку туристичної галузі).

Інформаційною основою дослідження є офіційні дані міжнародних організацій (Конференції ООН з торгівлі та розвитку (ЮНКТАД), Світової організації торгівлі (СОТ), Всесвітнього економічного форуму (ВЕФ), Всесвітньої ради з туризму та подорожей, Всесвітньої туристичної організації (ЮНВТО) та ін.), статистичних відомств і центральних органів влади України, нормативно-правові акти та міжнародні договори України, матеріали наукових періодичних видань, Інтернет-ресурси.

Наукова новизна отриманих результатів полягає у розвитку теоретико-методичних засад формування стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг України та обґрунтуванні науково-практичних рекомендацій щодо оцінки ефективності запровадження стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг України.

Основні положення, які формують наукову новизну результатів проведеного дослідження, полягають у наступному:

удосконалено:

- науково-методичний підхід до оцінки стану розвитку ринку туристичних послуг України, який передбачає застосування трьох етапів: аналіз інтенсивності та тенденцій розвитку туристопотоку; аналіз показників діяльності колективних засобів з розміщення туристів; дослідження потоків надходжень і витрат, пов'язаних з туризмом. Запропонований підхід дозволив встановити загальні тенденції та особливості розвитку ринку туристичних послуг України, обґрунтувати просторову нерівномірність та визначити рівень асиметрії розвитку регіональних ринків туристичних послуг України;

- стратегію сталого розвитку ринку туристичних послуг України, що на відміну від поширених базується на основних завданнях, принципах та напрямках стратегічного позиціонування, окреслює характер взаємодії суб'єктів

ринкових відносин, враховує рівні та напрями її реалізації, передбачає індикатори ефективності та елементи системи контролю за її впровадженням. Реалізація запропонованої стратегії забезпечується застосуванням відповідного механізму, що враховує правові, економічні, соціальні, технічні та інформаційні напрями. Застосування запропонованої стратегії та механізму її реалізації дозволяє підвищити якість стратегічного управління ринком туристичних послуг України та забезпечити умови його перманентного розвитку;

- алгоритм моделювання розвитку ринку туристичних послуг України в умовах сталого розвитку, який на відміну від існуючого включає 4 етапи: визначення факторів впливу на розвиток ринку, моделювання залежності розвитку ринку від встановлених факторів, прогнозування показників та виявлення тенденцій розвитку ринку, аналіз динаміки змін ринку туристичних послуг України та її співвідношення із наявністю умов для сталого розвитку, що дозволить встановити напрями подальшого розвитку, які мають найбільш високий потенціал ефективності з урахування існуючих умов ринку;

- механізм забезпечення сталого розвитку ринку туристичних послуг, який відрізняється від існуючого наявністю наступних складових, а саме: екологічної, організаційної, фінансової, соціальної, правової, економічної, інформаційної, що дасть можливість прогнозувати розробку та успішну реалізацію комплексу заходів, які ґрунтуються на результатах діагностики та плануванні розвитку галузі із врахуванням визначених складових механізму;

- концептуальну модель формування стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг України, яка, на відміну від наявних, ґрунтується на комплексі конститутивних складових (мета, об'єкт, предмет, принципи), передбачає постановку цілей відповідно до ієрархії рівнів управління (стратегічний, тактичний, оперативний) та застосування відповідного інструментарію, а також спирається на алгоритм визначення засад сталого розвитку ринку туристичних послуг, що складається з трьох етапів. Запропонована модель забезпечує структуровану черговість дій з формування ефективної стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг України, що

дозволить підвищити якість стратегічного планування та збільшити ефективність її реалізації.

набули подальшого розвитку:

- дослідження регіональних ринків туристичних послуг України, що дозволило у період 2011-2019 рр. виявити тенденції їх розвитку (високий рівень асиметрії розвитку регіональні ринки туристичних послуг України за показником кількості обслугованих туристів; стабільне зростання кількості туристів, обслугованих суб'єктами регіональних ринків туристичних послуг України; наявність значної диспропорції за кількістю колективних засобів розміщення туристів, їх номерного фонду, а також завантаженості за регіонами України при стабільній тенденції до зменшення даних показників; стійке збільшення доходів від надання послуг **туристам за регіональними ринками туристичних послуг**, що пов'язано з активізацією інтеграційних процесів та підвищенням мобільності ресурсів в умовах глобалізації; нерівномірність обсягів **реалізованих путівок та значна розбіжність вартості їх реалізації за регіонами України**) та розділити їх за показниками розвитку на 8 кластерів, різних за своєю структурою, що дозволить підвищити якість моделювання розвитку ринку туристичних послуг України;

- теоретико-методичні основи дослідження особливостей сталого розвитку, які на відміну від існуючих, передбачають їх оцінку з точки зору комплексного (певна єдність соціально-економічних, політичних та екологічних процесів розвитку людства, направлених на гармонізацію відносин «людина-природа»), відтворювально-еволюційного (постійне поновлення принципів соціально-економічного розвитку для задоволення потреб людства в єдності з оптимальним природокористуванням), інтеграційного (посилення взаємозв'язків між потребами людства та природи, їх поглиблення та гармонізація) та функціонального (мета концепції – забезпечення збалансованого відтворення соціального, виробничого та екологічного потенціалу країн світу) підходів; виділення викликів, що гальмують розвиток (політичні, культурні, економічні, техногенні) та інструментів, що його

забезпечують (міжнародне співробітництво, розвиток регіонів та інші), що дозволяє підвищити якість стратегічного планування розвитку ринку туристичних послуг;

- поняття «сталий розвиток ринку туристичних послуг», що, на відміну від існуючих, розглядається як динамічний процес перетворення відносин між суб'єктами різного рівня щодо купівлі-продажу у грошовій формі певного матеріального чи нематеріального блага в сфері туризму, що засноване на принципах свободи вибору, рівності та відповідальності з урахуванням обмеженості регенеративної здатності туристичних екосистем та забезпечення збереження їх природно-ресурсного потенціалу та нівелювання екологічних збитків. Це дозволить підвищити раціональність вибору напрямів удосконалення розвитку ринку туристичних послуг на засадах сталості.

Практичне значення одержаних результатів полягає у розробці теоретико-методичних положень, висновків та рекомендацій щодо розвитку ринку туристичних послуг України та удосконалення механізмів формування та реалізації стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг України.

Рекомендації та пропозиції, викладені у дисертації, впроваджено у практичну діяльність ТОВ «Туристична фірма «Лемпі» (довідка № 12/17 від 17.12.2019) – рекомендації щодо індикаторів оцінки ефективності реалізації стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг, підтримки бренду підприємства на ринку туристичних послуг, заходів формування сприятливих умов для збільшення притоку туристів; Турагенція TRAVEL POINT (довідка № 12 від 05.03.2020) – пропозиції з відкриття конгресного бюро, рекомендації щодо основних засад реалізації стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг в частині соціального напрямку; ТОВ «Красін Тур» (довідка від 18.05.2020) – науково-методичний підхід до оцінки стану розвитку ринку туристичних послуг України, а також встановлені загальні тенденції розвитку ринку.

Отримані наукові результати також використовуються у навчальному процесі Донецького національного університету економіки і торгівлі імені

Михайла Туган-Барановського МОН України при розробці навчально-методичного забезпечення і викладанні дисциплін «Ринок туристичних послуг», «Туроперейтинг» і при виконання дипломних робіт здобувачів вищої освіти.

Особистий внесок здобувача. Усі результати дослідження, які відображено у дисертаційній роботі, отримані здобувачем самостійно й відбивають авторський підхід до вирішення завдання щодо поглиблення теоретико-методичних основ дослідження ринку туристичних послуг України та визначення пріоритетних засад його подальшого розвитку на засадах сталості, а також розробки науково-практичних рекомендацій щодо формування та реалізації стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг України для забезпечення ефективного використання природно-ресурсного потенціалу країни. Отримані висновки та результати дослідження знайшли відображення у наукових публікаціях автора.

Апробація матеріалів дисертації. Основні положення дисертаційної роботи доповідалися, обговорювалися й отримали схвалення на 11 конференціях: «Принципи забезпечення розвитку підприємств в умовах змін ринкового середовища» (м. Одеса, 2017 р.); «Якість продукції як передумова підвищення ефективності економіки» (м. Київ, 2017 р.); «Економіко-правова парадигма розвитку сучасного суспільства» (м. Краків, Польща, 2017 р.); «Оцінка тенденцій та перспективних напрямків розвитку економіки» (м. Дніпро, 2018 р.); «Економіка та суспільство: сучасні вектори розвитку» (м. Лейпциг, Німеччина, 2018 р.); «Антикризове управління: держава, регіон, підприємство» (м. Ле-Ман, Франція, 2018 р.); «Стратегії, проблеми та розвиток економічних систем в умовах глобальної нестабільності» (м. Миколаїв, 2019 р.); «Інтеграція бізнес-структур: стратегія та технології» (м. Тбілісі, Грузія, 2019 р.); «Стратегічно-інноваційний розвиток суб'єктів економічної системи в умовах глобалізації» (м. Кременчук, 2019 р.); «Сталий розвиток України, проблеми та шляхи їх подолання» (м. Маріуполь, 2019 р.); «Фактори впливу на

ефективність механізму забезпечення сталого розвитку ринку туристичних послуг» (м. Маріуполь, 2020 р.).

Публікації. За результатами дослідження опубліковано 23 наукову працю загальним обсягом 12,4 д.а., з яких особисто автору належить 11,6 д.а., з них – 12 статей у наукових фахових виданнях загальним обсягом 9,2 д.а., з яких особисто автору належить 8,8 д.а., у тому числі у наукових періодичних виданнях України, включених до міжнародних наукометричних баз, – 11 робіт загальним обсягом 9,2 д.а., з яких особисто автору належить 8,6 д.а.

Структура і обсяг роботи. Дисертація складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел з 174 найменувань, 12 додатків. Зміст роботи викладено на 149 сторінках друкованого тексту, включаючи 29 рисунків на 30 сторінках і 21 таблицю на 26 сторінках

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ УКРАЇНИ

1.1 Зміст, підходи до визначення сталого розвитку та інструментарій його забезпечення

Сучасний етап розвитку суспільства визначається на сам перед загальнопланетарними проблемами, що торкаються людства в цілому. Прискорення таких глобальних процесів, як світова фінансова криза, зростання соціальної напруги, виснаження природних ресурсів та забруднення навколишнього середовища свідчать про наближення всесвітньої кризи. Вплив цих факторів на всі сфери життєдіяльності людини є безперечним. Розуміння неможливості остаточного вирішення глобальних проблем антропогенного походження, що можуть привести до загибелі планети актуалізувало необхідність запровадження нової концепції розвитку, що будується на чітких нормах взаємодії людини та оточуючого її середовища.

Український вчений А.М. Жученко зазначає: «...наша планета, вся система світового розвитку наближаються до певного рубежу, після якого настане нова ера розвитку цивілізації або глобальна катастрофа» [3]. Подібне припущення є одним з визначальних для нової концепції еколого-економічного розвитку суспільства, що має на меті перегляд багатьох стереотипів формування самостійних могутніх держав та національної свідомості.

Аналіз літературних джерел [4-10] дозволив визначити основні передумови виникнення нової концепції розвитку суспільства (рис. 1.1). Протягом кількох десятиріч могутність держав визначалася їх ресурсозабезпеченням, а принципами формування світогляду людини ставали такі висловлювання, як «людина – цар природи» та «споживання заради процвітання». Світові події, що розвернулися на світовій арені в ХХ столітті, сприяли активному виснаженню ресурсного потенціалу країн та прискорили темпи зростання

глобальних проблем. Забруднення навколишнього середовища, порушення цілісності земної поверхні, виникнення екологічних патологій призвели до переосмислення парадигми формування світової соціо-еколого-економічної системи, що у свою чергу сприяло виникненню концепції сталого розвитку.

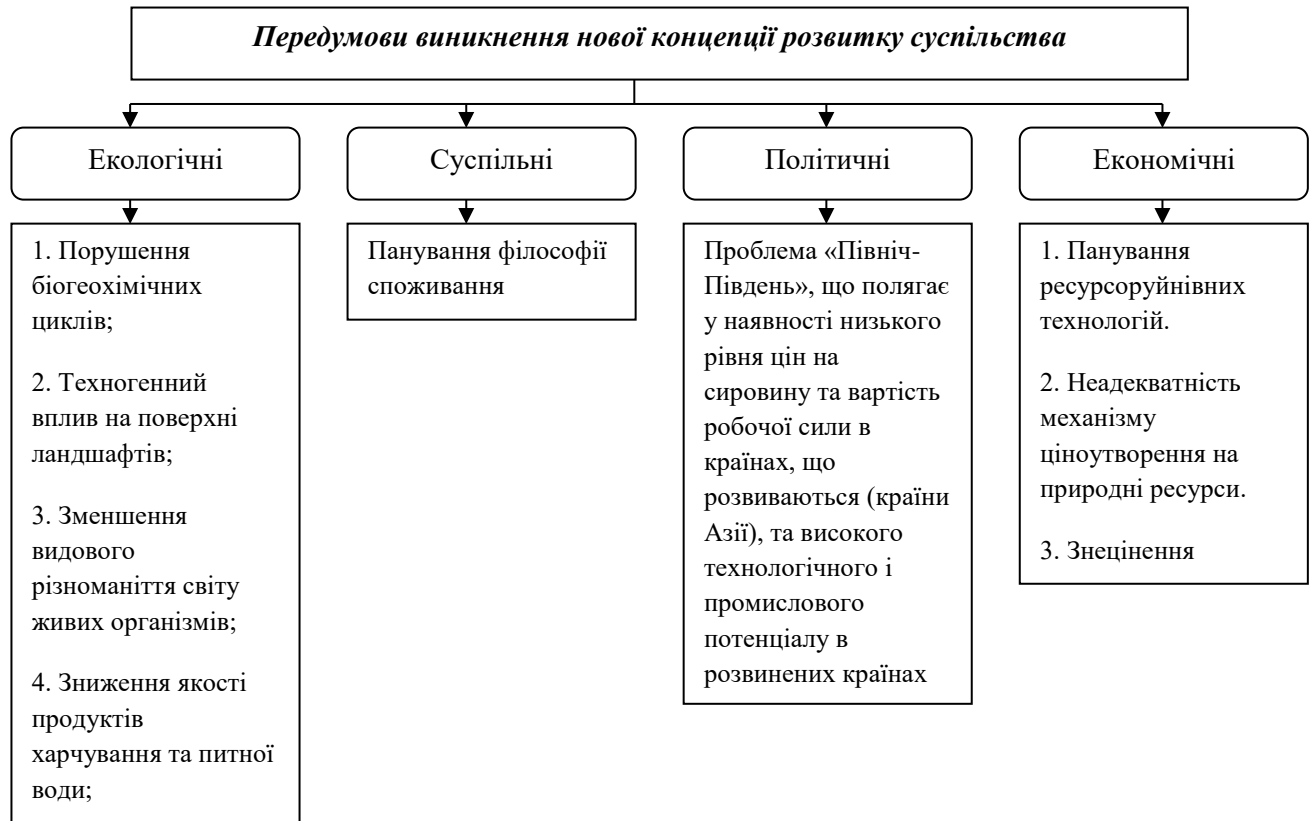


Рис. 1.1. Передумови виникнення нової концепції розвитку суспільства

Джерело: складено автором з використання джерел [4-5, 8-9]

Вперше термін «сталий розвиток» прозвучав в доповіді «Наше спільне майбутнє» у 1987 році. Спеціальна Комісія ООН під керівництвом екс-прем'єра Норвегії Брундтланд охарактеризувала його, як розвиток, що задовольняє потреби нинішнього покоління при цьому не зашкоджуючи можливостям наступних поколінь задовольняти свої [11]. Сьогодні концепція сталого розвитку охоплює економічне зростання в гармонійному поєднанні з соціальними та екологічними факторами впливу.

Глобальні проблеми, що сьогодні гостро постають перед людством і викликають необхідність трансформації концептуальних засад розвитку суспільства, умовно поділяються вченими на 2 групи: ті, що виникли

безпосередньо в результаті еволюції суспільних відносин (тероризм, ядерні конфлікти, тощо), а також ті, що пов'язані із порушенням гармонії у відносинах людини та природи. І якщо перша група привернула увагу урядів країн та вчених у ХХ столітті, то проблема взаємодії людини та природи є об'єктом дослідження теорії різної спрямованості починаючи з часів стародавньої Греції.

Філософи часів античності визначали тісний зв'язок між людиною та оточуючим її світом, однак при цьому наділяли першу властивістю до створення нового [12]. Незважаючи на популяризацію особистості, розвиток навичок та вмінь кожної людини, визначна роль в її житті все ж віддавалася впливу природи, доказом чого служить багата міфологія тих часів.

Розвиток людського суспільства призвів до зміни поглядів на взаємозалежність природи та людини. Антропогенез призвів до появи та розвитку виробничих процесів, що використовували природні ресурси, а науково-технічні революції зробили можливим штучне регулювання біологічних процесів. В концепції «людина-природа» визначну роль почало грати людство. Зняття всіх обмежень щодо взаємодії людини та навколишнього середовища викликало проблему, зміст якої полягає у пошуку балансу «...між інтенсивним природокористуванням, що забезпечує задоволення основних потреб суспільства, та збереженням природи ...» [13].

Сьогодні існує декілька теорій і концепцій, що визначають особливості взаємодії людини та природи та є ґрунтовними для концепції сталого розвитку (табл. 1.2). Деякі з них є досить оптимістичними і називають сучасний стан навколишнього середовища об'єктивним та закономірним результатом діяльності людини, а інші – переважно песимістичні, які концентруються на невідворотності загибелі людства.

Таблиця 1.2

Теорії та концепції в контексті сталого розвитку

Назва підходу	Зміст	Представники
Антропоцентризм	Людина – вершина еволюції світобудови. Перетворення біосфери – природний процес, мета якого – залучення максимального обсягу природних ресурсів до виробничого процесу.	К.Е. Ціолковський

Продовження табл. 1.2

Економізм, технологічний оптимізм	Науково-технічний прогрес – ефективний інструмент боротьби з екологічними кризами.	С.Н. Прокопович, А.С. Мартинов, Е.Д. Кускова
Консерваціонізм	Екологічні цілі в пріоритеті. Основний механізм подолання кризи – різке скорочення чисельності населення на Землі.	Б. Фернау, Дж. Пінно
Екоцентризм	Передбачає різке обмеження природокористування в усіх вимірах та повернення людини у природу як біологічного виду	Дж. Катлін, Дж. Одюбон, Ф. Пармен
Екологічний алармізм	Незадовільний стан екосистем, неефективність діючих еколого-економічних механізмів призведуть до неминучої загибелі людства внаслідок непридатності середовища для подальшого проживання.	Е. Геккель
Екотопія	Вирішення екологічних проблем полягає у згортанні економічного розвитку та повернення людини до природи.	Н.Ф. Реймерс, Г.С. Розенберг

Джерело: складено автором на основі [14-20]

Незважаючи на відмітні риси кожна з зазначених теорій будується на постулаті щодо глобальної зміни всіх компонентів біосфери в цілому у зв'язку з необмеженою інтенсифікацією виробництва. Вирішення ж проблеми, так чи інакше потребує спільних зусиль усіх учасників світового господарства.

Відправною точкою для виникнення концепції сталого розвитку є теорія В.І. Вернадського, який ввів поняття ноосфери як нового стану біосфери. Вчений пише: «... жоден живий організм у вільному стані на Землі не знаходиться. Всі ці організми нерозривно й безупинно пов'язані, перш за все, харчуванням і диханням, з навколишнім їх матеріально-енергетичним середовищем» [10]. Він представляв біосферу як тонку оболонку, в якій зосереджуються всі живі організми. Поява людини перетворює біосферу у якісно новий стан – ноосферу, до якої у певний час під впливом людства потрапляють окремі частини природи. «Людство, взяте в цілому, стає потужною геологічною силою. І перед ним, серед його думкою і працею, стає питання про перебудову біосфери в інтересах вільно мислячого людства як єдиного цілого» [10] - зазначав дослідник, обумовлюючи об'єктивні перебудови в навколишньому середовищі. Вчений формулює перелік певних

умов, за яких забезпечується функціонування ноосфери, а саме: заселення людством всієї планети, вдосконалення засобів зв'язку та обміну інформацією, посилення політичної взаємозалежності країн, вихід людства в космос, пошук нових джерел енергії, забезпечення рівності людей (рас і релігій), розширення свобод людини, виключення військових конфліктів [10, 13]. Нажаль виконання певних умов з представленого переліку, що мало стати успіхом на шляху гармонізації відносин «людина-природа» призвело до виникнення нових глобальних проблем: аварії на атомних станціях, високий рівень забрудненості навколишнього середовища та ін. Всеж нездоланною залишається проблема бідності та голоду в окремих країнах, невичерпними є й військові конфлікти, а людина продовжує перетворюватися на загрозову геологічну силу.

Науково-технічний прогрес, розвиток виробництва та економічна боротьба між країнами за перші позиції у всесвітніх рейтингах, окрім позитивних змін, мали негативні наслідки, спричинивши посилення таких негативних тенденцій, як економічна відсталість країн, що розвиваються, а це у свою чергу актуалізувало проблеми голоду та злиденності, демографічні вибухи, проблеми освіти та соціального забезпечення, тощо. Формування таких глобальних проблем стимулювало пошук нових рішень, що торкалися не тільки екологічної складової, а й соціально-економічної.

Значний внесок у популяризацію ідеї щодо необхідності регулювання та контролю за детермінантами розвитку сучасного суспільства зробив італійський громадський діяч – Ауреліо Печчеї, який у 1968 р. створив міжнародну громадську організацію «Римський клуб». Члени клубу проводили великомасштабні дослідження в соціально-економічній сфері. Результати досліджень представлялися у вигляді доповідей, які викликали досить суперечливі обговорення в суспільстві (табл. 1.3).

Визначну роль у визначенні та втіленні ідей сталого розвитку відіграє ООН. У 1972 році у Стокгольмі відбулася Конференція щодо проблем охорони навколишнього середовища. Вперше увага усіх країн світу була сфокусована не тільки на охороні біосфери, а на необхідності визначення засад екологічно

орієнтованого соціально-економічного розвитку. В рамках засідань було погоджено 29 принципів охорони навколишнього середовища, розроблено план діяльності щодо управління природними ресурсами, визначено освітні та суспільні аспекти охорони природи [21].

Таблиця 1.3

Роботи членів Римського клубу в контексті сталого розвитку

Назва доповіді	Автор	Основний зміст
Межі зростання (1972 р.)	Д. Медоуз	Формування концепції «нульового росту». Через 70 років сировинні ресурси будуть вичерпані, нестача харчування стане катастрофічною. Економічний розвиток має бути зведений до простого відтворення, а приріст населення – поставлений під жорсткий контроль.
Людство на роздоріжжі (1974 р.)	М. Мессарович, Е. Пестель	Формування концепції «органічного зростання». Стихійний розвиток економіки є нераціональним і потребує управління на глобальному рівні. Конкретних дій не запропоновано.
Перебудова міжнародного порядку (1976 р.)	Я. Тінберген	Увага акцентується на соціальних аспектах глобальних проблем. Країнам, що розвиваються, необхідно надати умови для ефективного економічного розвитку шляхом інтенсифікації процесу їх інтеграції до міжнародної системи поділу праці.
Людські якості (1977 р.)	А. Печчеї	Формування концепції «нового гуманізму». Вирішення глобальних проблем людства можливо через трансформацію людських якостей, турботу про навколишнє середовище, формування єдиного світового співтовариства та вдосконалення виробничої системи.

Джерело: складено автором на основі [22-25]

Однак обговорення глобальних проблем людства хоча є мало важливе значення, але все ж потребувало підкріплення реальними діями. Так у 1983 році створено Міжнародну комісію з навколишнього середовища і розвитку, що мала розробити конкретний план дій щодо подальшого еколого-економічного розвитку людства. Саме керівником цієї організації введено в обіг термін «сталий розвиток», як зазначалося вище. Вже у 1992 році відбулася Конференція ООН у Ріо-де-Жанейро (Самміт Землі), результатом якої стало прийняття 5-ти документів, що визначали наміри країн світу забезпечити необхідні умови для подальшого розвитку на засадах усталеності.

Важливим аспектом розуміння сутності концепції усталеності є дослідження поняття «розвиток», яке в даному контексті не може розглядатися

лише як процес економічного зростання. Велика радянська енциклопедія пропонує розглядати розвиток, як закономірну, направлену зміну матеріальних та нематеріальних об'єктів, яка не має зворотної дії [26, с. 592]. Дослідники О.Л. Гапоненко, А.П. Пакрухіна у своїх роботах акцентують увагу на динамізм, як основну особливість змістовної складової розвитку. Вони розглядають його як появу нових характеристик та параметрів об'єкту, що призводять до його удосконалення, еволюції [27, с. 11]. Українські вчені Л.Р. Прийма та І.Я. Кулиняк під розвитком розуміють процес, що неминуче призводить до формування нового стану об'єкту, що проявляється як зміна в його складі або структурі [28, с. 237]. Таким чином, можна назвати головну характеристику розвитку, що визначає його сутність – об'єктивна зміна об'єкта.

Однак, поняття розвитку визначається не тільки його незворотностю. Визначні риси прослідковуються у підходах до визначення даного терміну, що представлені в табл. 1.4.

Таблиця 1.4

Підходи до визначення поняття «розвиток»

Автори	Назва підходу	Сутність
Шумпетер Й.	Як процес трансформації стану	являє собою зміну траєкторії руху, зсунення стану рівноваги, перехід системи від заданого на певний момент часу центру рівноваги до іншого, постійна адаптація до мінливого центру рівноваги [29, с. 142]
Забродский В. А.		розвиток представляє собою процес переходу системи у новий якісний стан за рахунок нагромадження кількісного потенціалу, зміни й ускладнення структури і складу, наслідком чого є зростання її здатності чинити опір впливу факторів зовнішнього середовища та підвищення ефективності функціонування [30]
Словник Ожегова		процес закономірної зміни, переходу вихідного стану в інший, більш досконалий; перехід від старого якісного стану до нового, від простого до складного, від нижчого до вищого [31]
Нова філофська енциклопедія		вищий тип руху і зміни в природі й суспільстві, пов'язаний з переходом від однієї якості стану до іншого, від старого до нового [32]
Лафта Дж.		зміна стану системи на інший, який є кращим, більш ефективним або більш доцільним [33]
Пономаренко В.С.	Як процес спрямованих на удосконалення дій	процес змін, що ведуть до підвищення опірності і життєвості системи, здатності чинити опір руйнівним силам зовнішнього середовища [34, с. 62]

Акофф Р.		процес збільшення можливостей та бажання задовольнити власні потреби та потреби інших [35, с. 62]
О.М. Головня		складна, багатомірна, незворотна, закономірна зміна конкретних матеріальних і соціальних явищ, яка складається з різнонаправлених і циклічних трансформацій, що ведуть до виникнення якісно нових станів чи принципово новітніх об'єктів як своєрідних цілісних систем [36]
Мочерний С.В.		незворотні, спрямовані закономірні зміни матеріальних систем, зміст і зумовленість яких характеризується дією основних законів діалектики [37]
Раєвнева О.В.	Як процес створення нового	процес формування нової дисипативної структури, виражений у якісній зміні складу, структури і способу (моделей) функціонування системи, який виявляється в лізисній чи кризовій формі і спрямований на досягнення змінюваних глобальних цілей [38]

Серед інших визначальних рис розвитку можна виділити такі: процес проходить під впливом зовнішніх факторів, які не викликаються руху, а модифікують його; розвиток є безперервним у часі; в процесі розвитку об'єкт набуває здатності до саморозвитку [39, с. 14].

Зміна об'єкту завжди передбачає певну направленість. У цьому контексті розвиток прийнято поділяти на стихійний, самостійний і цілеспрямований [40]. Посилення перших двох типів в умовах глобалізації та активізації інтеграційних процесів призвело до необхідності чіткого визначення меж розвитку, яка обумовлена обмеженістю певних природних ресурсів, загостренням демографічних та екологічних проблем на планеті.

«Концепція сталого розвитку описує підхід до економічного розвитку з орієнтацією на охорону навколишнього середовища, що дозволяє задовольняти потреби нинішнього покоління, не позбавляючи при цьому майбутні покоління можливості задовольняти їх власні потреби» зазначає Е.Ю. Какутич [41, с. 67]. Гречаник Н.Ю. під поняттям «сталий розвиток» розуміє «тривалий процес, що гармонійно поєднує використання ресурсів, інноваційні процеси, напрямки інвестування та інституційні зміни з потребами теперішнього і майбутніх поколінь» [42, с. 37]. Як новий та якісний тип розвитку, направленість якого характеризується урахуванням інтересів кількох поколінь людства, сталий

розвиток розглядає Т.В. Кожухова, акцентуючи увагу на багатоцільовому призначенні даного поняття [43, с. 61]. В.І. Куценко та В.П. Удовиченко визначають сталий розвиток, як «систему взаємоузгоджених управлінських, економічних, соціальних, природоохоронних заходів, спрямованих на формування системи суспільних відносин на засадах довіри, партнерства, солідарності, консенсусу, етичних цінностей, безпечного навколишнього середовища, національних джерел духовності» [4, с. 29]. І.М. Вахович зазначає, що сталий розвиток представляє собою злагоджене існування людини поряд із природою на довгостроковій, стабільній основі через забезпечення рівномірного співвідношення між економічними інтересами, соціальними потребами та природними ресурсами [44].

Існуючі погляди на зміст поняття «сталий розвиток» можна розглянути в рамках кількох наукових підходів (табл. 1.5).

Таблиця 1.5

Класифікація підходів до сутності поняття «сталий розвиток»

Назва підходу	Тлумачення сутності	Представники
Комплексний	запропонована світовим співтовариством, уточнювана та поглиблювана сучасна концепція бажаного суспільного розвитку, що ґрунтується на стратегії оптимізації всієї діяльності людства (передусім економічної) в його взаємодії з довкіллям [45]	С.В. Мочерний, Я.С.Ларіна, О.А. Устенко, С.І. Юрій
	максимізує чисті вигоди економічного розвитку при збереженні природних ресурсів і забезпеченні їх якості в часі, передбачає збільшення не тільки реального доходу на душу населення, але також зростання інших показників добробуту, приводить до позитивних структурних змін в економіці й суспільстві [46]	О.В. Моліна., В.М. Осипов
	сукупність соціально-економічних, політичних і інших взаємопов'язаних процесів, що дозволяють послідовно збільшувати потенціал регіону для задоволення зростаючих потреб громадян, які проживають на його території [47]	В. Кретінін
Відтворювально-еволюційний	відносини в суспільному виробництві, завдяки яким досягаються оптимальні пропорції нормалізації якісного стану середовища, економічного зростання і зростання духовних і матеріальних потреб людей [48]	Б.М. Данилишин, Л.Б. Шостак

Продовження табл. 1.5

	розвиток без виходу ресурсопотоку за межі регенеративних і поглинаючих можливостей навколишнього середовища. Його метою є достатнє, а не максимальне багатство на душу населення [49]	Л. Корнейчук
	стабілізація біогеохімічних циклів і скорочення диспаратетів на всіх рівнях, від глобального до місцевого, на основі нової моделі розвитку, що балансує економічні, соціальні і екологічні критерії [50]	В. Коптюг
	здатність (соціально-економічної системи) ефективно використовувати, автономно видозмінювати ресурси свого розвитку, безперервно нарощувати показники своєї позитивної зміни, не збільшуючи або мінімізуючи витрати базових, невідновлюваних ресурсів [51]	Т. Шовгенов
Інтеграційний	баланс і інтеграція між економічними, екологічними і соціальними потребами людства, з одного боку, і здатністю земних ресурсів і екосистем задовольняти нинішні та й майбутні потреби – з іншого [52]	А. Філіпенко
	перехід до системного управління сукупністю економічних, соціально-демографічних і екологічних процесів на даній території [53]	О. Пчелінцев
Функціональний	режим функціонування регіональної системи, який орієнтований на позитивну динаміку параметрів добробуту населення, забезпечену стійким, збалансованим відтворенням соціального, виробничого, фінансового, ресурсного і екологічного потенціалів території [54]	А. Шалмуєв

Джерело: складено автором

Узагальнюючи підходи до визначення сутності поняття «сталий розвиток», необхідно відзначити, що спільною рисою тлумачень сталого розвитку в рамках комплексного підходу є певна єдність соціально-економічних, політичних та екологічних процесів розвитку людства, направлених на гармонізацію відносин «людина-природа», відтворювально-еволюційний підхід акцентує увагу на постійному поновленню принципів соціально-економічного розвитку для задоволення потреб людства в єдності з оптимальним природокористуванням, інтеграційний підхід наголошує на посиленні взаємозв'язків між потребами людства та природи, їх поглиблення та гармонізацію, функціональний підхід підкреслює мету представленої концепції – забезпечення збалансованого відтворення соціального, виробничого та

екологічного потенціалу країн світу. «У цілому сталий розвиток припускає створення такої соціальної й економічної системи, яка забезпечувала б в довгостроковій перспективі не тільки високий рівень життя, але і високий рівень його якості: зростання реальних доходів населення, освітнього рівня, поліпшення охорони здоров'я.» [55].

Концептуальні засади усталеності доповнюють особливості розвитку новою рисою: до направленої трансформації об'єктів додається гармонійність взаємодії кількох різних за змістовними ознаками сфер (економічна, соціальна, екологічна). Отже, під сталим розвитком прийнято розуміти концепцію забезпечення задоволення потреб суспільства за умов збереження (або відновлення) цілісності біосфери та балансу між потенціалом природного середовища та потребами людства на кілька поколінь. Основні завдання та інструментарій забезпечення сталого розвитку представлені на рис. 1.2. При цьому головна увага акцентується на тому, що заданий шлях розвитку людства, його процвітання, можуть бути забезпечені лише за рахунок ефективного використання усіх видів ресурсів, структурно-технологічної реструктуризації виробництва, використання творчого потенціалу всіх членів суспільства.

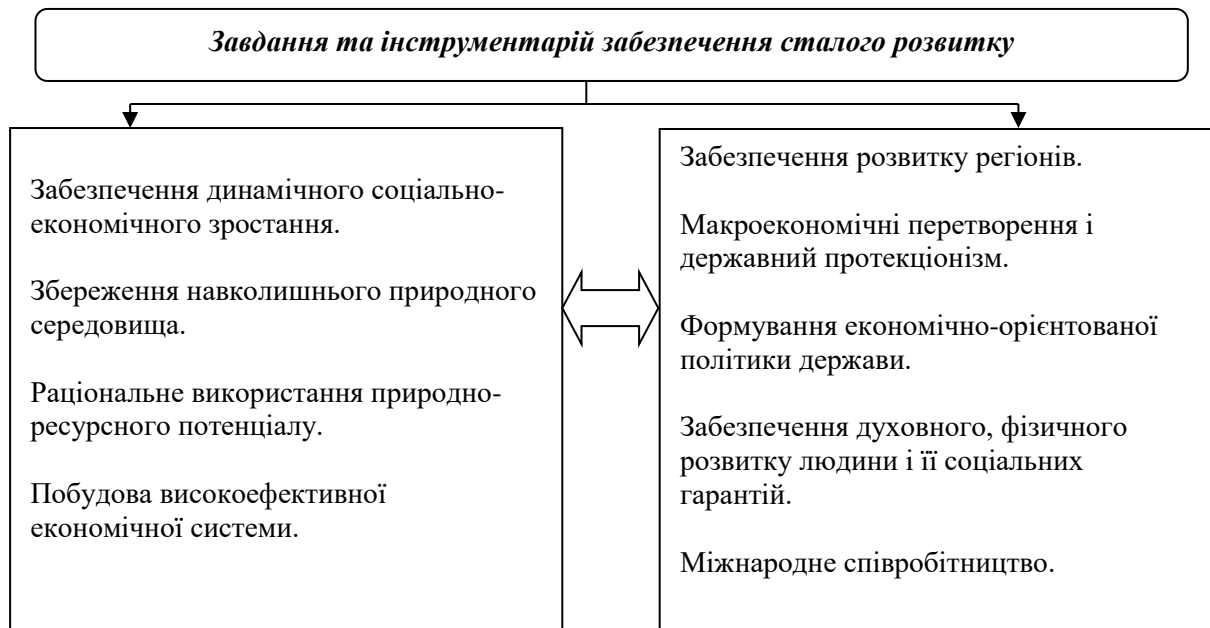


Рис. 1.2. Завдання та інструментарій забезпечення сталого розвитку

Джерело: складено автором з використання джерел [50, 52-55]

Сукупність і взаємозв'язок завдань сталого розвитку вказують на

надзвичайно складну систему взаємодії його об'єктів. Врахування їх дозволить знаходити прийнятні комбінації, що забезпечують підтримку гармонії природи й суспільства.

Концепція сталого розвитку зможе бути ефективно реалізованою лише за умови, що буде прийнята й активно впроваджуватиметься всіма країнами світу, які будуть діяти спільно і злагоджено. Адже потреба у сталому економічному розвитку викликана подіями глобального масштабу – поступовим вичерпанням світових запасів природних ресурсів та погіршенням екологічної ситуації. І тому окремо взята країна з цими проблемами аж ніяк не впорається [56].

Цілі сталого розвитку прийняті 25 вересня 2015 року в Нью-Йорку в програмі з ліквідації бідності до 2030 року, передбаченої Порядком денним у сфері сталого розвитку на період після 2015 року, розроблені на заміну Цілям розвитку тисячоліття, стосуються найбільш важливих економічних, соціальних, екологічних та управлінських проблем нашого часу (Додаток Б). Аналогічно до розподілу глобальних проблем на 2 групи, як зазначалося вище, представлені цілі також можливо поділити на ті, що стосуються удосконалення певних аспектів розвитку суспільства (цілі 1-5, 7-11, 16, 17), та ті, що мають на меті гармонізацію взаємодії елементів «людина» та «природа» (6, 12-15).

Особливо актуальними стають дані цілі під час розгляду особливостей становлення держав та національних спільнот в умовах глобалізації. Такі вчені як М. Фрідман та Е. Гор визначають сучасний стан світогосподарської системи як той, що знаходиться на межі глобального хаосу. Так, останній зазначає, що «сучасний світ є свідченням духовної кризи сучасної цивілізації, породженої її внутрішньою пустотою та відсутністю великої духовної мети, що тим самим призводить цивілізацію до самознищення» [57, с. 404]. Таке висловлювання об'єктивно наводить на думку, що досягнення цілей сталого розвитку є неможливим, однак в даному випадку необхідно зробити акцент на тому, що усталеності не зможе досягти кожна окрема країна, не об'єднавши зусиль з іншими. Так, якщо раніше критерієм могутності держави були її виробничі

сили, то сьогодні лідируючі позиції займає дипломатія та ступінь інтегрованості у світову господарську систему.

Головною причиною гальмування активного запровадження засад сталого розвитку в деяких країнах світу є дестабілізація світових політичних та суспільно-економічних процесів. Деякі вчені, серед яких А. Богатуров, Х. Барлибаев, М. Косолапов, М. Хрустальов та інші, зазначають, що хоча світова система повинна характеризуватися певним динамізмом і змінюватися залежно від певних факторів та умов розвитку, вона має забезпечувати певну сталість, яку слід розглядати в контексті стабільності [58]. Український вчений Р. Войнович спростовує цю думку, наголошуючи на тому, що «...трансформація в умовах глобалізації пронизує кожне суспільство, відповідно до чого відбувається реструктурування глобального світоустрою. Це свідчить про те, що суспільство, яке перебуває в умовах трансформації, ніколи не може бути стабільним» [59]. Обидва погляди фокусуються на суспільному, антропогенному впливі на навколишнє середовище. Нерівномірне розгортання глобалізаційних та інтеграційних процесів призвело до того, що певні країни світу є антропогенно перенавантажені, що у майбутньому може призвести до втрати ними можливості сталого розвитку через недостатній обсяг наявних природних ресурсів у розрахунку на душу населення.

На думку А.Д. Урсула «сталий розвиток являє собою виживання та неспинний розвиток цивілізації та країни в умовах збереження навколишнього середовища» [60, с. 83]. В рамках такого підходу вчений визначає концепцію сталого розвитку як початковий етап трансформації суспільства, спрямованої на формування ноосфери - «ноосфера є цільовою орієнтацією, якою і спрямовується перехідний процес по магістралі сталого розвитку» [60, с.101]. Розвиток людства передбачає при цьому обов'язковими є налагодження взаємозв'язків між різними цивілізаціями та збалансована взаємодія держав.

Основні виклики, що призводять до гальмування сталого розвитку, можна поділити на кілька груп (рис. 1.3). Розробка шляхів протистояння ним

дозволить визначити ефективну стратегію розвитку кожної окремої держави в умовах глобалізації.

А. Неклеса у своїх дослідженнях визначає одним зі шляхів забезпечення сталого розвитку побудову багатопольярного світу, який об'єднує країни зі спільними або подібними інтересами в культурній, політичній та економічній сферах. На його думку сталий розвиток може бути забезпечений лише за рахунок масштабної політичної реструктуризації світу [61, с. 17]. Однак, зважаючи на існуючі виклики (рис. 1.3) необхідною умовою перебудови світу є трансформація також культурної, економічної, демографічної та технологічної складової міжнародної системи відносин між країнами. Сталий розвиток потребує впорядкованості процесів змін з урахуванням мінливості факторів оточуючого середовища.

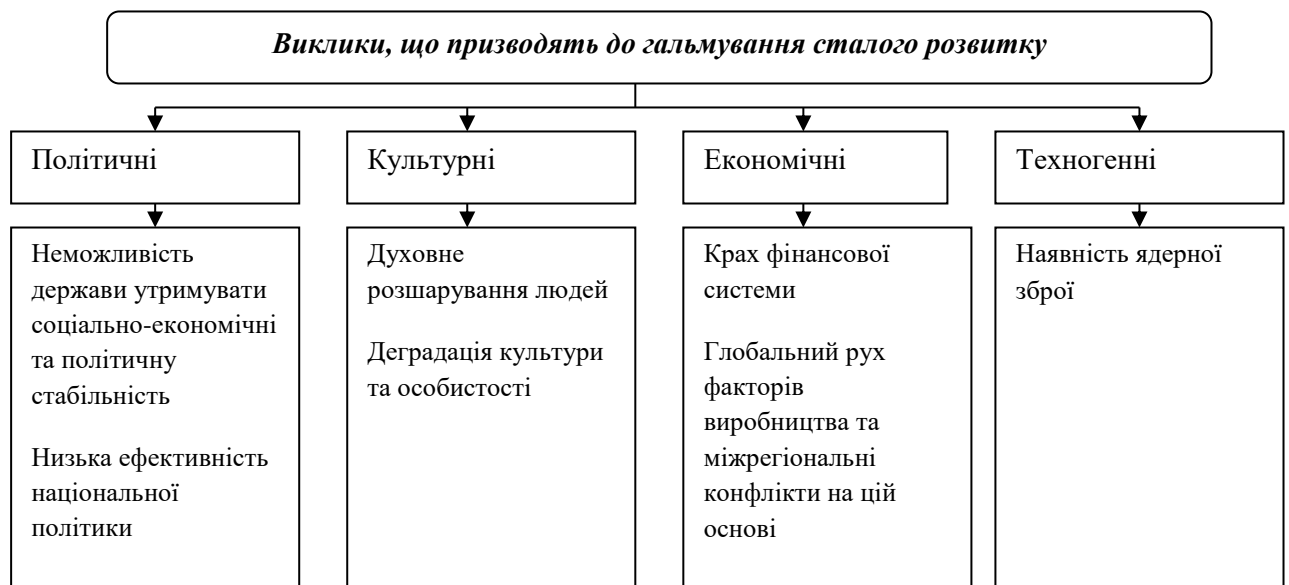


Рис. 1.3. Виклики, що призводять до гальмування сталого розвитку

Джерело: складено автором з використання джерел [54, 58, 61]

Отже, проблема визначення засад сталого розвитку є надзвичайно широкою. Взаємодія суспільства і природи характеризується інтенсифікацією, що в історичних умовах призводила у певні часи до перебудови концепції розвитку світогосподарської системи. В сучасних умовах, коли людство за розрахунками значної кількості дослідників та міжнародних організацій, що займаються охороною навколишнього середовища, стає на шляху глобальної

екологічної кризи, питання впорядкованості та регулювання природокористування, соціально-економічних засад розвитку суспільства постають першочерговими на національному та глобальному рівнях. Сталий розвиток передбачає такий шлях розвитку людства, його процвітання, який може бути забезпечений лише за рахунок ефективного використання усіх видів ресурсів, структурно-технологічної реструктуризації виробництва, використання творчого потенціалу всіх членів суспільства [62]. Глобальні виклики, що сьогодні постають між учасниками міжнародних відносин, спонукають їх до формування стратегій спільного вирішення не тільки світових проблем, а й окремих національних. Таким чином концепція сталого розвитку акцентує увагу не тільки на екологічній складовій, а на важливих аспектах життєдіяльності суспільства в цілому.

1.2 Генезис понятійно-категоріального апарату дослідження сталого розвитку ринку туристичних послуг

Індустрія туризму на сьогодні представляє собою один з найбільших динамічних секторів, що демонструє високі темпи розвитку. За даними Всесвітньої організації туризму (UNWTO) стабільне збільшення обсягів наданих туристичних послуг спостерігається вже 8-м років поспіль. Так, у 2018 році кількість міжнародних туристів становила 1326 млн. ос., що на 86 млн. ос. більше, ніж у минулому році, при цьому прибуток даної сфери збільшився на 5% [63]. Актуальними тенденціями розвитку сфери туризму є: диверсифікація послуг, що надаються; поширення діяльності агентів на нові території; посилення конкуренції не тільки між підприємствами індустрії, а й між країнами та регіонами.

Ринок туристичних послуг з одного боку представляє собою систему відносин, що за рахунок мультиплікативного і акселераційного ефектів самостійно стимулює власний розвиток, а з іншого – регулюється певними державними важелями [64]. Його бурхливе зростання, тим не менш, потребує

керованого і стійкого фундаменту, який в змозі забезпечити суб'єктам реальні економічні вигоди, але при цьому не призводить до значних екологічних та соціальних проблем. Цим обумовлюється необхідність врахування теорії сталого розвитку при формуванні механізмів та концепцій взаємодії учасників ринку туристичних послуг з акцентом на якість і орієнтацією на суспільство.

Особливо актуальним впровадження концепції сталого розвитку є для сфери туризму. В даному випадку ринок туристичних послуг представляє собою унікальну платформу, що за своєю природою поєднує економічні, соціальні та екологічні аспекти життєдіяльності будь-якої держави. Глобальні проблеми природокористування стають особливо гострими в контексті розвитку рекреаційних комплексів світу, ресурси яких також є обмеженими. Динамічне зростання ринку туристичних послуг сприяє активізації трансформаційних процесів в таких галузях, як інфраструктура, сільське господарство, індустрія розваг, екологія та ін. При цьому метою його існування є розв'язання актуальних соціальних проблем, серед яких підвищення рівня життя населення, комфортний та доступний відпочинок без географічних та расових обмежень, тощо. Це та такі економічні стимули, як формування сприятливого ринкового середовища, інвестиційна привабливість, створюють базові критерії, що обумовлюють запровадження концепції сталого розвитку в сфері туризму.

Ринок туристичних послуг відноситься до системи задоволення потреб населення у відпочинку та функціонує за принципами та механізмами світового ринку послуг. Під останнім, у широкому розумінні, прийнято розглядати розгалужену систему ринків с вузькою спеціалізацією, де відношення купівлі-продажу будуються на основі дій, що приносить користь іншому [65]. Проте, враховуючи необхідність розгляду ринку послуг, як складної системи, що включає елементи регулювання, ціноутворення, комунікацій і т. ін., доцільно оцінити його, як платформу для «... відносин між виробниками і споживачами послуг, ... , де відбувається взаємодія продавців і покупців послуг, визначаються ціни, необхідна кількість та якість послуг, встановлюються і

підтримуються господарські зв'язки й соціально-економічні контакти з різними цільовими аудиторіями в процесі створення і споживання послуг» [66, с. 17]. Соколова Ю.В. зазначає, що «світовий ринок послуг як категорія міжнародної економіки функціонує відповідно до основних законів ринкового господарства, а саме: закону вартості, закону попиту та пропозиції, закону росту продуктивності праці, закону нагромадження, закону пропорційного розвитку» [67]. Отже, світовий ринок послуг, як економічна категорія, характеризується як система багатоаспектних, поліструктурних та багаторівневих відносин. Одним із сегментів цього ринку є ринок туристичних послуг.

Як свідчить аналіз літературних джерел [68-74], сьогодні серед дослідників не існує єдиного погляду на зміст поняття «ринок туристичних послуг». Деякі дослідники не виділяють цю категорію із структури терміну «туризм» або «туристична індустрія», інші розглядають його в структурі економічного комплексу країни, а деякі ототожнюють ринок послуг із ринком туристичного продукту. Різноманітність точок зору на особливості та зміст поняття «ринок туристичних послуг» можна звести до кількох позицій, що представлені у табл. 1.6. Узагальнюючи підходи до визначення сутності поняття «ринок туристичних послуг», необхідно відзначити, що спільною рисою тлумачень ринку туристичних послуг в рамках структурного підходу є виявлення його елементів (туристичний продукт, економічні відносини в ланцюгу «покупець-продавець-посередник» та інші елементи, відповідно до заданої мети), функціональний підхід акцентує увагу на сферах реалізації головної функції ринку – забезпечення зв'язку між виробниками та споживачами, системний підхід наголошує на взаємопов'язаності елементів мережі, що функціонують в умовах певної направленості, організаційний підхід підкреслює особливості формування даного ринку, а процесний – приділяє увагу процесам перетворення, що на ньому відбуваються в рамках діяльності основних су'б'єктів. Окремо кожний з підходів лише констатує наявність тих чи інших елементів чи зв'язків між ними, не вказуючи на їх якість та мету функціонування. Таким чином, виникає необхідність використання більш

широкого поняття, який враховував би всі зазначені вище підходи. Зважаючи на вищезазначене, доцільно визначити ринок туристичних послуг як поліструктурну систему взаємовигідних відносин щодо купівлі-продажу у грошовій формі певного матеріального чи нематеріального блага в сфері туризму, яка заснована на децентралізованому управлінні, безособовому механізмі визначення кількості та ціни.

Таблиця 1.6

Класифікація підходів до сутності поняття «ринок туристичних послуг»

Назва підходу	Тлумачення сутності	Представники
Структурний	сфера реалізації специфічних туристичних продуктів [74, с. 26]	В.Г. Герасименко
	сукупність конкретних економічних відносин і зв'язків між туристами (покупцями), виробниками (продавцями), а також торговельними посередниками з приводу руху туристичних продуктів і грошей, що відбиває економічні інтереси суб'єктів ринкових відношень [74, с. 28]	С.С Галасюк
	Кінцеве розмаїття функціональних елементів та відносин між ними, що виділяється із середовища, відповідно до заданої мети у межах певного часового інтервалу [75, с. 145]	Л.Ю. Красавцева
Функціональний	суспільно-економічне явище, що об'єднує попит і пропозицію для забезпечення купівлі-продажу специфічних туристичних товарів і послуг у даний час і у даному місці [76]	Міжнародна асоціація круїзних ліній
	сукупність економічних відносин між туристами, туристичними підприємствами й іншими суб'єктами господарювання з приводу виробництва, реалізації та споживання туристичних продуктів і послуг та руху грошей, що відбиває інтереси суб'єктів ринкових відносин у межах певного регіону (міста, області, країни, світу) [77, с. 9]	О.О. Колесник
Системний	державно-регульована система, в якій сформовані та діють (або формуються) ринкові структури, діяльність яких забезпечена індустрією туризму певного рівня розвитку [78, с. 157]	Л.Ю. Красавцева
	інтегрована система перетворення природно-рекреаційних ресурсів на грошові кошти у процесі економічних відносин між суб'єктами туристичного бізнесу з приводу виробництва, реалізації, споживання туристичних продуктів і послуг в умовах мінливого зовнішнього середовища та багатоаспектного вплив історично сформованих базових та інноваційних детермінант [68, с. 63]	Г.О. Горіна

Продовження табл. 1.6

Організаційний	механізм, що утворився внаслідок виникнення потреб населення на змістовне проведення дозвілля та включає автоматичні регулятори безпосередньої взаємодії виробників і споживачів [74, с. 5]	В.Г. Герасименко
	економічні відношення між місцями і підприємствами, які приймають туристів, і місцями та підприємствами, що їх відправляють [79]	С.Г. Нездоймінов, О.О. Єрмоєнко, В.В. Кошелюк
Процесний	система світових господарських зв'язків, де здійснюється процес перетворення туристично-екскурсійних послуг на грошові кошти і зворотного перетворення грошових коштів на туристично-екскурсійні послуги [80, с. 227]	С.П. Грабовенська
	соціально-економічна система з високим рівнем саморегуляції, основу якої складають високо локалізовані взаємовідносини, пов'язані із виробництвом, збутом і споживанням туристичних послуг або комплексного турпродукту в межах певної території, причому критерієм виділення регіонального ринку виступає к місце купівлі туристичного пакету, так і місце споживання туристичних послуг [81, с. 57]	О. Кирилова

Як вже зазначалося вище, сталий розвиток туристичної сфери базується на балансі економічної ефективності туристичної діяльності, збереженні рекреаційних природних ресурсів та взаємодії культур та національної самобутності народів. Такої думки додержуються багато вчених, серед яких і Л.М. Побоченко, яка зауважує, що «... завдання сталого розвитку висувають нові вимоги щодо забезпечення ефективної співдії туристичної та природоохоронної діяльності, а також щодо організації туризму в напрямку екологізації відтворювального процесу» [82, с. 7]. Необхідність впровадження концепції сталого розвитку в основу функціонування ринку туристичних послуг підкреслює і О.П. Слюсарчук, який зазначає, що таке «дієве державне управління рекреаційно-туристичної сферою дасть змогу реціонально використовувати рекреаційний потенціал ... і посилити роль рекреації та туризму у ВВП» [83, с. 29]. Все більше вчених погоджуються в думці, що запровадження концепції сталого розвитку в сферу туризму сприятиме

зростанню туристичної та інвестиційної привабливості територій через збереження природного середовища [70, 75-80]. Актуалізують такий синергізм і дослідження та прогнози таких міжнародних організацій, як Світове товариство охорони природи (IUCN), Всесвітня туристична організація, Організація Об'єднаних націй (ООН). Так, урядами країн активно розробляються стратегії розвитку екологічного туризму, а дані Світового Інституту Ресурсів свідчать про те, що якщо у майбутньому зростання ринку туристичних послуг становитиме близько 4% на рік, то динаміка поширення екологічного туризму збільшуватиметься приблизно на 10% [84].

Необхідність забезпечення сталого розвитку ринку туристичних послуг обумовлюється економічною потребою забезпечення рентабельності туристичного бізнесу при врахуванні обмеженості природних ресурсів і висуванні вимог щодо їх збереження з метою задоволення потреб сьогодення та майбутніх поколінь людства. Вперше поняття усталеності розвитку ринку туристичних послуг було використано ще у 80-х роках ХХ століття, під час проведення конференції «Тіні зеленого кольору». В Брундтланській доповіді йшлося про діяльність, яку сьогодні називають «сталий туризм» [85, с. 16]. А вже у 1992 році Конвенцією з питань біологічного різноманіття сферу туризму додано до загального переліку елементів міжнародної політики захисту навколишнього середовища [86].

При розгляді поняття «сталий розвиток ринку туристичних послуг» необхідно розмежовувати його зміст із сутністю терміну «екотуризм», що представляє собою лише окрему сферу туристичної діяльності. Головна відмінність полягає у тому, що засади сталого розвитку мають бути ефективними та результативними при впровадженні у будь-який сегмент туристичного ринку, у той час як екологічний туризм обмежується певними практичними рамками.

В рамках дослідження усталеності ринку туристичних послуг, доцільно розглянути підходи науковців та міжнародних організацій до визначення сутності поняття «сталий туризм» (табл. 1.7).

Таблиця 1.7

Підходи до визначення поняття «сталий туризм»

Автори	Назва підходу	Сутність
Всесвітня Туристична Організація	як концепція управління	Туристична діяльність, за якої управління всіма ресурсами проходить таким чином, що економічні, соціальні, естетичні потреби задовольняються та зберігається культурна складова, екологічні процеси, біологічне різноманіття та системи підтримки життя.
Ю.Б. Миронов, І.І. Тучковська		Такий вид туризму, при якому забезпечується оптимальне використання ресурсів навколишнього середовища, підтримуються соціально-культурні особливості туристичних дестинацій та спільнот, які там проживають, забезпечується життєздатність довгострокових економічних процесів з огляду на їхню вигоду для всіх зацікавлених кіл [87]
Г.Ш. Уварова		Процес, можливий за умови, перш за все, збалансованого освоєння і використання природних рекреаційно-туристичних ресурсів [88]
Хартія зі сталого туризму	як інструмент екологізації	Сталий туризм базується на критерії сталості, тобто це означає, що він має бути екологічно нешкідливим в довготривалій перспективі, економічна доцільним та соціально рівним для місцевих громад.
Порядок денний на XXI століття для галузі подорожей і туризму		Здатність туризму упродовж тривалого періоду зберігати свої кількісні і якісні показники, тобто виправдовувати очікування резидентів і туристів як у короткий, так і більш тривалий період, без шкоди довкіллю тієї території, яка зацікавлена у його розвитку.
Ю.Б. Миронов	як стратегія реагування на потреби суспільства	Такий розвиток туристичної галузі, який дає змогу задовольнити потреби туристів на сьогодні, враховуючи інтереси регіону відносно збереження можливості надання рекреаційно-туристичних послуг у майбутньому [89]
І.Я. Цуцман		Повинен забезпечувати потреби нинішніх туристів без втрат для майбутніх поколінь, і повинен ґрунтуватися на чотирьох основних аспектах: соціальному, природоохоронному, економічному і культурному [90, с. 114]
Л.М. Шульгіна, А.І. Бондар	як трансформаційна модель	Перехід від моделі масового туризму до індивідуалізованого туристичного продукту, що зумовлено необхідністю змін у структурі туристичного ринку і внаслідок чого виникають нові види туризму [91, с. 162]

Погоджуючись з наявністю тісної кореляції між змістом та значущістю понять «сталий туризм», та «сталий розвиток ринку туристичних послуг» необхідно визначити, що дослідження останнього повинно здійснюватися на

основі принципів сталого розвитку, зокрема в туристичній сфері, які знайшли широке розповсюдження в роботах вітчизняних та іноземних вчених.

Так, до загальновідомих принципів сталого розвитку туризму відносять: еколого-збалансоване використання природних ресурсів, збереження та відновлення біорізноманіття, залучення інвестицій з метою ліквідації заданої шкоди довкіллю, підтримка економіки регіону без незворотного впливу на екосистеми, залучення місцевого населення у процес екологічної орієнтації населення, застосування концепції екологічного менеджменту та маркетингу [92, с. 18]. Окремий інтерес в дослідження особливостей побудови концепції сталого розвитку туризму представляють собою принципи, розроблені Туристичною Радою та Всесвітнім фондом дикої природи (WWF) (Додаток В), які визначають не лише особливості ідентифікації поняття, а й основні способи його впровадження у економічні та соціальні реалії. Однак, необхідно зауважити, що представлені принципи можна лише частково накласти на механізм функціонування ринку туристичних послуг, адже саме ринкова складова відсутня в даних розробках.

З метою встановлення головних принципів сталого розвитку ринку туристичних послуг необхідно дослідити принципи формування ринкових відносин та усталеності, як окремих складових. Аналіз даних положень та їх інтерпретація для сфери туризму представлені на рис. 1.4. Дія представлених принципів направлена на гармонізацію безпечного співіснування людини та природних об'єктів, що представляють собою туристичний інтерес, культурно-історичні цінності, тощо; на забезпечення права на якісний та оздоровчий відпочинок нинішнього і прийдешнього поколінь; на захист туристично-рекреаційного потенціалу в процесі задоволення потреб та розвитку суспільства, забезпечення належної якості життя населення не тільки в національних, а й в світових масштабах.

Ефективна кореляція принципів сталого розвитку та ринкових відносин дозволила встановити, що сталий розвиток ринку туристичних послуг можливий лише за таких умов:

1. Суб'єкти ринку, зокрема підприємства, що є виробниками туристичних послуг, мають право на вільне планування своєї діяльності і розпорядження власним майном, однак при реалізації цього права вони мають пам'ятати про необхідність збереження туристично-рекреаційного потенціалу для недопущення безповоротних і небезпечних змін, які можуть призвести до його знищення;



Рис. 1.4. Принципи сталого розвитку ринку туристичних послуг

Джерело: складено автором з використання джерел [68-70, 75-79, 84-88]

2. При реалізації суб'єктами ринку туристичних послуг (виробники, споживачі) права на свободу виробу в розпорядженні власними матеріальними ресурсами, вони повинні передбачити наслідки своїх дій, щоб не спричинити дії, які можуть загрожувати природним туристичним зонам, об'єктам рекреації, тощо.

3. Обов'язкова наявність рівних економічних умов господарювання для

всіх виробників туристичних послуг, рівні умови ціноутворення, розподілу прибутку, обмежених при цьому регенеративною здатністю туристичних екосистем.

4. Дотримання всіма виробниками туристичних послуг принципу конкурентної боротьби, в ході реалізації якого на конкурентоздатність впливають не тільки здійснювані заходи власників бізнесу, а й уміння в ході діяльності уникати втрат и забезпечувати збереження природно-ресурсного потенціалу.

5. Суб'єкти ринку туристичних послуг несуть повну відповідальність за результати власної роботи, якість наданих послуг, виконання договірних зобов'язань та спричинення екологічних збитків.

Саме ці принципи є основою формування та функціонування ринку туристичних послуг в умовах актуалізації запровадження концепції сталого розвитку в різні сфери економіки та суспільного життя.

Отже, виходячи з наведеного вище аналізу теоретичного підґрунтя та встановлення основних принципів реалізації сталого розвитку ринку туристичних послуг можна зробити висновок, що він представляє собою динамічний процес перетворення відносин між суб'єктами різного рівня щодо купівлі-продажу у грошовій формі певного матеріального чи нематеріального блага в сфері туризму, що засноване на принципах свободи вибору, рівності та відповідальності з урахуванням обмеженості регенеративної здатності туристичних екосистем та забезпечення збереження їх природно-ресурсного потенціалу та нівелювання екологічних збитків.

Ринок туристичних послуг закономірно залежить від різноманітних економічних, соціальних та політичних факторів [93], запровадження в його функціонування концепції сталого розвитку додає групу екологічних факторів. Сучасний його стан з позиції маркетингу визначається як персоналізований, що пов'язано із направленістю будь-якої діяльності виробників туристичних продуктів на задоволення запитів і цілей подорожі для різних категорій туристів. Існуючі види туристичних послуг, що реалізуються на ринку (рис. 1.5)

стають підґрунтям для визначення цілей, що переслідують виробники туристичного продукту в своїй діяльності, у свою чергу – відомі види туристів (рис. 1.5) визначають цілі споживачів.



Рис. 1.5. Цілі функціонування ринку туристичних послуг з позиції виробників та споживачів

Джерело: складено автором з використання джерел [94-96]

Імплементація цілей в галузі сталого розвитку (Додаток Б) до сфери туризму дозволяю визначити пріоритетні цілі та завдання сталого розвитку ринку туристичних послуг, серед яких:

- забезпечення стабільного розвитку ринкової туристичної інфраструктури, підвищення якості туристичного обслуговування та покращення якості туристичного сервісу;
- створення якісних туристичних послуг, що здатні максимально задовольнити широке коло потреб туристів з різним рівнем доходу;
- посилення рекреаційного, кадрового забезпечення функціонування

ринку;

- реалізація стратегічної маркетингової компанії з метою популяризації захисту навколишнього середовища, формування позитивного туристичного іміджу територій та виробників туристичних послуг;

- створення туристичних послуг, при реалізації яких забезпечуватиметься підвищення рівня зайнятості населення, збереження і розвиток рекреаційного потенціалу, забезпечення охорони навколишнього природного середовища;

- сприяння розвитку практичної складової системи підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації фахівців туристичного супроводу;

- забезпечення підвищення якості життя населення;

- створення конкурентоспроможних туристичних продуктів на засадах екологічного маркетингу;

- забезпечення ефективного і комплексного використання наявного туристично-рекреаційного потенціалу;

- удосконалення інформаційної інфраструктури туристичних послуг.

Варто зазначити, що деякі дослідники акцентують увагу на тому, що виконання цілей сталого розвитку ринку туристичних послуг неможливе без участі державних інститутів. Так Т.І. Ткаченко наголошує, що «державне управління сферою рекреації та туризмом необхідно розглядати як складну систему в єдності соціальної, економічної та екологічної компонентів, подальший генезис яких і базуватиметься на концепції сталості» [97]. О.П. Слюсарчук зазначає, що «державне управління рекреаційно-туристичною сферою покликано встановити і підтримувати рівновагу між збереженням природних та історико-культурних ресурсів, економічними інтересами й соціальними потребами та розвитком рекреації.» [83, с. 32]. Головним тезисом у визначенні ролі держави в сталому розвитку ринку туристичних послуг в даному випадку можна назвати те, що управління має на меті формування комплексних умов для розвитку ринку при забезпеченні підвищення якості життя населення на загальнодержавному рівні.

Необхідність враховувати вплив апарату державного управління на

сталий розвиток ринку туристичних послуг формує кілька додаткових цілей його функціонування, а саме:

- активізація розвитку суміжних ринків та сфер економіки (торгівля, житлово-комунальне господарство і т.д.);
- збільшення надходжень до бюджету;
- відродження національної культури, формування національної свідомості.

Зважаючи на взаємозв'язок ринку туристичних послуг та державного управління можна зазначити, що відносини між цими двома категоріями характеризуються прямою залежністю. Такої позиції дотримуються С.В. Ковальчук, В.В. Миколишина, І.Т. Балабанов. Останній підкреслює, що «туристичний ринок по відношенню до економіки будь-якої країни характеризується двоциклічністю» [98, с. 74]. Так, розвинутий туристичний ринок, що ефективно функціонує на засадах сталого розвитку неминує призводити до збільшення інвестиційної привабливості держави, надходжень до бюджетів всіх рівнів, національного багатства країни в цілому, у той час як недостатній розвиток ринку туристичних послуг у сучасних економічних умовах обумовлює низькі показники функціонування держави та її економічної системи.

Виходячи із зазначених цілей сталого розвитку ринку туристичних послуг можна визначити головні завдання, що повинні виконуватися в рамках його функціонування з урахуванням рівномірності впливу економічної, соціальної та політичної складової. До таких завдань слід віднести:

1. Забезпечення раціонального використання туристично-рекреаційного потенціалу, що представляє собою ключовий елемент формування ринку туристичних послуг, підтримуючи при цьому природні явища та процеси в туристичних екосистемах та забезпечуючи збереження їх природної спадщини та біологічного різноманіття.

2. Сприяння утриманню довгострокового ефекту від соціально-економічних дій, що реалізуються на ринку туристичних послуг, з метою

підтримки стабільно-високого рівня зайнятості населення, забезпечення отримання доходу та переваг для туристичних зон, що приймають туристів. У довгостроковій перспективі таке завдання має призвести до скорочення масштабів бідності на світовому рівні [99].

3. Реалізація права населення туристичної зони, що приймає туристів, на соціально-культурну автентичність. Стимулювання міжкультурному порозумінню та толерантності.

Таким чином, функціонування ринку туристичних послуг на засадах сталого розвитку має за основу не тільки збереження навколишнього середовища та забезпечення охорони туристично-рекреаційних ресурсів, а й економічні вигоди, що безумовно мають отримати виробники туристичних послуг при урахуванні культурною самобутності та національної спадщини туристичної зони, що для туриста є безпосереднім місцем споживання послуги.

Сьогодні виділяють більше десятка видів туризму, а отже й сегментів ринку туристичних послуг, кожний з яких при певному державному втручанні має бути направлений в систему збалансованого, гармонійного розвитку [92, с. 19]. Це може бути забезпечено за рахунок оптимального з позиції обережності споживання туристично-рекреаційних ресурсів при дотриманні поваги до особливостей національної культури туристичної зони.

Ринок туристичних послуг на засадах сталого розвитку повинен функціонувати так, «...щоб забезпечувати захист природної спадщини, яку складають екосистеми та біологічна різноманітність, а також охороняти види дикої фауни і флори, яким загрожує зникнення» [100]. У зв'язку з цим сталий розвиток ринку туристичних послуг має певні особливості, що полягають у поєднанні інтересів його суб'єктів із інтересами окремих туристичних зон та їх представників. До таких особливостей належать:

1. Туристичні послуги мають дуальний характер, що проявляється у наслідках їх споживання. Так, турист приносить економічні вигоди виробникам туристичних послуг, однак не завжди забезпечує захист природних ресурсів, що задіяні в процесі надання послуги. Таким чином споживаючи

нематеріальний товар, вигоди від якого обмежені у часі, турист іноді може спричинити матеріальні екологічні збитки і при цьому не завжди буде нести за них відповідальність.

2. Безпосередній процес продажу туристичної послуги, її споживання та настання наслідків для туристичної зони мають істотний розрив у часі. При чому наслідки споживання туристичної послуги мають схильність до акумулювання. Так, якщо позитивні наслідки для учасників безпосередньо ринкових відносин настають одразу – турагент отримує прибуток, а турист задовольняє потребу у відпочинку, тощо, то для туристичних екосистем, населення конкретної туристичної зони наслідки можуть бути сформовані протягом кількох років чи століть.

3. Сезонні коливання споживання туристичних послуг забезпечують різний рівень навантаження на туристичні екосистеми, що потребує дієвих стратегій їх розвитку в таких умовах.

4. Сталий розвиток ринку туристичних послуг залежить безпосередньо від поведінки його суб'єктів та національних урядів приймаючих країн.

5. Об'єктивна територіальна роз'єднаність суб'єктів ринку потребує розвиненої інформаційної інфраструктури, направленої не тільки на рекламу і просування туристичних продуктів, забезпечення взаємозв'язку туриста та туристичного агента, а й на забезпечення реалізації концепції сталого розвитку.

Таким чином, ефективність ринку туристичних послуг, що функціонує на засадах сталого розвитку, залежить від якості послуги, що пропонується, а також від рівня забезпеченості рівноваги між економічними вигодами, соціальними і екологічними потребами туристичної зони у процесі споживання такої послуги.

Отже, сталий розвиток ринку туристичних послуг забезпечується ефективною та рівноправною взаємодією його суб'єктів за засадах забезпечення економічного зростання, раціонального використання рекреаційних ресурсів та соціальної справедливості при врахуванні природних та соціально-історичних особливостей певних туристичних зон. Зважаючи на

динамічні темпи розвитку туризму, його вплив на соціальний та економічний розвиток, а також приймаючи до уваги глобальні проблеми людства та вичерпність природних ресурсів, що є ключовими у формуванні інфраструктури туристичного ринку, запровадження засад сталого розвитку є об'єктивною необхідністю.

1.3 Механізм забезпечення сталого розвитку ринку туристичних послуг

Проблема забезпечення сталого розвитку ринку туристичних послуг в контексті раціонального використання та відтворення природних ресурсів займає важливе місце в стратегічних завданнях будь-якої країни. Системна суспільна трансформація вже сьогодні закладає підґрунтя для збалансованого комплексного розвитку підприємств туристичного сектора. Важливе місце в цьому процесі займає формування механізму сталого розвитку ринку туристичних послуг, основними складовими якого стануть забезпечувальні механізми соціально-економічного зростання і екологічного розвитку.

І.А. Чайківський щодо концепції сталого розвитку зазначає, що вона визначає «... певні обмеження в експлуатації природних ресурсів, але ці обмеження не є абсолютними...», вони «... відносні і пов'язані із сучасним рівнем техніки і соціальної організації, а також із здатністю біосфери справлятися з наслідками людської діяльності.» [101]. У провідних економічних державах вже сьогодні можна спостерігати трансформацію традиційних індивідуалістичних цінностей з урахуванням концепції сталого розвитку. Як зазначають українські вчені О.Б. Ватченко та В.М. Ільченко «У суспільстві формується новий підхід до вирішення соціальних проблем, відбувається посилення державного та міждержавного планування із залученням до процесу прийняття рішень все більшої кількості зацікавлених сторін...» [102]. Формування ефективного механізму забезпечення сталого розвитку при цьому набуває важливого значення для розбудови

демократичного суспільства та соціально-орієнтованої ринкової економіки.

Забезпечення сталого розвитку – це технічна проблема, вирішення якої потребує інноваційних технологій та методів. Як уже зазначалося раніше (підрозд. 1.1) запровадження концепції сталого розвитку – це зміна суспільних відносин і формування такої системи, яка не руйнуватиме середовище свого існування. Враховуючи при цьому, що категорія «механізм» визначається як «система функціонування будь-чого, сукупність проміжних станів або процесів будь-яких явищ» [103], під механізмом забезпечення сталого розвитку можна розуміти систему взаємодії суб'єктів світового співтовариства та об'єктів оточуючого їх середовища у процесі розробки та реалізації певних заходів, направлених на «...створення скоординованої глобальної стратегії існування людства, орієнтованої на збереження і відновлення природних спільнот...» [104], а також інструментів для забезпечення і підтримки на потрібному рівні здатності біосфери функціонувати і розвиватися.

Необхідно відзначити, що велика кількість наукових досліджень [4, 8-15, 42-50, 59], що присвячені проблемі забезпечення сталого розвитку, зосереджуються на наслідках антропогенного перенавантаження планети. Проте такий підхід є недостатньо повним, адже на сьогодні актуальною є не тільки проблема перенаселення, а й криза соціально-економічного розвитку. Важливо зауважити, що гармонічний соціально-економічний та політичний розвиток країни в світу в цілому сприяв би вирішенню проблеми раціонального розміщення населення. Саме те країни, що мають недостатньо ресурсів для розвитку, низький рівень соціально-економічної та політичної стабільності характеризуються наявністю меншої кількості можливостей для забезпечення сталого розвитку.

У науковій літературі існує кілька підходів до визначення сутності концепції забезпечення сталого розвитку (табл. 1.8). Варто відзначити, що розуміння даної категорії тісно пов'язано із трактуванням поняття «сталий розвиток» - в залежності від нього дослідниками формуються принципи, умови та інструменти забезпечення сталого розвитку.

Підходи до визначення поняття «забезпечення сталого розвитку»

Автори	Назва підходу	Сутність
Х.Г. Гальчак	Як механізм державного регулювання	Механізм поєднання державного регулювання і соціально відповідальних корпоративних стратегій функціонування суб'єктів соціально-економічної системи та побудови ефективної моделі їхньої взаємодії [105, с. 70]
Стратегія сталого розвитку України до 2030 року (проект)		Проведення структурних реформ, забезпечення економічного зростання екологічно невиснажливим способом, створення сприятливих умов для ведення господарської діяльності [106]
О.К. Гордєєв		Система принципів, завдань та заходів, реалізація яких має сприяти переходу країни на засади збалансованого розвитку, служать основою для розроблення стратегій, проектів та програм соціально-економічного розвитку [108, с. 9].
О.В. Поплавська, Д.В. Балабанюк		Комплексний інструментарій, який дозволить кожній державі використати географічний, природно-ресурсний, інфраструктурний, інтелектуальний потенціал, а також кумулятивний ефект завдяки спільній реалізації цього потенціалу у поєднанні з кращим світовим досвідом в організації інноваційного процесу [112, с. 171].
Л.Г. Мельник	Як інструментарій забезпечення гармонійного розвитку держави	Функціонування всіх державних підсистем з метою забезпечення стійкості трьох систем: природної, виробничої, соціально-економічної [107]
А.М. Вергун, І.О. Тарасенко		Забезпечення гармонізації та поєднання соціальних, економічних та екологічних цілей, їх реалізація в єдиній соціо-еколого-економічній системі певної території [109, с. 210].
О. Матвєєва	Як концепція природокористування	Збереження природокористування на користь соціального благополуччя поколінь, зорієнтованих на поселення економічної спроможності господарських комплексів [110].
Е.І. Строгонова		Взаємозалежна сукупність засобів, за допомогою яких досягаються пріоритетні цілі сталого розвитку: закріплення результатів кожного циклу відтворення, забезпечення ефективного взаємозв'язку між фінансовими ринками та ринками реального сектору економіки, відтворення системної якості зв'язків елементів регіональної системи та її здатності до подальшого саморозвитку [111].

Теоретичною основою механізму забезпечення сталого розвитку є

циклічний рух, який відповідно до динамічної теорії розвитку Й. Шумпетера представляє собою «руйнування», «... у ході якого здійснюється безперервне відновлення й перехід на більш високий щабель розвитку» [113]. Однак, для механізму забезпечення сталого розвитку ринку туристичних послуг недостатньо розглядати процеси зміни, як циклічні. В умовах ринку, говорячи про механізм забезпечення його сталого розвитку, передбачається розгляд механізму управління з конкретизованими умовами, що формуються в індустрії туризму.

Механізм управління ринком туристичних послуг може бути реалізований тільки в рамках системи управління, яка забезпечує рішення проблеми галузі, серед яких забруднення стічними водами та сміттям територій, емісія повітряного транспорту, ерозія пляжів, втрата історичної та архітектурної спадщини, використання праці неповнолітніх, тощо. Структура механізму управління буде залежати від характеру проблем, які підлягають вирішенню в певному туристично-рекреаційному комплексі. Отже, механізмом, який забезпечуватиме сталий розвиток ринку туристичних послуг, є управлінський процес.

Більшість вчених [72-73, 78, 83, 97-98] погоджується із тим, механізм забезпечення сталого розвитку ринку туристичних послуг базується на кількох напрямках, серед яких економічний, екологічний та соціальний (рис. 1.6). Саме вони слугують посиленню координації дій суб'єктів управління ринком з різних ланок (органів державної влади, неурядових структур, підприємств, окремих суб'єктів).

Екологічний напрям у даному випадку є елементом сильного впливу на соціальний, через те, що у більшості випадків саме екологічні катастрофи призводять до соціальних негараздів. Український вчений В.М. Трегобчук у своїй праці «Концепція сталого розвитку для України» зазначив, що «жодні економічні вигоди не можна визнати доцільними, якщо зростають показники захворюваності, інвалідності та смертності населення, погіршується його фізичне та психічне здоров'я» [115], визначаючи тим самим рівну вагу кожного

із зазначених напрямів в контексті розробки ефективного механізму забезпечення сталого розвитку ринку.



Рис. 1.6. Напрями забезпечення сталого розвитку ринку туристичних послуг

Джерело: складено автором з використання джерел [102, 114]

Для оцінки ефективності заходів в межах економічного напрямку забезпечення сталого розвитку ринку туристичних послуг вчені часто користуються такими методами, як експертний, бальний, рейтинговий, порівняльний, тощо. Серед сукупності кількісних показників на нашу думку є доцільним виокремити ті, що характеризують ефективність використання рекреаційних ресурсів. Серед таких показників необхідно відзначити наступні:

1. Коефіцієнт придатності рекреаційних комплексів, що характеризує їх стан [128]:

$$K_{пр\ рекр} = \frac{\text{залишкова_вартість_об'єкту}}{\text{первісна_вартість_об'єкту}} \quad (1.1)$$

2. Коефіцієнт оновлення рекреаційних комплексів визначає динаміку їх руху [128]:

$$K_{\text{он}}_{\text{рекр}} = \frac{\text{вартість}_{\text{об'єктів, що}_{\text{надійшли}_{\text{за}_{\text{рік}}}}}{\text{первісна}_{\text{вартість}_{\text{об'єкту}}} \quad (1.2)$$

3. Коефіцієнт вибуття рекреаційних комплексів, ще демонструє, яка частка ресурсів вибула за звітний період з тих чи інших причин [128]:

$$K_{\text{в}}_{\text{рекр}} = \frac{\text{вартість}_{\text{об'єктів, що}_{\text{вибули}_{\text{за}_{\text{рік}}}}}{\text{первісна}_{\text{вартість}_{\text{об'єкту}}} \quad (1.3)$$

4. Коефіцієнт зносу рекреаційних комплексів показує, на який відсоток профінансовані за рахунок зносу їх заміна і відновлення (збільшення даного коефіцієнта характеризує погіршення стану матеріально-технічної бази рекреаційного комплексу) [128]:

$$K_{\text{зн}}_{\text{рекр}} = \frac{\text{знос}}{\text{первісна}_{\text{вартість}_{\text{об'єкту}}} \quad (1.4)$$

Розрахунок цих показників дозволить оцінити ефективність використання рекреаційних ресурсів. Крім того, вони слугуватимуть базою для подальшої оцінки загального внеску ринку туристичних послуг в економічну систему країни.

Оцінка екологічної складової механізму забезпечення сталого розвитку ринку туристичних послуг представляється як складна система індикаторів. Вона має на меті оцінку діяльності, яка не тільки регулюється державою, а й підлягає певним обмеженням у зв'язку із обмеженою кількістю природних ресурсів. Традиційно існує велика кількість дозволів, що використовуються суб'єктам ринку для здійснення туристичної діяльності, а саме: використовувати природні ресурси, проводити дії, що спонукають до нанесення шкоди довкіллю. Всі ці дозволи встановлюються актами екологічного (природоресурсного) законодавства, видаються різними органами державної влади і власниками ресурсів. Саме вони стають підставою для виникнення відносин між суб'єктами ринку, власниками ресурсів і органів державної влади. З огляду на це, екологічна допустимість об'єктів ринку туристичних послуг може бути представлена так [123]:

$$\sum a_{ij}(x_i^{(0)} + x_i) + a_{oj}(x_0^{(0)} + x_0) \prec S, \quad (1.5)$$

де, a_{ij}, a_{oj} - внесок i -го об'єкту в забруднення j -ї регіону; $x_i^{(0)}, x_0^{(0)}$ - кількість викидів, що забезпечені ліцензією ϵ на i -му об'єкті; x_0, x_i - кількість викидів, що не забезпечені ліцензією на об'єкті; S - показник граничнодопустимої концентрації для окремої речовини або групи речовин.

Такий показник покликаний оптимізувати усі процеси на ринку туристичних послуг, що впливають на навколишнє природне середовище.

Згідно вищезазначеного, екологічна складова механізму забезпечення сталого розвитку ринку туристичних послуг тісно пов'язана із соціальним напрямом його функціонування. Для оцінки соціального стану населення краще використовувати відносні показники, що дозволяють виміряти інтенсивність розвитку досліджуваного явища в часі, оцінити рівень розвитку одного явища на тлі взаємопов'язаних з ним інших, здійснити просторово-територіальні порівняння, в тому числі на міжнародному рівні. Підвищення добробуту населення в межах функціонування ринку туристичних послуг можливо оцінити через такі показники, як:

1. Частка населення, що була за кордоном з туристичною метою, що демонструє не тільки статок населення, а й рівень доступності туристичних послуг. Даний показник розраховується за формулою [118]:

$$CH_{\text{зм}} = \frac{\text{Кількість осіб, що була за кордоном з туристичною метою}}{\text{чисельність населення}} \quad (1.6)$$

2. Відвідуваність населенням закладів культури (музеїв, театрів, кінотеатри, виставки и подібне), що демонструє популярність різних типів розважальних заходів та їх доступність для населення [118]:

$$BH_{\text{зк}} = \frac{\sum \text{кількість відвідувань закладу}}{1000 \text{ осіб}} \quad (1.7)$$

Всесвітня організація туризму (UNWTO) наголошує на тому, що ринок туристичних послуг демонструє такі властивості, як: підтримка створення робочих місць, стимулювання інклюзивної соціальної інтеграції, забезпечення охорони природної та культурної спадщини, збереження біорізноманіття, підвищення добробуту населення. Спеціалістами організації ринок туристичних

послуг визначається як інструмент реалізації 12-ї Цілі в галузі сталого розвитку, яка сприятиме досягненню інших взаємопов'язаних цілей (ЦСР 13-15), що стосуються кліматичних змін, морських та наземних ресурсів [116]. Виходячи з цього, механізм забезпечення сталого розвитку ринку туристичних послуг має посилити вплив туристичного сектору на сталий розвиток країни в цілому, просуваючи та розширюючи методи сталого споживання та виробництва, які сприяють ефективному використанню природних ресурсів, виробляють менше відходів та вирішують проблеми зміни клімату та скорочення біорізноманіття.

Г.А. Заячківська зазначає, що туризм має розвиватися так, щоб приносити користь населенню міст, що приймають туристів, посилювати економіку країн, створювати додаткові робочі місця [114]. Таким чином дієвість механізму забезпечення сталого розвитку ринку туристичних послуг має спиратися на внутрішні та зовнішні інтереси країни, на території якої розміщений туристично-рекреаційний комплекс, а його ефективність не повинна негативно впливати на трансформацію її пріоритетів та стратегічних цілей на довгостроковий період.

Основним критерієм сталого розвитку ринку туристичних послуг є здатність його суб'єктів безперервно та динамічно підтримувати раціональну пропорційність між чинниками відтворення та необхідні темпи його розвитку в умовах невизначеності та мінливості зовнішнього середовища з метою постійного задоволення потреб населення у відпочинку, розвагах, оздоровленні, тощо, що відбувається за рахунок ресурсів як в теперішньому часі, так і в майбутньому, враховуючи при цьому відповідальність щодо створення необхідних соціальних умов і попередження забруднення навколишнього середовища [101].

Механізм забезпечення сталого розвитку ринку туристичних послуг, як управлінський інструмент, у такому контексті має базуватися на певних принципах (табл. 1.8). Саме вони мають стати базою створення оптимальних управлінських рішень.

Принципи забезпечення сталого розвитку ринку туристичних послуг

Принцип	Характеристика
Системності	При формуванні механізму забезпечення сталого розвитку ринку туристичних послуг його об'єкти та суб'єкти розглядаються як єдине ціле. При цьому кожний з них розглядається як відкрита система, яка теж має свої складові.
Цілепокладання	Полягає у визначенні напрямлення розвитку ринку в перспективі. Принцип представляє собою якісне визначення генеральної мети для того, щоб створити установки та цілі функціональним елементам ринку.
Компетентності	Формування механізму забезпечення сталого розвитку ринку туристичних послуг охоплює всі сфери діяльності його суб'єктів, а отже – має забезпечувати вільну реалізацію їх функцій.
Ієрархічності	Організаційна структура механізму повинна мати кілька рівнів з делегуванням деяких повноважень щодо прийняття управлінських рішень.
Зворотного зв'язку	Принцип передбачає створення каналів постійного та своєчасного надходження інформації про стан об'єктів та дії суб'єктів ринку з метою прийняття ефективних управлінських рішень.
Квантифікації об'єктивної реальності	При формуванні механізму забезпечення сталого розвитку ринку туристичних послуг ринок поділяється на кінцеве число елементів, зв'язків, тощо для створення пізнаваного аналога складної відкритої системи.
Зовнішнього доповнення	Для більш повного розуміння механізму забезпечення сталого розвитку ринку туристичних послуг необхідно використовувати знання про зовнішнє середовище.
Узгодження	Несуперечливість рішень на пов'язаних рівнях ринкової системи.
Сумісності	Наявність однорідності інформації в зв'язках ринкової системи передбачає можливість суміщення частин цілого, розуміння інформації, що передається, можливість її обробки, тощо.
Координованості	Механізм забезпечення сталого розвитку ринку туристичних послуг має враховувати можливість впливу на підлеглі частини системи, а отже має передбачати наявність відповідних зв'язків та відносин.

Джерело: складено автором на основі [122, 125-126]

У 2004 р. Всесвітня туристична організація сформулювала концепцію сталого розвитку туризму: «норми і практику управління сталим розвитком туризму можна застосовувати до всіх типів напрямів, включаючи масовий туризм і різні ніші туристичних сегментів. Принципи сталості відносяться до охорони навколишнього середовища, економічних і соціально-культурних аспектів розвитку туризму, і між цими трьома аспектами повинен бути встановлений відповідний баланс, щоб гарантувати довготривалу сталість туризму» [124]. У цьому контексті українські вчені Г.П. Скляр та Н.М. Карпенко основоположним принципом механізму забезпечення сталого

розвитку ринку туристичних послуг визначають принцип сумісно-розділених відносин, що реалізується через інструмент партнерства. На їх думку забезпечення сталого розвитку ринку туристичних послуг має бути реалізовано через державно-приватне партнерство [127]. І.М. Шамара та К.І. Азарова головним елементом механізму забезпечення сталого розвитку ринку туристичних послуг визначають державу: «Держава повинна активно втручатися в конкурентну боротьбу, проводити активну протекціоністську політику за вплив на рух міжнародного туристичного потоку, зокрема через реалізацію державних програм, впровадження стимулюючої фіскальної політики на загальнодержавному та регіональному рівні, що сприятимуть розбудові індустрії туризму» [128]. Ю.В. Мігущенко стверджує, що для забезпечення сталого розвитку ринку туристичних послуг «... необхідно реалізувати низку дієвих заходів в межах інституційно-правового, організаційно-адміністративного, фіскально-економічного, соціально-психологічного механізмів» [129]. О.І. Сесьолкін визначає, що забезпечення сталого розвитку ринку туристичних послуг потребує не тільки сильного політичного керівництва, і й інформованої участі усіх суб'єктів ринку [130]. Схожої позиції дотримується і І. Петрасов, зазначаючи, що розробка та практична реалізація механізму забезпечення сталого розвитку ринку туристичних послуг має здійснюватися в процесі співробітництва з усіма зацікавленими сторонами, особливо приватним сектором економіки, місцевими та корінними громадами [131]. У той же час В.С. Новіков акцентує увагу на тому, що розробка механізму забезпечення сталого розвитку ринку туристичних послуг має бути покладена у компетенцію туристичних компаній, а от підтримка його ефективності у довгостроковій перспективі – завдання усіх зацікавлених суб'єктів [132].

Аналіз представлених точок зору на розробку та реалізацію механізму забезпечення сталого розвитку ринку туристичних послуг дозволяє зробити висновок, що всі вони направлені на вивчення окремих суб'єктів ринку, їх повноважень та функцій, і не охоплюють всю системи загалом. Це гальмує

формування ефективного ринку, що відповідає сучасним вимогам, та його перехід до сталого розвитку. Зрозуміло, що механізм забезпечення сталого розвитку ринку туристичних послуг має вписуватися в національну і світову стратегію розвитку, а отже не може бути обмежена функціями окремих суб'єктів. Таким чином дієвість механізму забезпечення сталого розвитку ринку туристичних послуг має бути обґрунтована з позиції правових, організаційних, фінансових, соціальних, економічних, екологічних та інформаційних складових (рис. 1.7).

В основу механізму забезпечення сталого розвитку ринку туристичних послуг покладена мета - економічне зростання, раціональне використання рекреаційних ресурсів та соціальна справедливість. Сам механізм можна розуміти як засіб зовнішнього впливу суб'єктів на туристичний сектор та суспільство, оскільки туристично-рекреаційні комплекси не можуть успішно розвиватися без втручання органів влади та міжнародних організацій.

Нами запропоновано понятійно-категоріальний апарат щодо визначення «механізму забезпечення сталого розвитку ринку туристичних послуг», який уособлює в собі сукупність важелів впливу на розвиток цілісного комплексу взаємопов'язаних елементів та методів, що використовуються суб'єктами ринку на засадах правового, нормативного та інформаційного забезпечення.

Формування правової складової механізму сталого розвитку ринку туристичних послуг можливе за умови створення необхідної нормативно-правової бази, що регламентує взаємне представництво інтересів та розмежування повноважень між органами виконавчої влади, юридичними та фізичними особами, що здійснюють підприємницьку діяльність, за наявності системи правових відносин, що регламентують їх взаємодію.

З цією метою нормативне забезпечення країни має бути адаптоване до світових норм та стандартів.

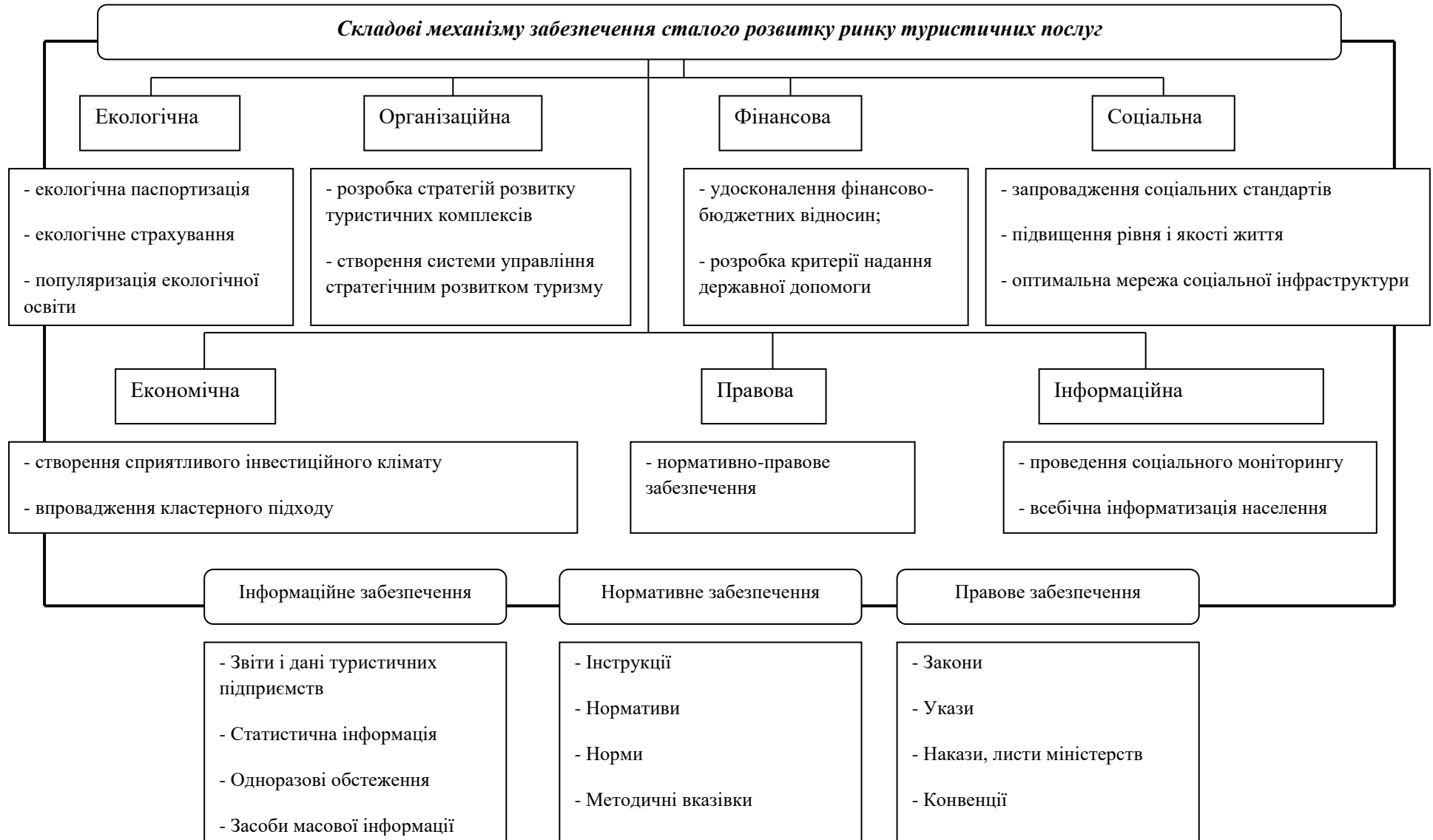


Рис. 1.7. Складові механізму забезпечення сталого розвитку ринку туристичних послуг

Джерело: складено автором

Економічна складова передбачає застосування такої сукупності заходів, які б найефективніше сприяли подоланню проблем і спрямували розвиток туристичних зон в напрямі інвестиційного, високотехнологічного, ресурсощадного й екологічно безпечного споживання туристичних послуг. Розроблення механізму забезпечення сталого розвитку ринку туристичних послуг у цьому контексті повинне базуватися на системному програмному підході, що дає змогу комплексно підійти до врахування вимог ринку, особливостей розвитку та функціонування певних територій, забезпечити цільову мобілізацію наявних ресурсів, виробити систему дієвих заходів із регулювання та підтримання сталого розвитку. Дії суб'єктів ринку, що безпосередньо надають туристичні послуги, мають бути спрямовані на раціональне природокористування, зниження навантаження на екосистему, залучення бюджетних та позабюджетних коштів на виконання міжнародних та національних програм впровадження ідей сталого розвитку [102].

Вважаємо, що організаційна складова механізму забезпечення сталого розвитку ринку туристичних послуг має приймати структуровану форму посередництва між учасниками туристичного ринку в країні, які зацікавлені в ефективній роботі на певній території незалежно від форм власності; суб'єкти туристичної діяльності (підприємства), отримували віддачу при взаємодії з посередниками ринку. Організаційне забезпечення реалізації концепції сталого розвитку передбачає нову систему управління стратегічного розвитку, створення цільової організаційної структури – міжвідомчого органу з реалізації стратегії, покликаної забезпечити консолідацію зусиль різних рівнів державного управління, приватного сектору та громади. Механізм має вирішувати питання щодо розподілу повноважень між владними структурами та підприємствами.

На нашу думку, головним аспектом фінансової складової механізму забезпечення сталого розвитку ринку туристичних послуг є удосконалення фінансових відносин між підприємствами, уповноваженими органами управління та міжнародними організаціями. Під час фінансування заходів із

впровадження концепції сталого розвитку усі суб'єкти ринку мають забезпечувати виконання запланованих завдань з максимальною результативністю та ефективністю їх використання.

Соціальна складова механізму забезпечення сталого розвитку ринку туристичних послуг має сприяти створенню умов для підвищення рівня і якості життя населення через запровадження соціальних стандартів, формування оптимальної мережі закладів соціальної інфраструктури, спрямування інвестицій у їх подальший розвиток і підвищення якості послуг [102]. Індикаторами соціальної орієнтації розвитку ринку на нашу думку має бути показники динаміки реального рівня споживання соціальних благ, фізичне та духовне здоров'я населення, крім того соціально-орієнтований ринок туристичних послуг потребує нагального створення нових робочих місць і реальної реалізації регіональних програм зайнятості у приймаючих країнах. Тому, соціальну орієнтацію ринку треба оцінювати і забезпечувати з урахуванням ідей сталості та збалансованості. До основних функцій цієї складової в контексті усталення належать: підвищення підготовленості населення до туристичного підприємництва; подальший розвиток соціальної інфраструктури загального призначення; підвищення рівня сервісу; послаблення напруженості санітарно-екологічної ситуації в туристичних центрах; задоволення потреб галузі в кваліфікованих фахівцях, тощо [125].

Реалізація екологічної складової механізму забезпечення сталого розвитку ринку туристичних послуг передбачає збереження екологічної рівноваги, бо «... за оцінкою фахівців, природа може «витримати» існуючий рівень туристичного навантаження у разі ігнорування екологічних аспектів не більше ніж 25 років, а надалі з'являться кризові явища у вигляді втрати лісів, спустошення, погіршення якості прісної води, втрати біологічного різноманіття» [126]. Більшість країн, що сьогодні активно приймають туристів, потребують запровадження законодавства з питань чіткого розмежування повноважень між рівнями влади у природоохоронній сфері.

Дієвими важелями екологічної складової механізму забезпечення сталого розвитку ринку туристичних послуг можуть стати: страхування як форма відшкодування збитків, заподіяних порушенням права громадян на безпечне для життя та здоров'я довкілля, яке поширене в країнах Європейського Союзу (ЄС); екологічна освіта; поліпшення інвестиційного клімату; удосконалення екологічної інфраструктури; стимулювання системи екологічно орієнтованого підприємництва; екологізація процесів споживання й надання туристичних послуг, умов формування трудових ресурсів; екологічна паспортизація рекреаційно-туристичних комплексів [102, 104, 114, 119].

Роль інформаційної складової механізму забезпечення сталого розвитку ринку туристичних послуг полягає у формування та застосування спеціалізованих комп'ютерних програм для ефективного внутрішнього управління туристичними зонами, у подальшому розвитку інформаційних технологій і систем для надання інформації щодо багатоваріантних аспектів функціонування ринку туристичних послуг, у всебічній інформатизації населення, в автоматизації системи управління, глобалізації комп'ютерних мереж через Інтернет та використання провідного досвіду розвинених країн світу щодо інформаційного регулювання ринку туристичних послуг. Важливим фактором посилення інформаційно-аналітичного забезпечення сталого розвитку міста та району є проведення соціального моніторингу та складання паспорту, який розглядається як системи безперервного стеження за ситуацією в кожній туристичній зоні [119-121, 126].

Впровадження механізму забезпечення сталого розвитку ринку туристичних послуг полягає в забезпеченні збалансованого розвитку всіх сфер туристичної діяльності на основі виваженого використання ресурсів для вирішення економічних, соціальних та екологічних проблем. Особливу увагу при цьому потрібно приділяти вивченню ролі складової управління, ефективній роботі всіх туристичних підприємств, а також застосуванню соціальних гарантів, зокрема для населення країн, що приймають туристів, для підвищення якості життя.

Концептуальна модель механізму забезпечення сталого розвитку ринку туристичних послуг представляє собою сукупність інтегрованих компонентів, їх суттєвих відносин і зв'язків, що відображають основний зміст процесів збалансованого соціально-економічного та екологічного розвитку (рис. 1.8).

В наведеній моделі представлені цілеспрямовані пріоритети суб`єктів, що застосовуються ними на засадах ринкових інструментів та напрямів ресурсозабезпечення туристичних послуг, базуються на принципах та індикаторах рівноваги сталого розвитку.

Аналіз теоретико-методологічних підходів щодо формування системи управління сталим розвитком ринку туристичних послуг дозволяє стверджувати, що у переліку факторів, які забезпечують успішний розвиток територій, чільне місце займають методи стратегічного управління, котрі базуються на принципах комплексності, пропорційності, адаптивності, безперервності, оптимальності, економічної безпеки, результативності і т.д.

Для забезпечення сталого економічного розвитку необхідно:

- 1) здійснити переведення ринку туристичних послуг на інноваційний шлях розвитку;
- 2) запровадити жорстку систему ресурсозбереження;
- 3) здійснити структурно-технологічну та екологічну (шляхом створення екологічного паспорту держави, регіонів, міст, визначення найбільш вагомих загроз та ризиків регіональної екосистеми) перебудову економічних процесів.

Для забезпечення сталого соціального розвитку важливим є:

- 1) поступове утвердження в масовій свідомості філософії сталого розвитку шляхом широкого висвітлення через ЗМІ освітньої системи концепції ноосфери та необхідної еволюції навколишнього середовища;
- 2) формування у населення системи потреб та етичних цінностей, відповідаючи принципам сталого розвитку;
- 3) формування сучасної моделі споживання у відповідності з принципами сталого розвитку (ресурсозаощадливої, оптимально-раціональної,

екологобезпеченої, орієнтованої на пріоритетний духовно-соціальний розвиток людини);

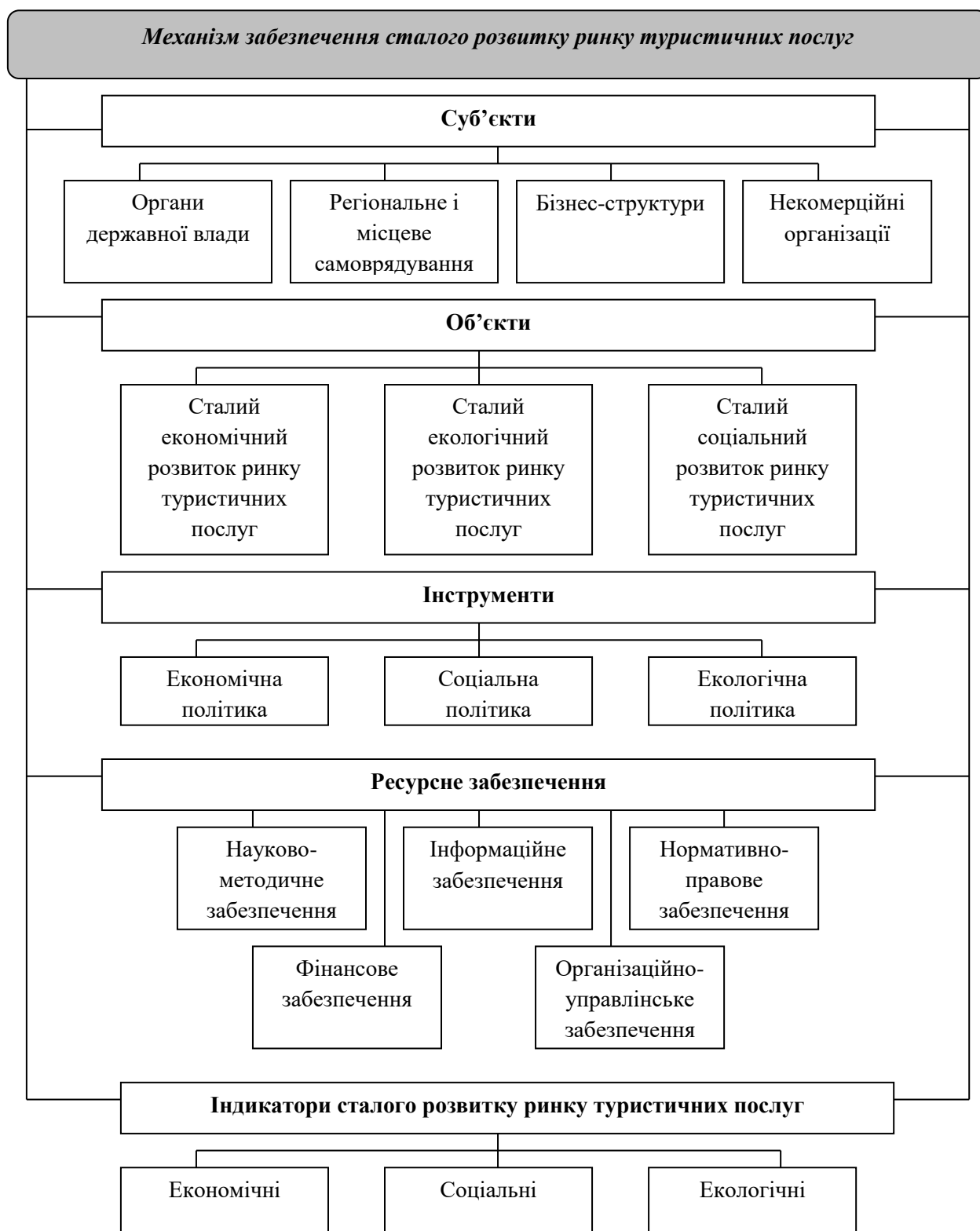


Рис. 1.8. Концептуальна модель механізму забезпечення сталого розвитку ринку туристичних послуг

Джерело: складено автором

4) забезпечення розвитку соціальної сфери та соціальної інфраструктури на засадах сталості, забезпечення їх максимальної безконфліктної інтеграції з екосистемою;

5) створення необхідних правових, організаційних, фінансових, матеріальних умов для забезпечення людського розвитку в усій його багатогранності;

б) формування державної соціальної політики сталого розвитку.

Для забезпечення сталого екологічного розвитку необхідно:

1) формування сучасної природоохоронної інфраструктури держави, регіонів, міст;

2) удосконалення систем моніторингу за рівнем техногенного навантаження на екосистеми та динамічне відображення змін, що відбуваються у навколишньому природному середовищі;

3) розробка і впровадження програм екологізації виробництва та побутової діяльності населення;

4) забезпечення капітального ремонту та модернізації основних виробничих фондів природоохоронного призначення;

5) встановлення жорстких національних та регіональних екологічних стандартів виробництва та контроль за їх дотриманням;

б) створення комплексної систем переробки та утилізації побутових відходів на основі впровадження системи окремого збору і вивезення побутових відходів з охопленням усіх верств населення [126, с. 52-53].

Обґрунтовуючи ефективність механізму забезпечення сталого розвитку ринку туристичних послуг, необхідно враховувати, що туризм залежить від природно-кліматичних умов, використання обмежених природних ресурсів, а у деяких випадках і слабким розвитком інфраструктури, низьким рівнем оплати праці на недостатнім захистом від ризиків. Сукупність цих факторів спричиняє меншу стійкість туризму в порівнянні з іншими секторами господарства. Виходячи з сукупності факторів впливу на ефективність механізму

забезпечення сталого розвитку ринку туристичних послуг, вважаємо за необхідне розподілити їх на 2 групи (рис. 1.9).

Зовнішні фактори обумовлюються сферу дії механізму, бо прямо впливають на ефективність діяльності суб'єктів ринку туристичних послуг та регулюють внутрішні чинники, стимулюючи або стримуючи їх. Вплив внутрішніх чинників більшою мірою залежить від управлінського аспекту.

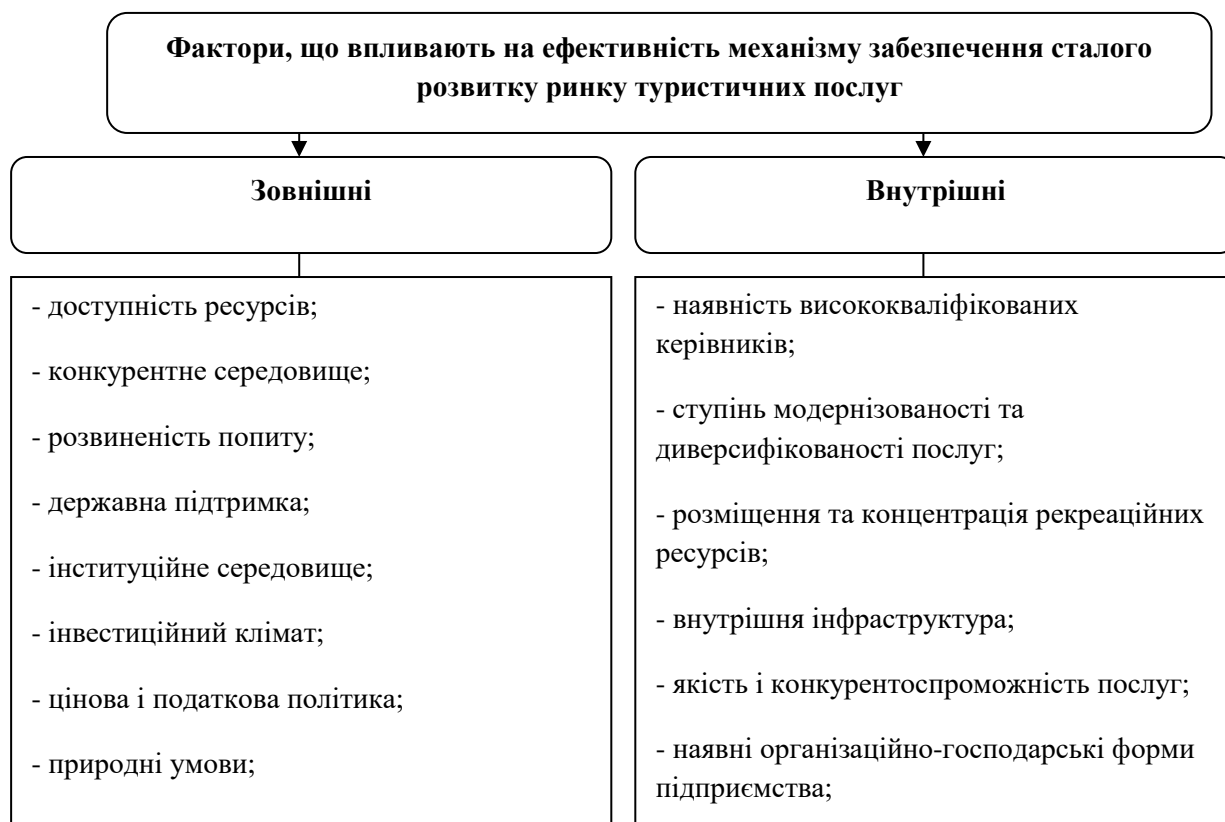


Рис. 1.9. Фактори, що впливають на ефективність механізму забезпечення сталого розвитку ринку туристичних послуг

Джерело: складено автором

Варто зазначити, що механізм забезпечення сталого розвитку ринку туристичних послуг буде функціонувати, при збалансуванні зазначених факторів, розробленої політики розвитку туризму в країні, із супроводом нормативного та фінансового забезпечення. При цьому, загальний кінцевий результат функціонування ринку туристичних послуг на засадах усталеності проектується з перспективою ресурсного відтворення, утримання висококонкурентних позицій на світовому ринку.

У цьому контексті основним важелем сталого розвитку ринку туристичних послуг є конкурентоспроможність. Вона передбачає створення системи стандартів якості надання різноманітних туристичних послуг. Підприємства, що пропонуватимуть на ринку неконкурентоспроможні послуги, не матимуть успіху в довготривалій перспективі [128].

Реалізація механізму забезпечення сталого розвитку ринку туристичних послуг потребує визначення пріоритетів, котрі б враховували економічні інтереси з позицій соціальної та екологічної відповідальності суб'єктів ринку. В даному контексті можна виділити такі пріоритети:

- формування взаємопов'язаного, комплексного підходу на шляху до економічного, екологічного та соціального розвитку;
- запровадження раціонального та екологічно безпечного використання природних рекреаційних ресурсів;
- природно-просторова організація використання ресурсів, яка має на меті забезпечити належні умови для раціонального використання потенційних ресурсних можливостей без порушення екологічної рівноваги окремих туристичних зон;
- оптимальне поєднання приватних інтересів із суспільними в сфері відтворення природних ресурсів.

Як уже зазначалося у підрозд. 1.1. сталий розвиток досягається, якщо протягом тривалого часу забезпечується в єдності та взаємодії відтворення виробничого потенціалу, людських ресурсів та природного середовища. Вирішальну роль у забезпеченні сталого розвитку ринку туристичних послуг відіграє врахування та коригування впливів зовнішніх та внутрішніх факторів, бо саме цей ринок безпосередньо пов'язаний із використанням природних ресурсів. Умовою реалізації механізму забезпечення сталого розвитку ринку туристичних послуг є раціональне поєднання ефективного функціонування ринкової системи та державного регулювання економіки шляхом координації дій у всіх сферах життя суспільства, переорієнтації суспільно-політичних

відносин, соціальних, економічних, екологічних і політичних інститутів держави [101].

Кінцевою метою механізму забезпечення сталого розвитку ринку туристичних послуг є розробка та успішна реалізація комплексу заходів, які ґрунтуються на результатах діагностики та прогнозування розвитку галузі із врахуванням досягнутих параметрів використання природного потенціалу, стратегії розвитку туризму та темпів зростання ринку. Порівняльна характеристика ринку туристичних послуг, що функціонує на засадах усталеності, та традиційного ринку представлено в додатку Г.

Перехід до концепції сталого розвитку ринку туристичних послуг потребує економічних реформ, стратегічним напрямом яких є посилення соціально-екологічної спрямованості, що реалізується через вирішення таких завдань:

- покращення соціально-економічних умов функціонування суб'єктів ринку;
- підвищення реальних доходів населення;
- зростання освітнього і культурного рівня населення;
- створення сприятливих умов для охорони здоров'я людини;
- забезпечення охорони природних ресурсів, культурної та історичної спадщини територій.

Отже, головним завданням механізму забезпечення сталого розвитку ринку туристичних послуг є формування належних умов для ефективного використання природно-ресурсного потенціалу в інтересах сучасного і майбутніх поколінь. Такий механізм передбачає комплексний підхід з позиції економічної, соціальної, фінансової, екологічної, інформаційної, правової та організаційної складових. Дія механізму направлена на скорочення до оптимального обсягу використання природних ресурсів, формування ефективної інвестиційної політики, спрямованої на розробку, освоєння та використання ресурсозберігаючих, маловідходних та безвідходних технологій, надання екологічно безпечних послуг та відповідальне їх споживання. При цьому усіма зацікавленими в розвитку галузі особами має бути забезпечений

баланс зовнішніх і внутрішніх факторів впливу на ринок. Кінцевий результат функціонування ринку туристичних послуг в умовах впровадження засад сталого розвитку проявлятиметься і підвищенні та утриманні на високому рівні висококонкурентних позицій на світовому ринку.

Висновки до розділу 1

1. Аналіз наукових джерел, які присвячені питанню дослідження особливостей сучасного економічного розвитку дозволив виділити чотири теоретичних підходи до обґрунтування сутності поняття «сталий розвиток»:

- 1) комплексний підхід (підкреслює єдність соціально-економічних, політичних та екологічних процесів розвитку людства);
- 2) відтворювально-еволюційний (постійному поновленню принципів соціально-економічного розвитку для задоволення потреб людства в єдності з оптимальним природокористуванням);
- 3) інтеграційний (на посиленні взаємозв'язків між потребами людства та природи);
- 4) функціональний (підкреслює мету сталого розвитку).

2. Під сталим розвитком ринку туристичних послуг запропоновано розуміти динамічний процес перетворення відносин між суб'єктами різного рівня щодо купівлі-продажу у грошовій формі певного матеріального чи нематеріального блага в сфері туризму, що засноване на принципах свободи вибору, рівності та відповідальності з урахуванням обмеженості регенеративної здатності туристичних екосистем та забезпечення збереження їх природно-ресурсного потенціалу та нівелювання екологічних збитків. Обґрунтовано, що функціонування ринку туристичних послуг на засадах сталого розвитку має за основу не тільки збереження навколишнього середовища та забезпечення охорони туристично-рекреаційних ресурсів, а й економічні вигоди, що безумовно мають отримати виробники туристичних послуг при урахуванні культурної самобутності та національної спадщини туристичної зони.

3. Вивчення та аналіз загальних засад сталого розвитку ринку туристичних послуг дозволив визначити його принципи, цілі функціонування ринку з позиції виробників та споживачів, головні завдання та особливості розвитку.

4. Аналіз теоретичних джерел дозволив визначити принципи забезпечення сталого розвитку ринку туристичних послуг, які на відміну від існуючих, не обмежуються функціями окремих суб'єктів. Визначено, що

механізм забезпечення сталого розвитку ринку туристичних послуг має бути обґрунтований з позиції правових, організаційних, фінансових, соціальних, економічних, екологічних та інформаційних складових.

5. Систематизовано фактори, що впливають на ефективність механізму забезпечення сталого розвитку ринку туристичних послуг (зовнішні та внутрішні), що дозволяє підвищити якість управління ринком туристичних послуг на національному та міжнародному рівнях.

6. Обґрунтовані пріоритетні напрями реалізації механізму забезпечення сталого розвитку ринку туристичних послуг, що дозволило сформулювати головну умову реалізації механізму забезпечення сталого розвитку ринку туристичних послуг - раціональне поєднання ефективного функціонування ринкової системи та державного регулювання економіки шляхом координації дій у всіх сферах життя суспільства, переорієнтації суспільно-політичних відносин, соціальних, економічних, екологічних і політичних інститутів держави.

Основні результати дослідження, проведеного у Розділі 1 дисертації, опубліковані автором у роботах [62, 69, 129].

РОЗДІЛ 2

ДІАГНОСТИКА СУЧАСНОГО СТАНУ ТА ПЕРСПЕКТИВ РОЗВИТКУ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ УКРАЇНИ

2.1 Стан та тенденції розвитку ринку туристичних послуг України

Активний розвиток інтеграційних процесів в Україні, а також черговий етап глобалізації господарських зв'язків перетворили туристичну галузь на одну з найбільш важливих у становленні держави. Як було зазначено у розділі 1, ринок туристичних послуг розвивається досить динамічно. За даними Державної служби статистики України питома вага послуг туристичної індустрії в загальному обсязі послуг стабільно збільшується. Так, якщо у 2012 році цей показник складав більше 23%, то на сьогодні становить майже 34% [1]. Пропорційно збільшується й обсяг реалізованих послуг в транспортній, розважальній сферах та в секторі розміщення туристів (рис. 2.1).

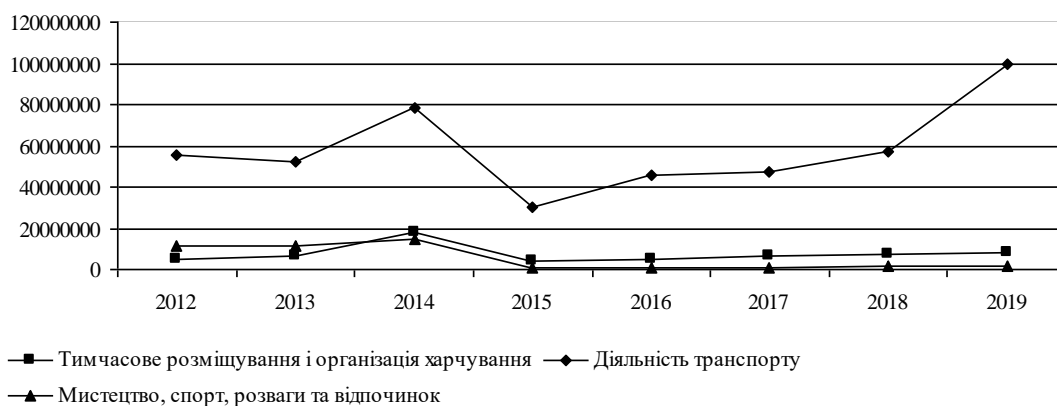


Рис. 2.1. Динаміка послуг, що реалізувалися на ринку туристичних послуг України, тис. грн.

Джерело: складено автором на основі [1]

Зважаючи на політичну ситуацію в країні (анексія Криму у 2014 році та окупація деяких міст Донецької та Луганської областей), обсяг послуг, які реалізовувалися на ринку туристичних послуг значно скоротилися у 2015 році. Однак вже у 2019 році обсяг послуг з тимчасового розміщення та організації харчування збільшився на 68,7% порівняно з 2012 роком, і на 99% порівняно з

2015 роком. Що стосується інших видів послуг в індустрії, то на сьогодні показники їх розвитку ще вже досягли рівня 2012 року. Нажаль обсяги реалізації послуг в сфері мистецтва, спорту, розваг та відпочинку значно скоротилися (на 83,5% порівняно з 2012 роком), що обумовлено низьким рівнем розвитку інфраструктури, періорієнтацією попиту туристів на закордонні ринки. Значно збільшився обсяг реалізації транспортних послуг – на 77,8% у 2019 році порівняно із 2012 роком. За даними Всесвітньої ради з туризму та подорожей у 2019 році туристичні послуги склали 10,4% від загального ВВП України. Порівняно з 2018 роком цей показник збільшився на 3,9%. При цьому кожне 5-те робоче місце створено саме туристичної галузю [139]. Ринок туристичних послуг України має комплексуючий характер, а його розвиток забезпечує мультиплікаційний ефект, який визначає міру інтегрованості країни в світогосподарську систему. Задля здійснення достовірної кількісної оцінки стану ринку туристичних послуг України, пропонується науково-методичний підхід, який складається з кількох етапів (рис. 2.2).

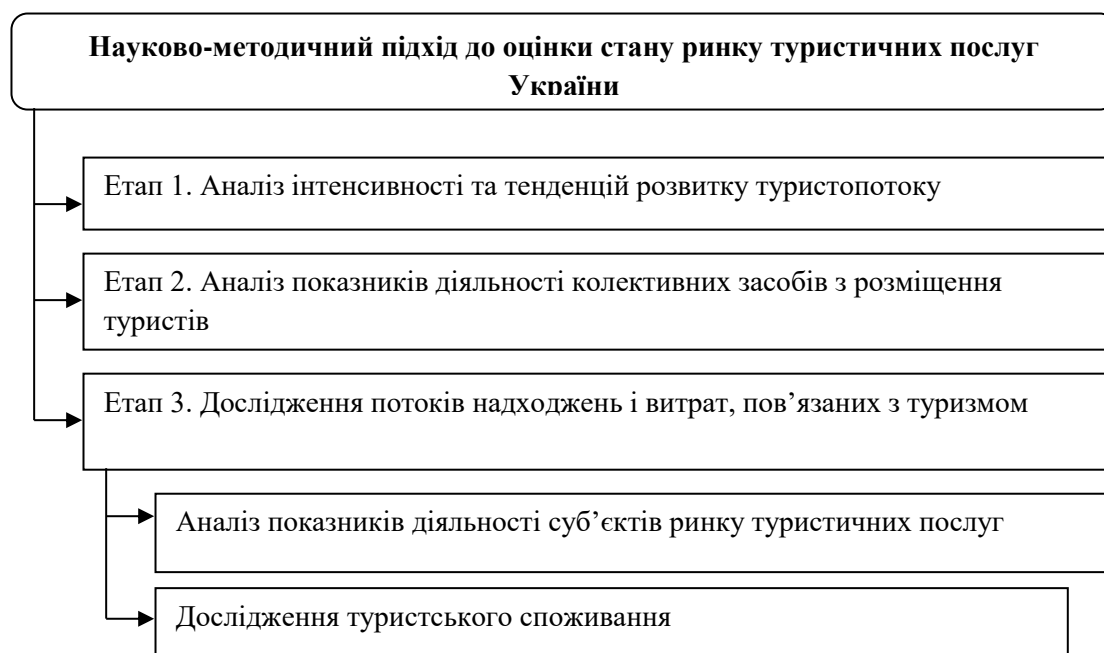


Рис. 2.2. Науково-методичний підхід до оцінки стану ринку туристичних послуг України

Джерело: складено автором

Етап 1. Аналіз інтенсивності та тенденцій розвитку туристопотоку

Показники туристопотоку ґрунтуються на розумінні різних видів та цілей туризму. Саме інтенсивність туристопотоку визначає ступінь розвитку національного ринку туристичних послуг.

Варто зазначити, що динамічний розвиток ринку туристичних послуг призвів до не менш прогресивного зростання кількості туристів, що обслуговувались туристичними агентствами та операторами. Так, у 2019 році юридичними особами, суб'єктами ринку, було надано послуг населенню на 263% більше, ніж у 2011 році, і на 34% більше, ніж у 2018 році (табл. 2.1). Цього ж року обсяг наданих туристам послуг фізичними особами-підприємцями склав 809 тис. ос, що на 181% більше, ніж в 2011 році, і на 35,5% більше, ніж у 2018 році.

Таблиця 2.1

Кількість туристів, обслугованих суб'єктами ринку туристичних послуг, осіб

Показники	2011		2015		2018		2019	
	Громадяни України	Іноземці	Громадяни України	Іноземці	Громадяни України	Іноземці	Громадяни України	Іноземці
Кількість обслугованих туристів								
юридичні особи	1441157	109912	1800277	14550	3884682	72941	5236249	83703
в межах України	369520	-	301865	-	376569	-	449655	-
за кордоном	1071637	-	1498412	-	3508113	-	4786594	-
фізичні особи-підприємці	287185	2229	204140	609	596820	3004	809008	3137
в межах України	128030	-	55162	-	80230	-	70736	-
за кордоном	159155	-	148978	-	516590	-	738272	-

Джерело: складено автором на основі [1]

Однак, складна політична ситуація, що склалася на території України в 2014 році негативно вплинула на потоки іноземних туристів. Так, якщо у 2011 році кількість іноземців, які були обслуговані підприємствами складала 112 тис. ос, то у 2015 цей показник впав до 15 тис. ос. І хоча протягом останніх років

спостерігається тенденція до збільшення кількості іноземців, що обслуговується суб'єктами ринку туристичних послуг, цей показник ще не досяг до кризового рівня. Що стосується напрямів туристичних потоків, то кількість громадян України, які звернулися за послугою до туристичних агентств та операторів в межах країни, також постійно збільшується. У 2019 році до юридичних осіб звернулося на 21% більше українців, ніж у 2011 році, і на 119% більше, ніж у 2018 році. За кордоном послугами суб'єктів ринку туристичних послуг у 2019 році звернулося на 346% більше громадян України, ніж у 2011 році, і на 36% більше, ніж у 2018 році. Подібна тенденція спостерігається і в обсягах реалізації туристичних продуктів фізичними особами-підприємцями.

Що стосується цілей подорожей, то найбільш інтенсивним є туристичний потік в сфері організації дозвілля та відпочинку (рис. 2.3). Так у 2019 році близько 5,7 мільйонів осіб скористалися послугами туристичних підприємств саме з такою метою. Порівняно з 2011 роком цей показник збільшився на 5%. Варто зазначити, що якщо у 2011 році туристи більше здійснювали подорожей з метою спортивного відпочинку (2%), то у 2019 року питома вага осіб, що зацікавилися цим напрямом склала менше 1%. Зросла кількість туристів, що подорожує у службових цілях, а також для навчання, а от кількість туристів, що здійснює поїздки з метою лікування зменшилася на 1%. Інші види туризму на сьогодні є недостатньо розвиненими на території України, їх питома вага в загальному потоці складає менше 1%.

Відповідно до даних табл. Д.1 Додатку Д найбільш інтенсивними є туристичні потоки: виїзний з метою відпочинку та внутрішній зі службовими та навчальними цілями. Так у 2019 році з діловою метою до суб'єктів ринку туристичних послуг звернулися 271 тис. осіб, що на 54 тис. осіб або на 24,8% більше, ніж у 2018 році, а також на 181 тис. осіб або на 201% більше, ніж у 2011 році. Такі цифри обумовлюють бурхливий розвиток ринку туристичних послуг в межах України, адже формуються за даними внутрішнього статистичного спостереження. Що стосується показників виїзного ділового туризму, то

протягом останніх 7-ми років вони зросли більше, ніж в 2 рази, що обумовлено активізацією глобалізаційних процесів та посиленням інтеграційної складової зовнішньої політики держави. Іноземні туристи рідше користуються послугами українських туристичних підприємств, однак у 2019 році їх кількість зросла на 231% порівняно з 2011 роком, і це тільки ті особи, що здійснювали ділові подорожі.

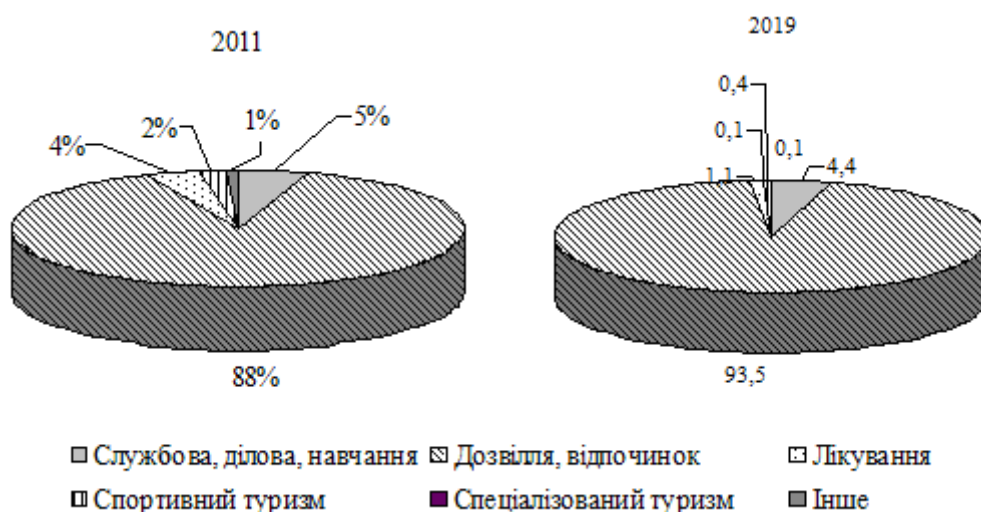


Рис. 2.3. Питома вага видів туризму за кількістю обслугованих осіб

Джерело: складено автором на основі [1]

Кількість осіб, що звернулися до суб'єктів ринку туристичних послуг з метою організації власного відпочинку у 2019 році порівняно з 2018 роком зросла на 1,4 млн. осіб або на 34,9%. Порівняно з 2011 роком цей показник збільшився на 254% або на 4,1 млн. осіб. Варто зазначити, що з загальної кількості туристів цієї групи 6% склали внутрішні туристи, 1% - іноземці і 93% - особи, що відправилися на відпочинок за кордон. Порівняно з 2011 роком ці частки суттєво змінилися. Так у 2011 році питома вага внутрішніх туристів у загальній кількості осіб, що звернулися до суб'єктів ринку туристичних послуг з метою відпочинку, складала 21%, іноземців – 5%, а тих, хто відправлявся за кордон – 74%. Такі зміни обумовлені кількома факторами зовнішнього середовища: підвищення доступності відпочинку на екзотичних курортах, посилення мобільності населення в умовах глобалізації та інтеграції України до Європейського Союзу, складна політична ситуація на території держави (окупація Автономної Республіки Крим).

Що стосується інших видів туризму, то як зазначалося вище, вони на сьогодні є недостатньо розвиненими, і не користуються значною популярністю серед населення України. Порівняно з 2011 році зростає лише кількість осіб, що звернулися до суб'єктів ринку туристичних послуг з метою організації подорожі з елементами спеціалізованого туризму, зростає більше ніж у 5 разів у 2019 році. За іншими видами туризму цей показник лише скорочувався.

Туристичний потік за країнами, що приймали українських громадян, за останні 7 років також зазнав змін. Представлені в табл. 2.2 країни займають найбільшу питому вагу в загальній кількості держав (91%), обраних громадянами України для поїздок з різними цілями. Так, якщо у 2012 році найбільшу кількість туристів прийняла Російська Федерація (30% від загального показника), то у 2017 році лідерські позиції зайняла Туреччина (76% від загального обсягу).

Таблиця 2.2

Динаміка виїзного туристичного потоку за країнами, що прийняли найбільшу кількість українських туристів, осіб

Країна	2012	2015	Темп росту 2015 до 2012	2017	Темп росту 2017 до 2016	2018	Темп росту 2018 до 2017	2019	Темп росту 2019 до 2018
Польща	5765184	9505713	164,88	9990978	98,81	17821	0,18	23234	130,37
Російська Федерація	5941305	4080414	68,68	4376423	113,38	7633	0,17	6994	91,63
Угорщина	1759986	2442101	138,76	3118758	107,79	30670	0,98	33999	110,85
Республіка Молдова	2174173	1727308	79,45	1680353	101,48	1053	0,06	884	83,95
Білорусь	1673717	1325546	79,20	1186466	106,46	2756	0,23	2618	94,99
Туреччина	563184	510537	90,65	1185051	127,33	1338879	112,98	1797284	134,24
Румунія	549966	678700	123,41	1045424	121,88	1255	0,12	2497	198,96
Словаччина	508008	755248	148,67	854657	96,45	5814	0,68	4807	82,68
Єгипет	297264	350936	118,06	733597	175,52	1708262	232,86	2352083	137,69
Усього	21432836	23141646	107,97	26437413	107,17	4024703	15,22	23234	130,37

Джерело: складено автором на основі [1]

Така ситуація обумовлена активізацією інтеграційних процесів в Україні, погіршенням політичних відносин із Росією. Значну роль відіграла і соціально-економічна ситуація в країні, що призвела до відтоку робочої сили до

найближчих європейських країн (Польща, Угорщина, Румунія), які демонструють стабільне зростання кількості туристів.

Варто зазначити, що за період 2012-2019 рр. майже в 2 рази збільшилася інтенсивність туристичного потоку до таких країн, як Туреччина (на 219%), Єгипет (на 691%). У той же час зменшився за всіма іншими країнами. Така ситуація обумовлена переорієнтацією туристичного потоку на більш екзотичні країни. Особливу роль зіграло і початок дії безвізового режиму з країнами ЄС, що призвело до ліквідації необхідності звернення до туристичних операторів і агентів з метою організації подорожей.

Різно змінилася тенденція щодо розвитку виїзного туристичного потоку у 2019 році. Позитивна динаміка збільшення характерна у порівнянні з 2018 роком для таких країн, як Польща (на 30,3%), Угорщина (на 10,8%), Туреччина (на 34,2%), Румунія (на 98,9%) та Єгипет (на 37,6%). Що стосується інших країн, то показник скоротився в середньому на 15%. Це пов'язано перед усім з відміною у 2 половині 2017 року візового режиму з країнами ЄС, що дало змогу населенню виїзжати за кордон без допомоги туристичних операторів.

Питома вага країн, що представлені в табл. 2.3, з яких до України прибувають іноземні туристи у загальному потоці складає 81%. Як і вихідний туристичний потік, в'їзний теж зазнав певних змін у період 2012-2019 років.

Таблиця 2.3

Динаміка в'їзного туристичного потоку за країнами, з яких прибувала найбільша кількість іноземних туристів, осіб

Країна	2012	2015	Темп росту 2015 до 2012	2017	Темп росту 2017 до 2016	2018	Темп росту 2018 до 2017	2019	Темп росту 2019 до 2018
Республіка Молдова	4849115	4393528	90,60	4435664	103,24	1639	0,04	7900	482,00
Білорусь	3091780	1861518	60,21	2727645	149,68	2913	0,11	3161	108,51
Російська Федерація	9526695	1231035	12,92	1464764	99,40	1152	0,08	1225	106,34
Польща	1404086	1156011	82,33	1144249	95,74	3360	0,29	10123	301,28
Румунія	791281	763228	96,45	791116	102,13	434	0,05	423	97,47
Словаччина	476574	412519	86,56	366249	89,22	338	0,09	720	213,02
Туреччина	117152	140691	120,09	270695	135,61	5000	1,85	5041	100,82
Ізраїль	107141	149386	139,43	261486	120,70	3421	1,31	1529	44,69

Угорщина	742445	1070035	144,12	119446	9,41	392	0,33	351	89,54
Усього	23012823	12428286	54,01	14229642	106,72	75945	0,53	86840	0,37

Джерело: складено автором на основі [1]

Перш за все необхідно відзначити, що якщо загальний вихідний потік туристів у 2019 році порівняно з 2012 роком зменшився на 99%, то в'їзний потік іноземців скоротився майже на 100%. Таке скорочення обумовлено складною політичною ситуацією в Україні, що значно скоротило довіру іноземних громадян до гарантій забезпечення безпеки їхнього життя на території держави.

У 2019 році найбільш інтенсивним є потік з Польщі (11,7% від загального показника), однак у 2012 році провідні позиції займала Російська Федерація (37%). Така зміна демонструє результати впровадження українським Урядом санкцій проти останньої, як відповідь на порушення територіальної цілісності держави. Проте, 5-ка країн, з яких спостерігається найбільший потік туристів, лишилася незмінною – Республіка Молдова, Білорусь, Російська Федерація, Польща, Румунія.

У 2019 в'їзний туристичний потік скоротився, що пов'язано із продовженням озброєного конфлікту на Сході України. Нажаль, негативну динаміку в'їзного туристичного потоку не змогла змінити лібералізація візового режиму та спрощення прикордонних формальностей для учасників міжнародного руху, які отримали високу оцінку з боку громадськості ще під час проведення чемпіонату Європи з футболу у 2012 році [130].

Отже, аналіз інтенсивності та тенденцій розвитку туристопотоку продемонстрував загальне підвищення попиту на туристичні послуги різних видів. Найбільш популярними видами туризму виявилися діловий та розважальний. Серед країн, що найчастіше відвідуються українськими громадянами слід відмітити країни Європейського Союзу та курорти Туреччини та Єгипту. Негативною є динаміка в'їзного туристичного потоку, що пов'язано в першу чергу із військово-політичним конфліктом на території держави.

Етап 2. Аналіз показників діяльності колективних засобів з розміщення туристів

Засоби з розміщення туристів посідають особливе місце у галузі туризму. Вони являють собою сферу послуг, діяльність якої полягає в розміщенні та обслуговуванні приїжджих і яка спрямована на задоволення потреб людини. Обсяг туристських потоків, валютні надходження в регіон залежать, перш за все, від експлуатаційної можливості цієї сфери туризму та якості наданих послуг [132].

За даними Державної служби статистики України у 2019 році на території держави нараховувалось 5335 колективних засобів розміщення (КЗР), що на 625 од. більше, ніж у 2011 році (рис. 2.4). Варто відзначити, що цей показник за весь період 2011-2017 років стабільно скорочувався, проте серед причин такого падіння не тільки закриття підприємств, а й їх об'єднання, інтеграція в глобальні готельні мережі, тощо. У 2018 році кількість КЗР значно збільшилася, майже досягнувши докризового рівня, а у 2019 році цей показник вже перевершив результати 2011 року.

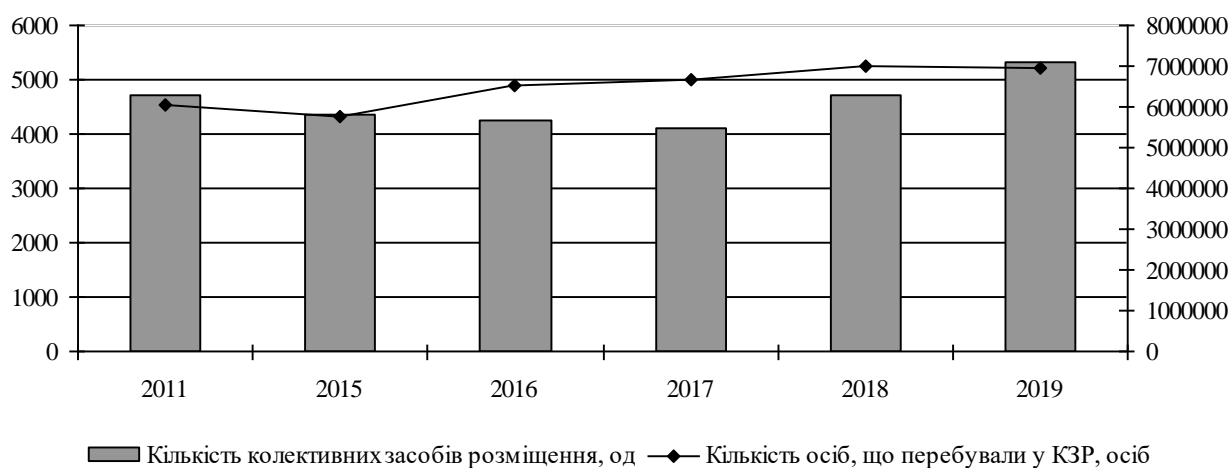


Рис. 2.4. Динаміка кількості колективних засобів розміщення туристів в Україні та кількості осіб, що у них перебувала

Джерело: складено автором на основі [1]

Стабільно збільшувалася загальна кількість туристів, що перебували у КЗР. Однак, у 2019 році цей показник склав 6,9 млн. осіб, що на 45 тис. ос. або на 0,7% менше, ніж у 2018 році. Незначне скорочення показника відбулося у

2015 році (на 270 тис. ос.), що пов'язано із різким погіршенням політичної ситуації в країні, однак вже у 2016 році зростання кількості туристів склало 13%.

У зв'язку із тим, що на офіційному сайті Державної служби статистики України представлений статистичний збірник «Колективні засоби розміщування в Україні» лише за 2017 рік, то подальший аналіз показників діяльності КЗР проводився на основі доступних даних.

В структурі колективних засобів розміщення на території України найбільшу питому вагу займають готелі та аналогічні ЗР – 60 %. За даними табл. Е.1 додатку Е їх кількість у 2017 році становила більше 2 тис. одиниць. Починаючи з 2011 року цей показник постійно скорочувався за виключенням 2015 року, періоду, коли значно зросла кількість внутрішньо переміщених осіб. Якщо розглядати складові цього сегменту ринку туристичних послуг, то можна видокремити тенденцію збільшення кількості готелів, мотелів, хостелів, у той час як кількість гуртожитків, туристичних баз скорочувалася. Така зміна обумовлюється зміною загальної направленості туристичного потоку: у зв'язку із тим, що метою туристичних подорожей стали відпочинок та бізнес, більшою популярністю користуються готелі та аналогічні ім. засоби розміщення, ніж туристичні бази, кемпінги, тощо. У 2017 році кількість туристів, що перебували у готелях, збільшилася на 28% порівняно з 2011 роком, у той час як аналогічний показник в туристичних базах скоротився на 2,5%. Відповідна динаміка спостерігається протягом усього періоду 2011-2017 років.

Однак, якщо розглядати доходи готелів та аналогічних засобів розміщення, то протягом зазначеного періоду вони зросли по всім групам КЗР, окрім мотелів (скорочення склало 41%), що обумовлено незначною вартістю номерів та мінімальним обсягом обслуговування. В цілому доходи від наданих послуг готелів та інших КЗР цієї групи протягом 2011-2017 років зросли більше, ніж в 2 рази (на 139%). У період з 2015 року щорічне зростання показника склало близько 30%.

Що стосується спеціалізованих засобів розміщення, то протягом 2011-2017 років спостерігається тенденція скорочення їх кількості (на 26%). Найбільшу питому вагу в цій категорії КЗР займають бази відпочинку та санаторії (74% і 10% відповідно). Серед усіх представлених засобів розміщення збільшити кількість перебуваючи туристів вдалося лише базам відпочинку – на 6%, в той час як інші підприємства демонстрували скорочення більше ніж на 20% (санаторії), а іноді навіть більше ніж на 50% (санаторії-профілакторії, бальнеологічні лікарні). Загальне скорочення показника в групі склало 18%.

Незважаючи на це, доходи від наданих послуг вдалося збільшити кільком категоріям КЗР: санаторії – на 30%, пансіонати з лікуванням – на 91%, бальнеологічні лікарні – на 81%, будинки відпочинку – на 12%. Це обумовлюється загальним підвищенням цін на медичні послуги. У той же час скорочення доходів баз відпочинку у 2017 році порівняно з 2011 роком на 34% обумовлюється зміною способу відпочинку у таких закладах: якщо раніше вони використовувались для довготривалого відпочинку, то сьогодні актуальна тенденція розміщення гостей лише на 1 день, при цьому більшість туристів не залишаються на базі на ніч.

В рамках підготовки до чемпіонату Євро-2012 збільшувалася кількість місць в засобах колективного розміщення туристів, однак після, в результаті втрати контролю над АР Крим та деякими містами Донбасу кількість місць у 2014 році значно скоротилася (рис. 2.5).

Негативна тенденція спостерігалася до 2019 року, що здебільшого обумовлено підвищенням вимог туристів до комфортного перебування в КЗР та їх готовністю сплачувати за цей комфорт більші кошти. Так, починаючи з 2015 році щорічне скорочення показника складає більше 5%. Проте вже у 2019 році кількість місць в КЗР збільшилася до 370 тис. одиниць, що на 70,5 тис. одиниць або на 23,5% більше, ніж у 2018 році. Варто зауважити, що цей показник все ще не досяг докризового рівня, що обумовлюється зміною купівельних потреб сучасних туристів.

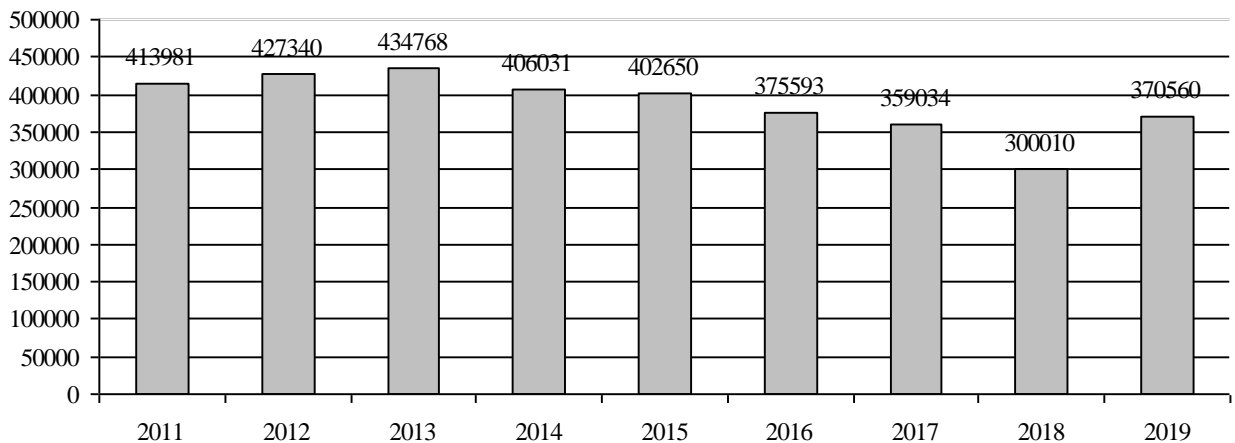


Рис. 2.5. Динаміка кількості місць (ліжок) у колективних засобах розміщення України, од

Джерело: складено автором на основі [1]

Ще одним показником, що впливає на ефективність колективних засобів розміщення є тривалість перебування в них туристів. Відповідно до даних, представлених на рис. 2.6., середня тривалість перебування туристів в КЗР демонструє тенденцію до скорочення.

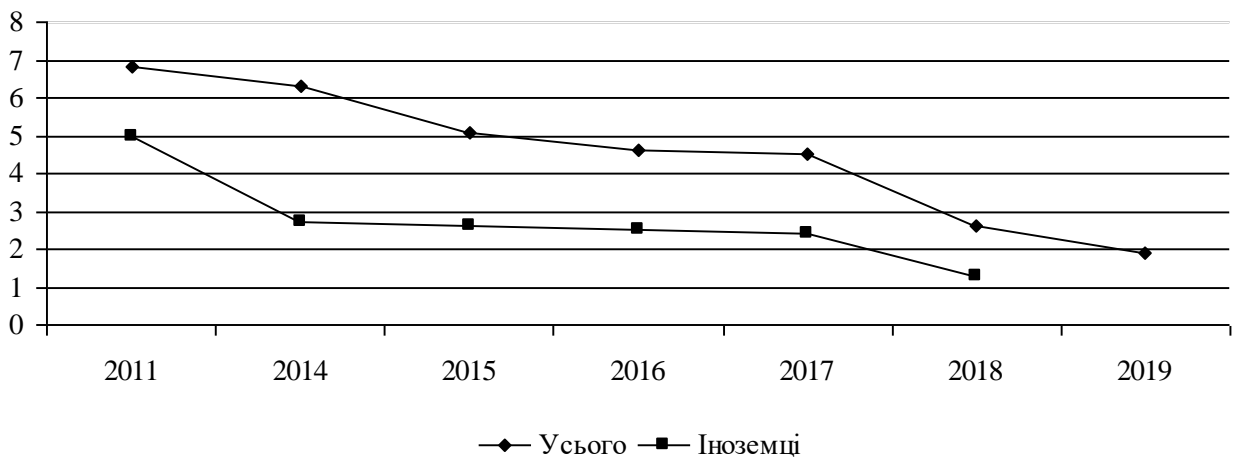


Рис. 2.6. Середня тривалість перебування туристів в колективних засобах розміщення України, днів

Джерело: складено автором на основі [1]

Так, якщо в 2011 році вона складала майже 7 днів, то у 2019 році цей показник скоротився до 1,9 днів. Більше ніж в 2 рази скоротилася середня тривалість перебування у КЗР України іноземних громадян. Така динаміка свідчить про те, що номерний фонд на території держави використовується

переважно діловими людьми та тими, хто перебуває в певному місці лише на свята або вихідні дні. Це обумовлено підвищенням доступності іноземних курортів, де туристи проводять більше часу, віддаючи перевагу місцевим розвагам та особливостям відпочинку.

Відповідно до даних табл. Ж.1 додатка Ж кількість фактично проведених ліжко-днів у 2017 році скоротилася на 13% порівняно з 2011 роком, скоротилося і перебування у КЗР дітей – на 19%, проте підвищився цей показник для іноземних громадян – на 43%. Такий показник обумовлений тим, що саме іноземні громадяни здебільшого перебувають у країні в цілях бізнесу. Про таку тенденцію свідчить і питома вага проведених у готелях та спеціалізованих засобах розміщення людино-днів: якщо у 2011 році співвідношення складало 27% на 73% з перевагою спеціалізованих КЗР, то у 2017 році воно змінилося на 33% до 67%. І хоча спеціалізовані засоби розміщення все ще займають більшу нішу, спостерігається тенденція до скорочення їх значущості в обслуговуванні інтенсивних потоків внутрішніх та іноземних туристів.

Варто відзначити, що найбільший показник перебування туристів є характерним для готелів (28% від загального обсягу ліжко-днів) та баз відпочинку (13% від загального обсягу ліжко-днів), приблизно по 2% мають гуртожитки для приїжджих, туристичні бази, санаторії-профілакторії та пансіонати відпочинку. Інші ж засоби розміщення мають питому вагу менше 2% в загальному обсязі проведених ліжко-днів.

Таким чином, для колективних засобів розміщення характерна тенденція до скорочення їх кількості, скорочення терміну перебування в них туристів, що в цілому відображає рівень розвитку туристичної галузі країни, який на сьогодні є недостатньо високим. Однак, можна відзначити позитивні риси: підвищення кількості осіб, що використовують інфраструктуру КЗР та закономірне підвищення доходів КЗР від надання послуг. Такі тенденції відображають рівень розвитку ринку туристичних послуг, який можна охарактеризувати, як задовільний та такий, що продовжує вдосконалюватись.

Етап 3. Дослідження потоків надходжень і витрат, пов'язаних з туризмом

Аналіз показників діяльності суб'єктів ринку туристичних послуг

Проблемними питаннями у сучасних умовах залишаються недосконалість та неефективність управління підприємствами туристичної галузі України. Це погіршує туристичну привабливість держави та гальмує розвиток комплексу національних туристичних послуг. Так, опублікований у 2019 р. на Світовому Економічному Форумі індекс конкурентоспроможності туризму України склав лише 3,7 бала з 7 можливих, держава займає на 78-му рейтингову позицію серед 140-ї досліджуваних туристичних регіонів [133]. Негативною тенденцією є і те, що порівняно з 2015 роком цей показник не змінився.

У табл. 2.4 відображені основні показники діяльності суб'єктів ринку туристичних послуг.

Варто зазначити, що їх доходи протягом 2011-2019 років стабільно зростали (за виключенням 2015 року, що стало результатом військово-політичної кризи на території країни). Так у 2019 році цей показник збільшився більше ніж в 2 рази порівняно з 2011 роком, що свідчить про динамічні темпи зростання ринку туристичних послуг. Зростав і показник комісійних і агентських винагород – у 2019 році він склав 1,1 млрд. грн., що на 253% більше, ніж у 2011 році, і на 53,2% більше, ніж у 2018 році. Така динаміка свідчить про ефективність діяльності суб'єктів ринку туристичних послуг з позиції підприємництва.

Важливо зазначити, що паралельно з доходами зростали і витрати на операційну діяльність суб'єктів ринку туристичних послуг України. Так, операційні витрати у 2019 році збільшилися на 27,9% порівняно із 2018 роком, і більше ніж в 10 разів порівняно із 2011 роком. Таке зростання обумовлено перед усім витратами на вдосконалення інфраструктурної складової – саме вона займає найбільшу питому вагу у загальному обсязі витрат (83%). Анексія Криму та військова агресія Росії різко скоротили потік іноземних туристів. Інфляція і девальвація гривні в 2014-2015 роках зумовили зменшення кількості

виїзних туристів, зате дещо пожвавили внутрішній туризм. Останнє, як показують дані, викликало значний економічний ефект [134].

Таблиця 2.4

**Динаміка показників діяльності суб'єктів ринку туристичних послуг
України, тис. грн**

Показники	2011 р	2015 р	Темп приросту у % до 2011 р	2017 р	Темп приросту у % до 2016 р	2018 р	Темп приросту у % до 2017 р	2019 р	Темп приросту у % до 2018 р
Дохід від надання туристичних послуг	4685427,1	4797731,6	102,40	18502975	385,66	21625921	450,75	32700176	176,73
Сума комісійних, ігентських і інших винагород	307497,3	771181,7	250,79	708966	91,93	969551,5	125,72	1086118,7	153,20
Операційні витрати	1436669,1	4513433,2	314,16	14900951	330,15	17925878	397,17	19060638	127,92
матеріальні витрати	483066	746488,8	154,53	12441525	1666,67	14386905	1927,28	14784680	118,83
витрати на оплату праці	177223,2	255051,3	143,92	412343,6	161,67	567112,9	222,35	649189,8	157,44
відрахування на соціальні заходи	62208	78460,3	126,13	91569,4	116,71	123291,4	157,14	146705,8	160,21
суми нарахованої амортизації	25447,6	20509,8	80,60	699429,9	3410,22	729848,4	3558,53	88990,2	12,72
інші витрати	688724,3	3412923	495,54	1256083,7	36,80	2118719,8	62,08	3391072,4	269,97

Джерело: складено автором на основі [1]

Як показує розрахунок вірогідності ризику неотримання запланованих доходів (рис. 2.7), то чим більше зростають доходи суб'єктів ринку туристичних послуг, тим більша вірогідність неотримання запланованих доходів.

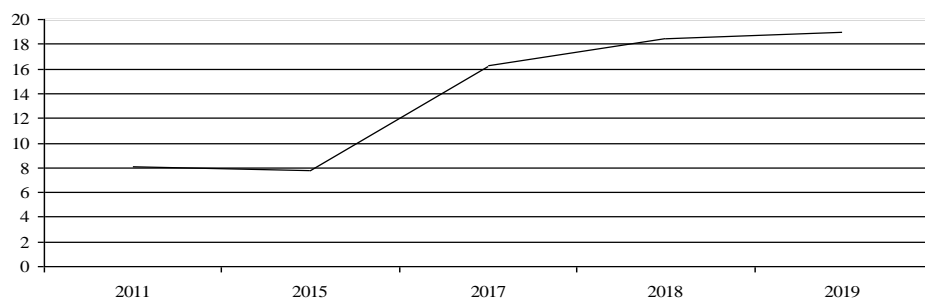


Рис. 2.7. Динаміка вірогідності ризику неотримання запланованих доходів, %

Джерело: розраховано автором на основі [1]

Дослідження туристського споживання

Туристичне споживання має комплексний характер і є специфічною формою споживання туристом продукції індустрії туризму. Туристичне споживання складається з комплексу різних товарів та послуг, матеріальних і нематеріальних туристичних благ, що задовольняють мотиваційні потреби туриста, а також потреби, пов'язані з забезпеченням життєдіяльності під час подорожування. Результатом цього виду споживання є для споживача також комплексне враження від відпочинку, оздоровлення та отримане задоволення, а для виробника турпродукту - прибуток [135].

У 2018 році суб'єктами ринку туристичних послуг реалізовано 1,8 млн. путівок, що значно менше, ніж у 2011 році, коли цей показник складав близько 3 млн (рис. 2.8).

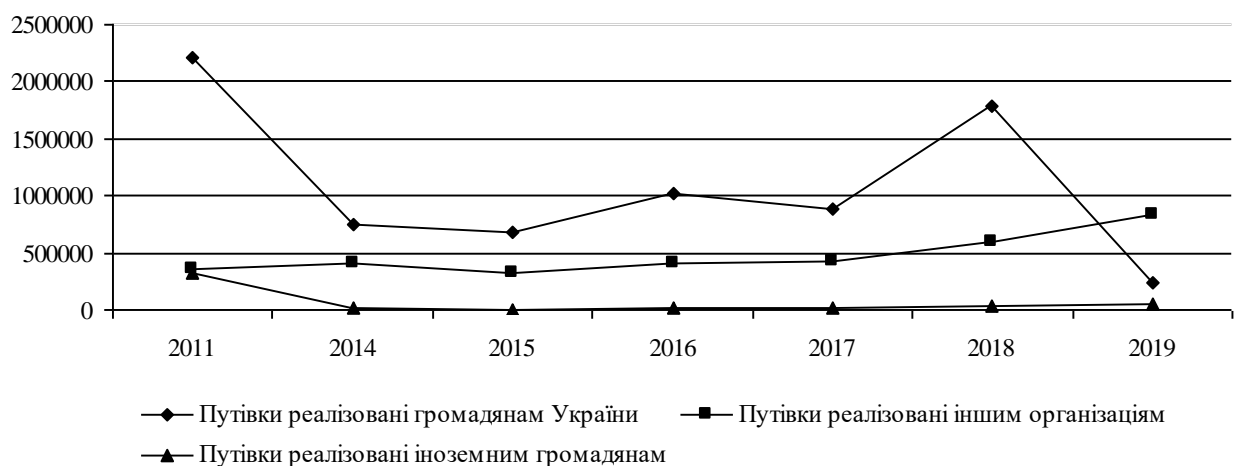


Рис. 2.8. Динаміка кількості реалізованих туристичних путівок, од

Джерело: складено автором на основі [1]

Негативна тенденція до 2018 року спостерігалася за всіма групами населення, збільшилася тільки кількість путівок, що реалізована іншим організаціям, що здебільшого свідчить про розширення сфери впливу туристичних агентів на загальну ситуацію на ринку туристичних послуг України. У 2019 році кількість реалізованих путівок збільшилася: іншим організаціям – на 40,6%, іноземним громадянам – на 55,2%. Кількість путівок реалізованих громадянам України у 2019 році порівняно з 2018 роком

скоротилася на 87%. При цьому варто зауважити, що дані показники все ще менші за ті, що були відзначені у 2011 році.

Отже, ринок туристичних послуг України відноситься до реформованого типу національного туристичного ринку, який характеризує країни перехідного типу, що формують ринкові структури і де переважає міжнародний туризм імпортного спрямування. Протягом періоду 2011-2018 років ринок туристичних послуг України зазнав значних змін, що спостерігається не тільки в зміні направленості та географічної структури туристичного потоку, а й в його інфраструктурній складовій (зменшення кількості колективних засобів розміщення) при підвищенні доходів суб'єктів ринку від реалізації туристичних послуг.

2.2 Оцінка діяльності регіональних ринків туристичних послуг України

В науковій літературі на сьогодні відсутній поділ ринку туристичних послуг України на регіональні. Більшість вчених ототожнюють кордони ринку із географічними кордонами певного регіону [136-138]. Проте такий аналіз є недостатньо точним, адже він не враховує схожі риси між регіональними ринками, а отже не дає можливості комплексно оцінити туристичний потенціал регіонів України на основі закону синергії.

Для дослідження розвитку регіональних ринків туристичних послуг України на засадах сталості, виявлення серед них провідних, помірно та слабо розвинених необхідно провести їх групування в залежності від основних показників діяльності. В роботах багатьох українських та іноземних вчених прослідковується думка, що найбільш ефективним об'єктом управління в політиці сталого розвитку галузі є кластери [139-143]. Таким чином, пропонується здійснити кластерізацію областей України за показниками розвитку ринків туристичних послуг. Вихідні дані надані в табл. I.1 додатку I за 2019 рік, як найбільш показовий, враховуючи ситуацію із відсутністю

можливості досліджувати розвиток АР Крим та деяких території Луганської та Донецької областей у зв'язку із їх тимчасовою окупацією. Для розрахунків використовуватимуться інструменти програми Statistica Trial.

Усі кластерні алгоритми потребують оцінки відстані між кластерами чи об'єктами [144]. При розрахунку цієї відстані необхідно визначити масштаб виміру. Оскільки представлені в табл. I.1 додатку I дані використовують абсолютно різні типи шкал вимірювання, їх необхідно стандартизувати так, щоб кожне значення буде мати середнє 0 і стандартне відхилення 1. Отримані дані представлені в табл. K.1. додатку K.

На першому етапі аналізу необхідно виявити, чи формують регіони України «природні» кластери. В якості правила об'єднання обирається метод повного зв'язку, в якості міри близькості – Евклідова відстань. Метод повного зв'язку визначає відстань між кластерами як найбільшу відстань між об'єктами в різних кластерах. Міра близькості, що визначається евклідовою відстанню, є геометричною відстанню в n-мірному просторі і розраховується за формулою [145]:

$$d(x, y) = \sqrt{\sum_{i=1}^n (x_i - y_i)^2} \quad (2.1)$$

Отриманий результат «природної» кластеризації регіонів України за показниками розвитку ринків туристичних послуг можна представити у вигляді ієрархічного дерева (рис. 2.9).

В результаті проведення першого етапу розрахунків можна виокремити 4 відносно однорідних ринка туристичних послуг України, що складаються з регіональних ринків. Ринки групи А (Львівська) та В (Одеська та Івано-Франківська області) є найбільш розвиненими, що потребує посилення їх подальшого інфраструктурного розвитку та інтеграції до світової туристичної системи на основі концептуальних засад сталого розвитку. Менш розвиненим є ринок групи С (Дніпропетровська, Запорізька, Херсонська, Харківська, Миколаївська, Київська, Донецька, Луганська, Черкаська, Закарпатська та Волинська області), проте саме ці регіони протягом останніх років

демонструють високі темпи зростання основних показників сталого розвитку туризму, що повинно підтримуватися та стимулюватися на державному рівні з метою подальшого удосконалення сфери.

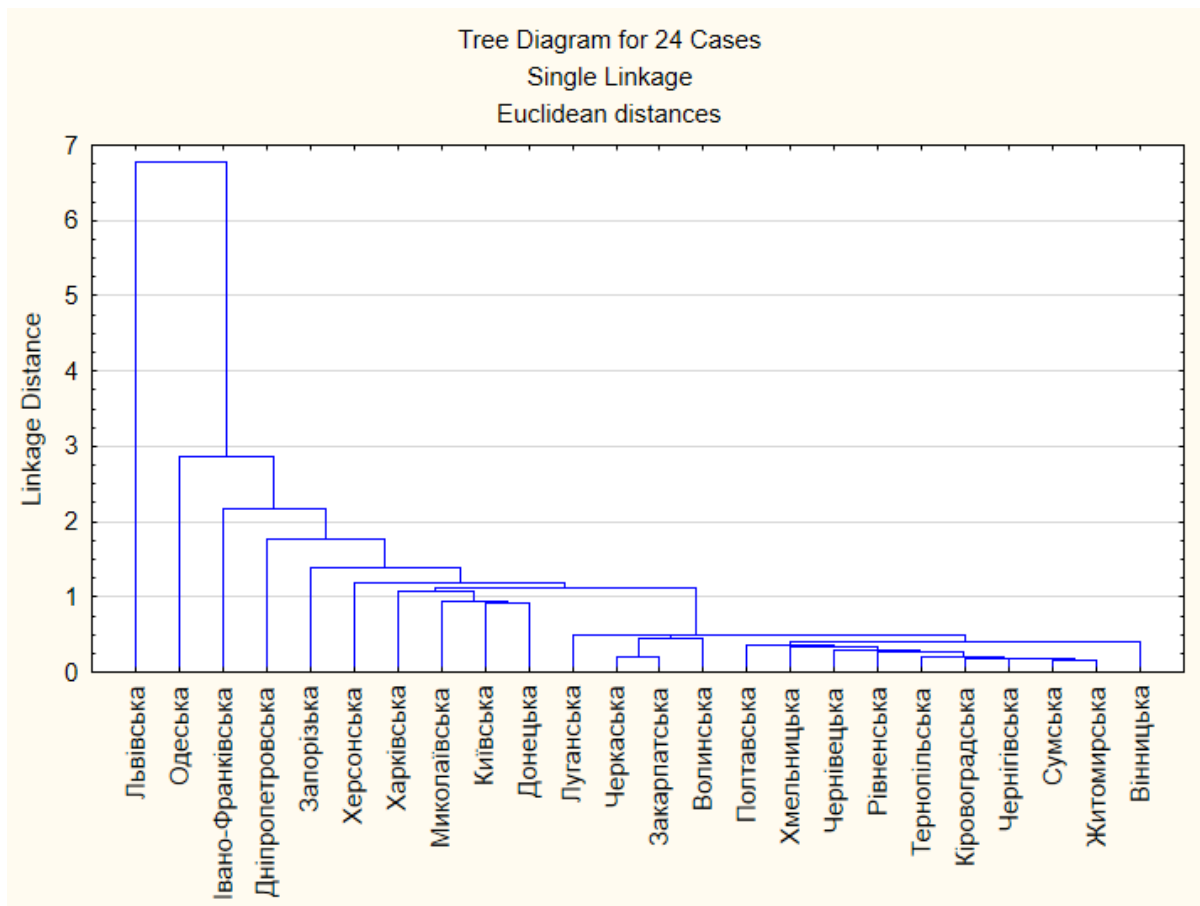


Рис. 2.9. Ієрархічне дерево регіонів України за показниками розвитку ринків туристичних послуг

Джерело: складено автором

Найменш розвиненим є ринок групи D (Полтавська, Хмельницька, Чернівецька, Рівненська, Тернопільська, Кіровоградська, Чернігівська, Сумська, Житомирська, Вінницька), що пов'язано перш за все з тим, що більшість туристів представлених регіонів – внутрішні, тож дохід від діяльності суб'єктів ринку туристичних послуг невеликий.

Проте, отримані дані потребують перевірки, що може бути реалізована шляхом розділення вихідних даних на кластери методом К середніх. Він полягає в наступному: розрахунок починається із К обраних спостережень (К=4), що стають центрами груп, після цього об'єктний склад кластерів змінюється с метою мінімізації мінливості всередині кластерів та максимізації

її між кластерами. При проведенні розподілу регіонів України таким чином на 4 кластери встановлено, що групування не відповідає основному критерію – сума квадратів відхилення об’єктів від центрів кластерів досить великі (табл. Л.1 додатку Л). Для ліквідації цієї розбіжності розраховувалися нові центри тяжіння, як вектор середніх по кожному з параметрів аналізу (табл. Л.2-Л.4 додатку Л). Алгоритм виконувався до тих пір, доки склад кластерів не припинив змінюватися та почав відповідати встановленим вимогам розподілу, зазначеним вище (табл. 2.5).

Таблиця 2.5

Дисперсійний аналіз регіонів України за показниками розвитку ринків туристичних послуг (поділ на 8 кластерів)

Показники розвитку ринку туристичних послуг	Analysis of Variance					
	Between SS	Df	Within SS	df	F	signif. p
Кількість суб'єктів туристичної діяльності	19,31167	7	3,688332	16	11,9677	0,024349
Кількість туристів, обслугованих суб'єктами ринку туристичних послуг	21,76097	7	1,239029	16	40,1438	0,059754
Дохід від надання туристичних послуг, тис. грн	19,82099	7	3,179010	16	14,2513	0,000000
Кількість колективних засобів розміщування	22,22692	7	0,773081	16	65,7168	0,024244
Кількість місць у колективних засобах розміщування	21,34797	7	1,652033	16	29,5365	0,055384
Кількість реалізованих туристичних путівок	22,93367	7	0,066330	16	790,2888	0,000828
Вартість реалізованих туристичних путівок, тис. грн	21,30335	7	1,696651	16	28,6997	0,000125

Джерело: розраховано автором за даними [1] у програмі Statistica Trial

В результаті регіони України за показниками розвитку ринків туристичних послуг були поділені на 8 кластерів (рис. М.1 додатку М).

Важливо зазначити, що виходячи з амплітуди (та рівня значущості) F-статистики (табл. 2.5), змінні «дохід від надання туристичних послуг» та «кількість реалізованих туристичних путівок» є головними при вирішенні питання щодо розподілу регіонів на кластери.

Так, до кластеру *A* увійшла Львівська область, що займає 1 місце в країні за кількістю суб'єктів ринку туристичних послуг та 2 місце за кількістю КЗР туристів. До кластеру *B* віднесено Івано-франківську та Одеську області, як регіони, що займають провідні позиції за обсягами доходів від надання туристичних послуг та кількістю реалізованих туристичних путівок. Кластер *C*, до якого увійшли 4 регіони (Донецька, Кіровоградська, Черкаська, Херсонська області), характеризується схожими показниками розвитку ринків туристичних послуг. Кластер *D*, сформований Вінницькою областю, і кластер *G*, сформований Волинською областю, демонструють найменші показники розвитку ринку туристичних послуг з ряду об'єктивних причин, пов'язаних із переважним значенням внутрішнього туризму в цих регіонах. До кластеру *H* увійшли 4 регіони (Закарпатська, Сумська, Тернопільська та Чернівецька області), що хоча не мають спільних кордонів, все ж характеризуються близьким рівнем розвитку сфери туризму. Найбільший кластер *E* включає 9 регіонів (Дніпропетровська, Житомирська, Запорізька, Київська, Полтавська, Рівненська, Харківська, Хмельницька, Чернігівська області), що об'єднані приблизно однаковими рівнем розвитку туристичної інфраструктури та незначною кількістю суб'єктів ринку туристичних послуг (до 100 од.). Кластер *F* (Луганська, Миколіївська область) характеризується невисокими показниками розвитку ринків туристичних послуг.

Отже, український ринок туристичних послуг можна розділити на 8 регіональних (додаток Н), кожний з яких характеризується певним рівнем розвитку та має свої особливості. Це не може не відобразитися і на впровадженні в механізм функціонуванні ринків концептуальних засад сталого розвитку. Зрозуміло, що чим швидше темпи розвитку галузі в регіоні. Тим ефективнішими мають стати робота суб'єктів ринку туристичних послуг та регулювання органів влади різних рівнів. Задля здійснення достовірної кількісної оцінки стану регіональних ринків туристичних послуг України пропонується використати науково-методичний підхід, який було запропоновано в підроз. 2.1.

Етап 1. Аналіз інтенсивності та тенденцій розвитку туристопотоку

Регіональні ринки туристичних послуг України за показником кількості обслугованих туристів характеризуються високим рівнем асиметрії. Відповідно до даних на рис. 2.10 лише ринок F займає обслуговує більше 20% сукупного туристичного потоку, хоча він представлений лише Львівською областю. Необхідно відзначити, що значна питома вага в сукупному туристичному потоці ринку H обумовлюється лише кількістю регіонів, що входять до його складу. Окрім того, якщо у 2011 році його питома вага складала 20%, то у 2019 вона скоротилася до 14%. Подібна ситуація склалася і з ринками С, G, що є територіально найбільшими, однак не мають достатнього рівня розвитку інфраструктури для активізації динамічних процесів в галузі.

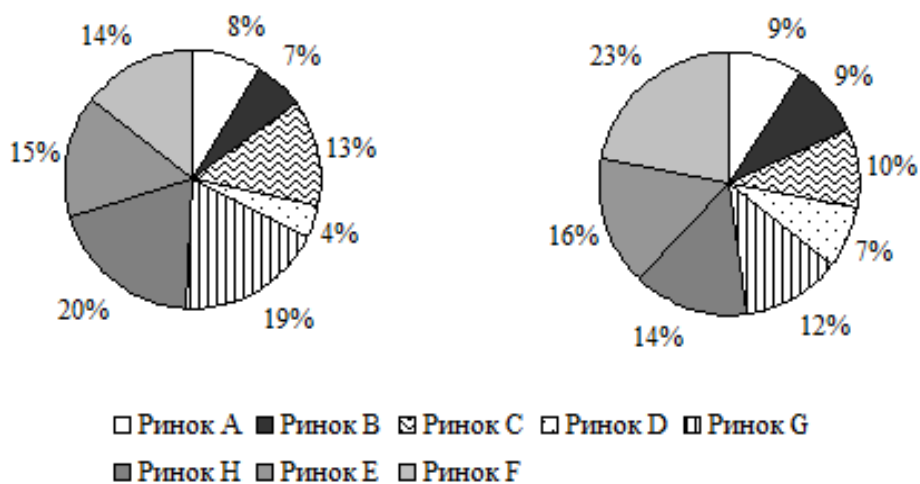


Рис. 2.10. Питома вага регіональних ринків туристичних послуг в загальній кількості обслугованих туристів в Україні

Джерело: складено автором

За представлений період, однак, збільшилася питома вага в сукупному туристичному потоці ринків А (на 1%), В (на 2%), D (на 3%), F (на 1%) та E (на 9%). Активне зростання останнього підтверджує європейську направленість України в цілому. Значний вплив на даний показник мало і запровадження безвізового режиму з Європейським Союзом.

Відповідно до даних табл. 2.6, починаючи з 2017 року майже всі регіональні ринки туристичних послуг демонструють стабільне зростання

показника кількості туристів, які були обслуговані туристичними підприємствами. У 2017 році половина ринків (С, Н, Е, Ф) характеризувались значним зниженням інтенсивності туристичного потоку, що обумовлено продовженням військово-політичного конфлікту на території країни. Найбільше постраждали ринки С (скорочення на 63% порівняно з 2011 роком), Ф (скорочення на 67%), що стали центральними в тих руйнівних подіях, що розвернулися на території держави. Проте вже у 2018 році всі ринки за виключенням ринку В продемонстрували зростання кількості обслугованих суб'єктами туристів в середньому на 20%. Зазначена тенденція розвитку продовжилася і у 2019 році.

Таблиця 2.6

Кількість туристів, обслугованих суб'єктами регіональних ринків туристичних послуг України, осіб

Регіональні ринки туристичних послуг	2011	2017	Темп приросту у % до 2011 р.	2018	Темп приросту у % до 2017 р.	2019	Темп приросту у % до 2018 р.
Ринок А	128709	175150	136,08	182255	104,06	249442	136,86
Львівська	128709	175150	136,08	182255	104,06	249442	136,86
Ринок В	135393	145611	107,55	137162	94,20	163309	119,06
Івано-Франківська	59327	73309	123,57	55781	76,09	63545	113,92
Одеська	76066	72302	95,05	81381	112,56	99764	122,59
Ринок С	156078	58898	37,74	92494	157,04	118749	128,39
Черкаська	11375	20953	184,20	26383	125,92	39145	148,37
Донецька	88461	9231	10,44	28425	307,93	32930	115,85
Кіровоградська	27012	8436	31,23	11556	136,98	18561	160,62
Херсонська	29230	20278	69,37	26130	128,86	28113	107,59
Ринок Д	26383	38634	146,44	42178	109,17	51790	122,79
Вінницька	26383	38634	146,44	42178	109,17	51790	122,79
Ринок Г	14657	17047	116,31	21807	127,92	27403	125,66
Волинська	14657	17047	116,31	21807	127,92	27403	125,66
Ринок Н	85650	55736	65,07	84191	151,05	105760	125,62
Закарпатська	21773	14652	67,29	25348	173,00	28044	110,64
Сумська	13597	11185	82,26	16178	144,64	25919	160,21
Тернопільська	14164	9558	67,48	13103	137,09	24599	187,74
Чернівецька	36116	20341	56,32	29562	145,33	27198	92,00
Ринок Е	305204	294632	96,54	422007	143,23	518028	122,75
Дніпропетровська	64462	75526	117,16	116981	154,89	154215	131,83
Житомирська	10694	9516	88,98	17957	188,70	21594	120,25
Київська	12679	36983	291,69	66385	179,50	86926	130,94
Полтавська	26887	19032	70,79	32007	168,17	36847	115,12
Запорізька	60055	47675	79,39	56374	118,25	56838	100,82

Рівненська	9490	11168	117,68	22027	197,23	31425	142,67
Хмельницька	31212	26829	85,96	25738	95,93	27613	107,28
Чернігівська	15687	15974	101,83	22306	139,64	26359	118,17
Харківська	74038	51929	70,14	62232	119,84	76211	122,46
Ринок F	43492	14630	33,64	25263	172,68	35487	140,47
Луганська	15558	2825	18,16	6261	221,63	10380	165,79
Миколаївська	27934	11805	42,26	19002	160,97	25107	132,13

Джерело: складено та розраховано автором за даними [1]

Найбільш прогресивними є ринки F (у 2018 році зростання на 72,6%, у 2018 – на 40,4%), H (у 2018 році зростання на 51%, у 2019 – на 25,6%) та C (у 2018 році зростання на 57%, у 2019 – на 28,4%). Нажаль, один з найбільш розвинених ринків – ринок B у 2018 році порівняно з 2017 роком продемонстрував скорочення кількості обслугованих суб'єктами туристів на 5,8%. Причиною зменшення показника саме для цих ринків можна вважати їх територіальну близькість до країн Європи та введенням у 2 половині 2017 року безвізового режиму з країнами Європейського союзу.

Протягом 2011-2019 рр. кількість туристів, обслугованих суб'єктами регіональних ринків туристичних послуг, залежно від мети здійснення поїздки змінилася (табл. 2.7). Так у 2019 році порівняно з 2011 роком збільшився даний показник тільки на ринках A (за всіма видами туризму, окрім службового та інших), B (за кількістю службових, розважальних та спеціалізованих поїздок). Що стосується інших ринків, то в цій категорії спостерігається значне зменшення кількості туристів. Пов'язано це перед усім з європейською орієнтацією країни, активізацією інтеграційних процесів, посиленням мобільності ресурсів, студентів. Так у 2019 році кількість туристів в категорії «службові поїздки та освітній туризм» демонструвала значне зростання порівняно з 2018 роком на регіональних ринках B та H, які за допомогою наявної інфраструктури найбільш повно забезпечують потреби населення, що супроводжують поїздки такого типу. Що стосується сфери дозвілля та відпочинку, то у 2019 порівняно з 2011 роком найбільше скорочення кількості обслугованих туристів демонстрували ринки C та F, порівняно з 2018 роком

збільшився даний показник на всіх ринках, без виключення. Найбільш динамічне зростання спостерігається на ринках Е, В, D та G. У 2019 році ринки G та Е продемонстрували найменше скорочення кількості обслугованих туристів, що подорожували з метою лікування порівняно з 2011 роком, у цей же час інші ринки продемонстрували значне скорочення – більше, ніж на 90%. Порівняно з 2018 роком найбільше зростання кількості туристів, метою подорожі яких було лікування, відзначалося на ринках А та G. Що стосується інших видів туризму, то вони недостатньо розвинені в країні в цілому, тому показники кількості туристів, які були обслуговані суб'єктами ринків туристичних послуг суттєво відрізняються рік від року.

Таблиця 2.7

Кількості туристів, обслугованих суб'єктами регіональних ринків туристичних послуг України із розподілом за метою поїздки

Регіональні ринки туристичних послуг	Мета поїздки					
	Службова, ділова, навчання	Дозвілля, відпочинок	Лікування	Спортивний туризм	Спеціалізований туризм	Інші
<i>2019</i>						
Ринок А	890	115645	25545	486	656	-
Ринок В	15185	87810	136	247	96	19
Ринок С	23	38528	232	33	-	45
Ринок D	-	20264	-	-	-	-
Ринок G	14	8710	345	148	-	30
Ринок H	4501	41314	21	230	1	512
Ринок Е	6754	180941	2867	264	59	-
Ринок F	25	9491	14	1	-	-
<i>2018</i>						
Ринок А	667	19470	11454	-	96	-
Ринок В	1424	33214	161	142	442	21
Ринок С	23	25704	171	129	-	74
Ринок D	66	6368	1	-	-	-
Ринок G	29	3292	1	-	-	-
Ринок H	124	25637	18	74	-	196
Ринок Е	1364	132585	2392	104	-	-
Ринок F		5953	19	-	-	-
<i>2017</i>						
Ринок А	235	89211	32649	130	160	100
Ринок В	1777	108880	380	203	253	3017
Ринок С	279	15491	1743	29	-	16
Ринок D	149	12090	-	-	-	-
Ринок G	130	6331	816	225	-	-

Ринок Н	5462	24559	4351	425	3	279
Ринок Е	982	117567	926949	31	10	16
Ринок F	1	7556	14	2	-	-

2011

Ринок А	1588	71471	18824	137	37	90
Ринок В	9770	71532	3788	27062	4	747
Ринок С	11003	78676	4987	659	74	3663
Ринок D	227	15428	126	131	1476	16
Ринок G	58	6714	1249	-	26	3
Ринок Н	11201	53669	316	1366	5	203
Ринок Е	2935	181042	10891	3131	341	1549
Ринок F	5424	16652	272	5083	4	2485

Джерело: складено та розраховано автором за даними [1]

Отже, за показниками інтенсивності туристичного потоку провідні позиції займаються такі регіональні ринки, як ринки А та Е (найбільші за показником кількості обслугованих туристів), F (як той, що найбільш динамічно розвивається) та В.

Етап 2. Аналіз показників діяльності колективних засобів з розміщення туристів

Як і за кількістю обслугованих туристів, за інфраструктурною складовою розвитку туризму, регіональні ринки туристичних послуг характеризуються значною асиметрією. Проявляється це у тому, що хоча ринок Е є найбільш великим, кількість готелів на його території трохи більше, ніж на території ринку В, який складається лише з 3 регіонів.

У зв'язку з тим, що найбільш значними видами туризму на території України є службовий та розважальний, серед колективних засобів розміщення найбільшою популярністю користуються готелі та аналогічні до них колективні засоби розміщення. У табл. 2.8 представлені основні показники щодо розвитку цієї групи КЗР. Усі регіональні ринки туристичних послуг України торкнулася загальна тенденція зі скорочення кількості готелів. Найбільше їх скорочення порівняно з 2011 роком спостерігається на території таких ринків, як В (на 446 од.), С (на 243 од.), Е (на 437 од.). Починаючи з 2018 року регіональні ринки демонстрували тимчасові тенденції до скорочення чи збільшення кількості КЗР.

Що стосується кількості місць (ліжок) у готелях, то більшість регіональних ринків туристичних послуг також демонстрували стабільну тенденцію до зростання даного показника до 2018 року. Так, на ринку А кількість місць у 2019 році скоротилася на 20 од. порівняно з 2018 роком і на 1159 од порівняно з 2011 роком; на ринку D – у 2019 році на 36 од порівняно з 2018 роком і на 646 порівняно з 2011; на ринку G – у 2019 році на 195 од порівняно з 2018 роком, на 734 порівняно з 2011; на ринку F – у 2019 році на 45 од порівняно з 2018 роком, на 3513 од. При цьому найбільшими за даним показником ринками залишаються ринки А, В та Е. Інші регіональні ринки туристичних послуг в різні проміжки часу демонстрували різні тенденції щодо скорочення або збільшення кількості місць у готелях та аналогічних КЗР. У 2018 році кількість готелів на їх території скоротилася в середньому на 50%, але вже у 2019 цей показник почав поступово зростати.

За показником кількості туристів, що перебували у готелях та аналогічних КЗР зростання у 2019 році порівняно з 2011 демонстрували такі регіональні ринки, як А (на 30,56%) та D (36,6%). Проте у 2019 році порівняно з 2018 роком кількість осіб, що перебували у готелях та аналогічних КЗР скоротилася. Найбільше скорочення характерне для ринків G (на 27,22%). Інші ринки у певні моменти часу характеризувалися нестабільністю показника, проявляючи то позитивні, то негативні тенденції.

Таблиця 2.8

**Показники важливих засобів колективного розміщення за
регіональними ринками туристичних послуг**

Регіональні ринки туристичних послуг	Кількість готелів та аналогічних засобів розміщення			Кількість місць (ліжок) у готелях та аналогічних засобах розміщення			Кількість осіб, що перебували у готелях та аналогічних засобах розміщення		
	2011	2018	2019	2011	2018	2019	2011	2018	2019
Ринок А	228	104	106	12589	11450	11430	396212	547174	517315
Львівська	228	104	106	12589	11450	11430	396212	547174	517315
Ринок В	562	113	116	18138	11082	11448	425683	341898	366488
Івано-Франківська	345	46	44	8632	4369	4487	179057	140592	147124
Одеська	217	67	72	9506	6713	6961	246626	201306	219364
Ринок С	316	73	74	13436	6031	7047	344005	222607	241932

Херсонська	74	24	17	3276	2201	2014	33346	29776	31760
Черкаська	70	22	24	2511	1591	1760	81643	95619	104429
Донецька	140	15	17	6351	1191	2193	191548	61648	60329
Кірово-градська	32	12	16	1298	1048	1080	37468	35564	45414
Ринок D	46	18	16	1918	1308	1272	55572	69729	75914
Вінницька	46	18	16	1918	1308	1272	55572	69729	75914
Ринок G	46	16	13	1598	1059	864	84623	38687	28154
Волинська	46	16	13	1598	1059	864	84623	38687	28154
Ринок H	320	72	80	13768	5323	6247	354929	223905	210679
Закарпатська	159	42	49	6936	2877	3638	131655	104022	92832
Сумська	48	12	11	1419	759	760	56261	38793	40827
Тернопільська	46	10	11	2124	847	960	78529	39873	38399
Чернівецька	67	8	9	3289	840	889	88484	41217	38621
Ринок E	695	258	273	34893	19387	20479	1163251	1067525	1020858
Дніпропетровська	141	52	59	8225	3784	4464	195631	181115	181161
Житомирська	48	16	17	2084	974	1108	45663	34057	32896
Рівненська	41	15	15	1978	949	910	85738	36885	30327
Хмельницька	60	24	24	3141	1568	1513	159502	105514	114728
Київська	56	52	59	3159	3964	4464	169117	268625	258432
Полтавська	86	31	30	3648	2292	2345	113848	153442	151373
Запорізька	116	15	17	6091	1294	1493	91708	49979	54194
Чернігівська	44	15	14	1779	1167	793	62084	53280	42979
Харківська	103	38	38	4788	3395	3389	239960	184628	154768
Ринок F	130	28	28	5454	1986	1941	186407	79385	82228
Миколаївська	70	22	22	2595	1468	1450	90464	57111	64401
Луганська	60	6	6	2859	518	491	95943	22274	17827

Джерело: складено та розраховано автором за даними [1]

Загальна тенденція до скорочення кількості готелів та анлогічних КЗР обумовлюється девелопментом гібрид-готелів і концептуальних хостелів. Більшість традиційних КЗР трансформують свою інфраструктуру задля забезпечення відповідності сучасним ринковим тенденціям. У зв'язку з цим вони виходять з категорії готелів до інших КЗР. Сучасна туристична інфраструктура, особливо колективні засоби розміщення, повинна створити комфортабельні умови для туриста та надати йому низку послуг відповідної якості. Важливий вплив на рівень розвитку КЗР на регіональному ринку туристичних послуг мають особливості регіонального розвитку, ділової активності, індустрії розваг і спорту, транспортної системи, тощо. У цьому контексті найбільш розвиненими можна визнати ринки А, В, Е та Н [146].

Етап 3. Дослідження потоків надходжень і витрат, пов'язаних з туризмом

У найбільш загальному вигляді доход від туристичної діяльності може бути представлений як сума валової виручки від реалізації послуг без ПДВ, доходів від участі в діяльності інших організацій, інших операційних і позареалізаційних доходів. За даними табл. 2.9 майже три регіональних ринка туристичних послуг демонстрували у 2017 році скорочення доходів від надання послуг туристам порівняно з 2011 роком – С, Е та F. Така ситуація обумовлена політичною ситуацією в країні та початком збройного конфлікту на її території. Зростання на інших ринках спостерігалось майже в 2 рази, що обумовлюється не тільки подорожчанням вартості туристичних путівок, а й підвищенням інтересу туристів до регіонів з позиції активізації ділової активності.

Проте, вже починаючи з 2019 року більшість регіональних ринків демонстрували стабільне збільшення доходів від надання послуг, що пов'язано з активізацією інтеграційних процесів та підвищенню мобільності ресурсів в умовах глобалізації. Найбільш динамічно зростали доходи на ринках А (збільшення у 2019 р на 28,2% порівняно з 2018 р, а у 2017 – більш ніж в 2 рази порівняно з 2011 роком), D (зростання на 37,4% у 2019 році порівняно з 2018 р, 18,9% у 2017 порівняно з 2016 роком), Е (у 2019 р на 61,1% порівняно з 2018, і 15,5% у 2018 порівняно з 2017 роком). Що стосується інших ринків, то вони також демонстрували збільшення доходів від надання туристичних послуг. Виключення складає ринок С, де скорочення показника відбулося за рахунок Донецької області, що пов'язано із переорієнтацією українських туристів на курорти, що є віддаленими від тимчасово окупованих територій, та ринок В.

Кількість та вартість реалізованих путівок є індикаторами туристичного споживання. Протягом останніх років регіональні ринки туристичних послуг України продемонстрували значні зміни і в цьому напрямку розвитку. У 2019 році ліцензовані туроператори реалізували туристичних путівок для подорожі по Україні вже на суму 7,2 млрд. грн, що на 36,8% більше, ніж у 2018 році та в 6 разів більше, ніж у 2011 році.

**Динаміка доходів від надання послуг туристам на регіональних
ринках туристичних послуг**

Регіональні ринки туристичних послуг	2011 р	2017 р	Темп приросту у % до 2011 р	2018 р	Темп приросту у % до 2017 р	2019 р	Темп приросту у % до 2018 р
Ринок А	109650,3	380990,5	347,46	442823,2	116,23	567885,5	128,24
Львівська	109650,3	380990,5	347,46	442823,2	116,23	567885,5	128,24
Ринок В	309938,5	426130,3	137,49	609942,6	143,14	327663,7	53,72
Івано-Франківська	218042,1	271876,8	124,69	437913,7	161,07	314013,3	71,71
Одеська	91896,4	154253,5	167,86	172028,9	111,52	13650,4	7,93
Ринок С	174069,6	85862,5	49,33	82386	95,95	74866,9	90,87
Черкаська	1754,9	5670,1	323,10	10018,0	176,68	15759,4	157,31
Донецька	130048,4	46028,8	35,39	28498,3	61,91	14196,5	49,82
Херсонська	27248,6	30558,2	112,15	36123,6	118,21	39200,7	108,52
Кіровоградська	15017,7	3605,4	24,01	7746,1	214,85	5710,3	73,72
Ринок D	5411,5	15983,1	295,35	17978,4	112,48	24710,6	137,45
Вінницька	5411,5	15983,1	295,35	17978,4	112,48	24710,6	137,45
Ринок G	7300,7	18803,3	257,55	15339,5	81,58	19476,6	126,97
Волинська	7300,7	18803,3	257,55	15339,5	81,58	19476,6	126,97
Ринок H	24886,5	59873,6	240,59	50123,6	83,72	52477,1	104,70
Закарпатська	8873,7	10652,3	120,04	14580,1	136,87	20751,9	142,33
Сумська	1575,9	4645,6	294,79	7620,8	164,04	6218,1	81,59
Тернопільська	3854,9	4184,8	108,56	6344,6	151,61	6251,2	98,53
Чернівецька	10582	40390,9	381,69	21578,1	53,42	19255,9	89,24
Ринок E	123929,2	120641	97,35	139419	115,57	224682,1	161,16
Дніпропетровська	28847,5	23567,5	81,70	30937,8	131,27	38778,9	125,34
Запорізька	18016,4	15989,9	88,75	21831,0	136,53	25389,3	116,30
Житомирська	1847,7	2698,7	146,06	4088,5	151,50	6544,6	160,07
Рівненська	6009,9	8036,3	133,72	8458,6	105,25	13650,4	161,38
Хмельницька	6321,1	6760,2	106,95	4322,3	63,94	6877,9	159,13
Київська	9927,4	23208,2	233,78	20679,4	89,10	67510,2	326,46
Полтавська	4790,6	3758,4	78,45	5893,9	156,82	5953,6	101,01
Чернігівська	1166,2	2025,2	173,66	2654,4	131,07	3483,2	131,22
Харківська	47002,4	34596,6	73,61	40553,1	117,22	56494	139,31
Ринок F	45324,5	4901,3	10,81	4733,1	96,57	5974,9	126,24
Миколаївська	33739,3	3938,9	11,67	4160,0	105,61	4241,8	101,97
Луганська	11585,2	962,4	8,31	573,1	59,55	1733,1	302,41

Джерело: складено та розраховано автором за даними [1]

Варто зазначити, що за показниками, що стосуються туристичного споживання, регіональні ринки туристичних послуг не демонстрували стійких тенденцій до зростання чи скорочення показників (табл. 2.10). Так, у 2019 році порівняно з 2018 роком кількість реалізованих туристичних путівок зросла більш ніж в 2 рази на 4 ринках з 8, а саме на ринку С (в 4 рази), Н (в 3 рази), Е (в 8 разів) та F (в 3 рази). Однак ці ринки не значного продемонстрували

зростання у 2019 році порівняно з 2011 роком. Тут провідними стали ринки А та В (більш ніж в 10 разів). У цей же час діякі з ринків, як наприклад ринок С, характеризувалися скороченням кількості реалізованих путівок.

Що стосується вартості реалізованих туристам путівок, то тут теж неможливо виділити стабільних тенденцій до зростання. Так, у 2019 році порівняно з 2018 роком зростання відзначалося на всіх ринках туристичних послуг. Найбільшим темпом росту характеризувалися ринки С, Н, G та Е, де цей показник збільшився більше ніж на 30%. У порівнянні з 2011 роком найбільшу вартість туристичних путівок пропонували суб'єкти таких регіональних ринків туристичних послуг, як ринок А (більше ніж в 10 разів), В, G та Н (більше ніж в 10 разів). Інші ж ринки демонстрували підвищення показника більше ніж в 2 рази.

Таким чином, за показниками, що характеризують туристичне споживання, найбільш впливовим є ринок А. Саме він демонстрував найбільш стабільні тенденції розвитку, що характеризувалися збільшенням кількості та вартості реалізованих путівок.

Таблиця 2.10

Кількість та вартість реалізованих путівок на регіональних ринках туристичних послуг України

Регіональний ринок туристичних послуг	2011		2018		2019	
	Кількість реалізованих путівок	Вартість реалізованих путівок	Кількість реалізованих путівок	Вартість реалізованих путівок	Кількість реалізованих путівок	Вартість реалізованих путівок
Ринок А	17253	93123,1	218122	1261474	500976	1542569
Львівська	17253	93123,1	218122	1261474,4	500976	1542569,2
Ринок В	7948	33737,8	58281	985574,7	86175	1186044
Івано-Франківська	2683	6487,7	36701	348427,3	41196	398822,3
Одеська	5265	27250,1	21580	637147,4	44979	787222,1
Ринок С	29503	158776	4373	295505,1	24507	435693,4
Черкаська	1271	13416,9	1454	67262,5	3747	87758,4
Донецька	22078	137060,4	1260	153400,1	14928	252686,0
Херсонська	5216	5448,5	120	35049,5	3343	37115,6
Кіровоградська	938	2850,2	1539	39793	2489	58133,4
Ринок D	5906	31897,6	3442	65688,5	8389	83998,4
Вінницька	5906	31897,6	3442	65688,5	8389	83998,4

Ринок G	1008	5434,6	3910	74530,5	6904	101766,7
Волинська	1008	5434,6	3910	74530,5	6904	101766,7
Ринок H	8718	30002	8837	390712,9	26207	435469,4
Закарпатська	3708	5651,5	2395	120469,0	7971	118494,5
Сумська	1837	13376,2	2358	92539,1	6762	97867,8
Тернопільська	968	6420,4	1647	39970,4	4593	63942,6
Чернівецька	2205	4553,9	2437	137734,4	6881	155164,5
Ринок E	82084	545707,4	11446	2124239	103372	3332069
Дніпропетровська	23305	163420,4	5878	675332,8	29887	823344,5
Житомирська	4591	22512,7	261	95513,2	6123	942308,0
Рівненська	3276	19356,4	362	82424,5	4113	114545,3
Хмельницька	7036	24019,8	378	38521,8	6562	64506,9
Київська	2825	19753	866	328605,8	13210	416336,2
Запорізька	10851	95472,8	510	399873,8	17392	372653,9
Полтавська	6321	38819,1	2860	70424,8	3184	64411,6
Чернігівська	1673	18748,5	60	67955,0	2891	96716,7
Харківська	22206	143604,7	271	365587,7	20010	437246,1
Ринок F	5675	40897,4	1763	115109,2	5939	154697,6
Миколаївська	2758	23985	842	109822,7	4884	139322,7
Луганська	2917	16912,4	921	5286,5	1055	15374,9

Джерело: складено та розраховано автором за даними [1]

Отже, попередній аналіз головних показників розвитку ринку туристичних послуг України дозволив на основі методів статистичного аналізу виділити 8 регіональних ринків туристичних послуг, що характеризуються високим рівнем асиметрії, що певним чином характеризує і стан впровадження в діяльність туристичних підприємств концептуальних засад сталого розвитку. Туризм в Україні відображає її внутрішній соціально-економічний і політичний стан. Так, анексія Криму та військова агресія Росії різко скоротили потік іноземних туристів. Інфляція і девальвація гривні в 2014-2015 роках зумовили зменшення кількості виїзних туристів, зате дещо поживали внутрішній туризм. Це відобразилося і в загальних тенденціях щодо сталого розвитку регіональних ринків туристичних послуг. Так, змінилося їх значення для туристичної галузі в цьому – якщо раніше більшою популярністю користувалися регіони, розміщені територіально близько до кордонів Російської Федерації, то сьогодні туристи більш активні в західних регіонах країни. Це пов'язано із активізацією інтеграційних процесів в країні та підвищенні

мобільності не тільки ресурсів, що необхідні для праці, а й мобільності населення. Так, найбільш впливовими стали такі регіони, як Львівська, Івано-Франківська області, що відобразилося і на стані ринків туристичних послуг, територіальні співпадаючих з їх кордонами.

2.3 Моделювання розвитку ринку туристичних послуг України

Туристичний ринок України динамічно розвивається. Рекреаційний потенціал, яким володіє держава, потенційно формує одну з найвпливовіших сфер реалізації ринкових механізмів, і є значним джерелом поповнення державного бюджету. Високі темпи зростання обсягів реалізації туристичного продукту в умовах активізації інтеграційних процесів та глобалізації потребують узгодженості діяльності суб'єктів ринку туристичних послуг з концептуальними положеннями сталого розвитку, що стосуються соціокультурних, природно-рекреаційних та еколого-економічних аспектів. З огляду на це важливо зазначити, що в Україні вже зроблено перші кроки щодо реформування ринку туристичних послуг на державному та регіональному рівні, проте цього недостатньо. Для успішного вирішення завдання в сфері розвитку туристичної індустрії варто володіти дієвими інструментами управління, мати ефективні важелі впливу, виявляти перспективи розвитку, оцінювати наслідки рішень, що приймаються. В цьому контексті моделювання розвитку ринку туристичних послуг України є необхідним.

Оскільки моделювання – циклічний процес, а знання про досліджуваний об'єкт розширюються й уточнюються, вихідна модель поступово вдосконалюється. Недоліки, які виявляються після першого циклу моделювання, що зумовлені, наприклад, недостатнім вивченням об'єкта і помилками в побудові моделі, можна виправити в наступних циклах. У методології моделювання, таким чином, закладені можливості саморозвитку [147].

Найбільш точним прогнозуванням у сучасних умовах розвитку економіки є методи з використанням економіко-математичних моделей. За допомогою економетричної моделі можливо визначити майбутні показники функціонування ринку туристичних послуг України та передбачити подальший напрям його розвитку. Співставлення отриманих даних з існуючими інструментами регулювання сталого розвитку дозволить визначити ефективність існуючих стратегій та встановити необхідність їх корегування відповідно до темпів зростання ринку.

Вдало побудована модель дасть змогу визначити різні варіанти розвитку з урахуванням зміни найбільш впливових факторів. Економіко-математичне моделювання являє собою дієвий інструмент в аналітичній роботі управлінській служб як на рівні окремого підприємства, так і на рівні країни. Економічна модель завжди являє собою спрощення тієї чи іншої ситуації внаслідок того, що неможливо врахувати всі фактори, які впливають на прогнозований результат.

На розвиток ринку туристичних послуг України протягом багатьох років впливали різнопланові об'єктивні і суб'єктивні чинники і обставини. Серед них – наявність природних ресурсів, суспільна продуктивність праці, вибір моделі соціально-політичного і економічного розвитку, економічна політика, міждержавні та громадянські війни і конфлікти, державні перевороти, зовнішня допомога, економічні зв'язки і багато іншого. Відповідно до основ побудови моделі, пропонується наступний алгоритм моделювання ринку туристичних послуг України в умовах сталого розвитку (рис. 2.11).

Відповідно до даних Всесвітнього економічного форуму, звіту про конкурентоспроможність «Подорожі та туризм» на розвиток даної індустрії впливають такі фактори, як: стан бізнес-середовища, безпека, здоров'я та гігієна, людські ресурси та стан ринку праці, інформаційно-комунікаційні технології, пріоритетність розвитку туризму та подорожей, інтернаціональна відкритість, цінова політика, стан навколишнього середовища, рівень розвитку

транспортної та туристичної інфраструктури, наявність природних ресурсів та рівень розвитку культури [148].

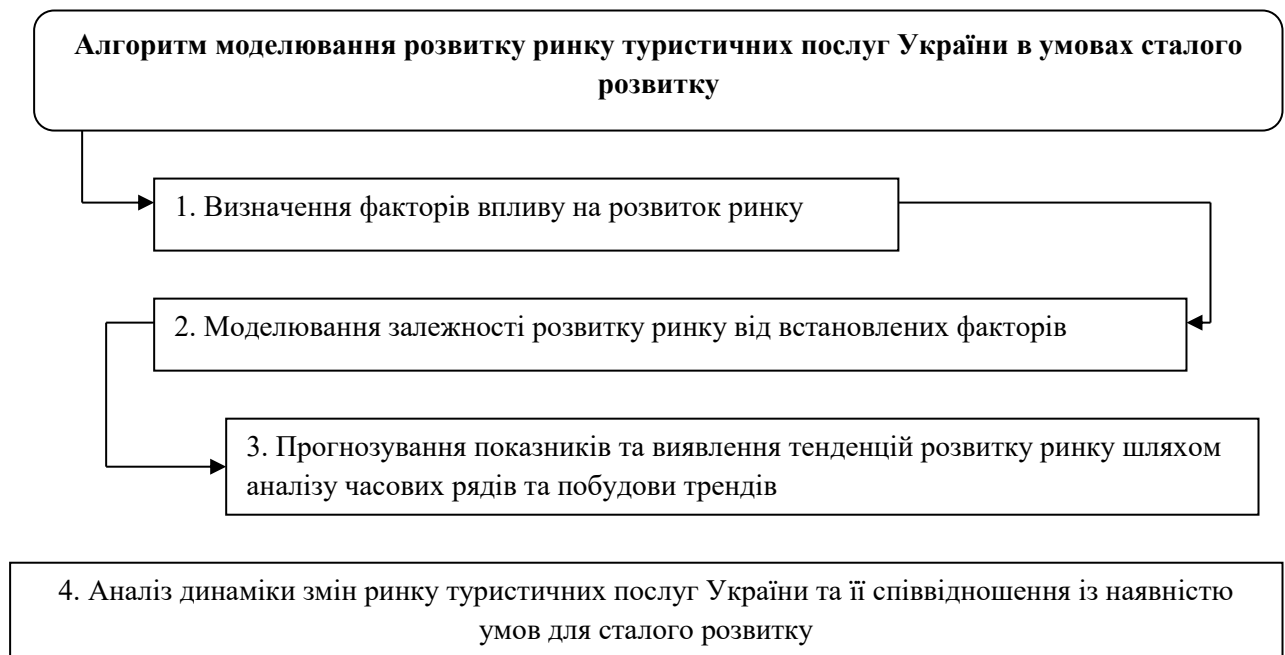


Рис. 2.11. Алгоритм моделювання розвитку ринку туристичних послуг України в умовах сталого розвитку

Джерело: складено автором

Варто відзначити, що протягом 2011-2019 року рівень конкурентоспроможності туристичної галузі України за перерахованими вище показниками значно змінився (рис. 2.12). Якщо в 2011 році країна займала 85 місце (зі 135), то у 2019 – 78 (зі 140). Такі зміни відбулися за рахунок покращення бізнес-середовища (на 17 позицій), підвищення рівня безпеки (на 45 позицій), розвитку інформаційно-комунікаційних технологій (на 10 позицій), екологічної стійкості (на 26 позицій), наземної, портової (на 3 позиції) та туристичної (на 12 позицій) інфраструктури. Основними важелями впливу на таку позитивну тенденцію є активізація заходів щодо запровадження концепції сталого розвитку на державному та регіональних рівнях.

Нажаль за іншими складовими рейтингу конкурентоспроможності туристичної галузі України спостерігається зниження позицій. Так знизилася якість оздоровчої сфери (падіння на 6 позицій), погіршилася кон'юнктура

ринку праці (на 20 позицій), потерпіла негативних змін інфраструктура авіаційного транспорту (падіння на 22 позиції). Негативна динаміка обумовлена розв'язанням на території країни воєнно-політичного конфлікту, що спричинив обмеження вільного доступу до багатьох інфраструктурних об'єктів, негативно відзначився на розвитку економіки та соціальної сфери.

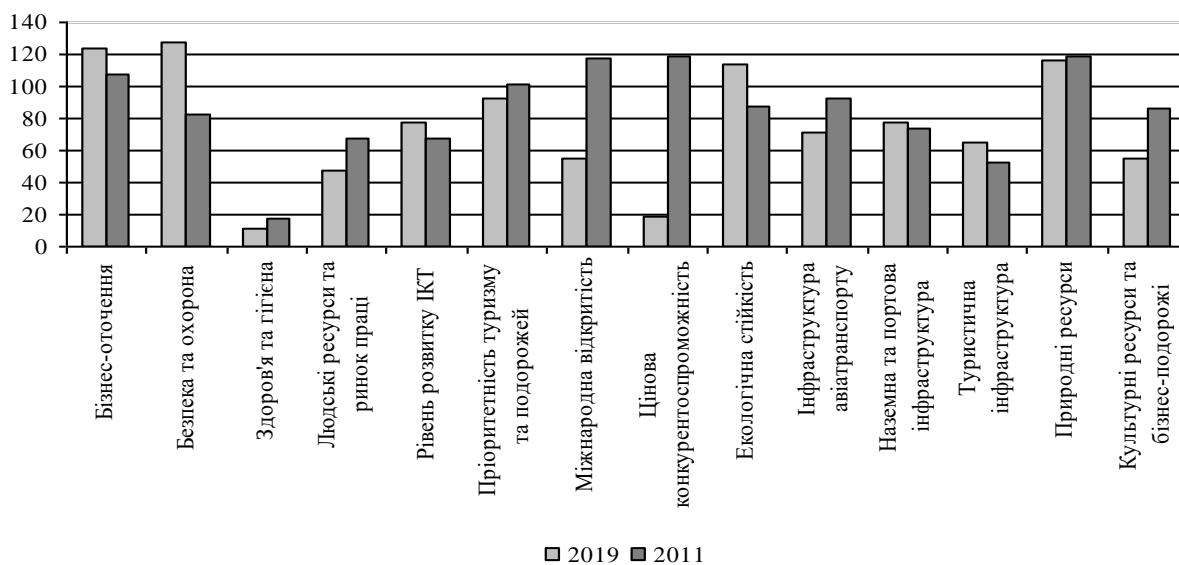


Рис. 2.12. Місця України в світовому рейтингу конкурентоспроможності туризму та подорожей за основними складовими параметрами

Джерело: складено автором на основі [149-150]

Незважаючи на глибину аналізу туристичної сфери, що проводиться Всесвітнім економічним форумом, дані показники охоплюють значні сфери виробництва, соціальний та екологічний сектори, що з одного боку дозволяє оцінити рівень розвитку туристичної індустрії з кількох позицій, а з іншого – є досить масштабним підходом для аналізу перспектив ринку туристичних послуг. Системний аналіз загальних умов, наведених вище показників, які формують відповідні тенденції розвитку ринку туристичних послуг, дозволив виділити ряд кількісних факторів, які можуть викликати найбільш значний вплив на формування ринкових механізмів. Так, в абл. 2.11 надані статистичні дані по числу впливових на рівень розвитку ринку туристичних послуг України чинників з відповідними позначками X_i , де $i = 1, 2, 3, 4$, які необхідні для

проведення кореляційно-регресійного аналізу даних параметрів з метою встановлення тісноти зв'язку і побудови економетричної моделі, що відображає особливості зазначеної взаємозалежності, якщо така існує. При цьому в якості узагальненого показника прийнятий дохід від надання послуг туристам. Даний показник є найбільш демонстративним для дослідження кон'юнктури ринку, адже показує кількість укладених угод з реалізації туристичного продукту під впливом підвищення цін та переваженням попиту над пропозицією.

У табл. 2.11 надані вихідні дані по кожному факторному показнику, які відповідають умовам закону нормального розподілу, а саме: з ймовірністю 0,997 максимальні і мінімальні значення факторних (x_i) і результативного (y) ознак підкоряються умовам попадання їх у відрізки:

$$[\bar{y} \pm 3\sigma_y]; [\bar{x} \pm 3\sigma_x], \quad (2.2)$$

де $\sigma_x = \sqrt{x^2 - \bar{x}^2}$, $\sigma_y = \sqrt{y^2 - \bar{y}^2}$ - середнє відхилення факторної та результатуєчої ознаки.

Згідно з методикою виконання кореляційно-регресійного аналізу, на основі побудованих кореляційних полів (рис. 2.13), можна зробити висновки, що тіснота зв'язку підтвердилася між результативним показником (y) і вартістю реалізованих путівок (x_1) та кількістю туристів, обслугованих суб'єктами ринку (x_3).

Таблиця 2.11

Початкові дані для виявлення кореляційної залежності рівня розвитку ринку туристичних послуг України від зазначених факторів x_i

Роки	y – Дохід від надання послуг туристам	x_1 – Вартість реалізованих путівок, тис. грн	x_2 – Кількість КЗР	x_3 – Кількість туристів, обслугованих суб'єктами ринку	x_4 – Кількість суб'єктів ринку
2014	5432673,4	6735032,6	4572	2425089	3885
2015	4797731,6	6448206,6	4341	2019576	3182

Продовження табл. 2.11

2016	11522520	9167577,4	4256	2549606	3506
2017	18502975	27715937,7	4115	2806426	3469
2018	21625921	51077643	4719	4557447	4293
2019	21069268,5	69760685,8	370560	6132097	4664

Джерело: складено автором за даними [1]

Даний висновок підтверджується відповідними коефіцієнтами детермінації R^2 , які прагнуть до 1 (відповідно, для предикторів x_1 , x_3 високі показники $R^2 = 0,84$, $R^2 = 0,70$. За даними рис. 2.11 необхідно відзначити, що фактори кількості колективних засобів розміщення (x_2) та суб'єктів ринку (x_4) не підтвердили свого впливу за період, що досліджувався. Так, коефіцієнти детермінації тісноти зв'язку $R^2 = 0,006$ та $R^2 = 0,27$ при лінійній формі залежності прагнуть до нуля.

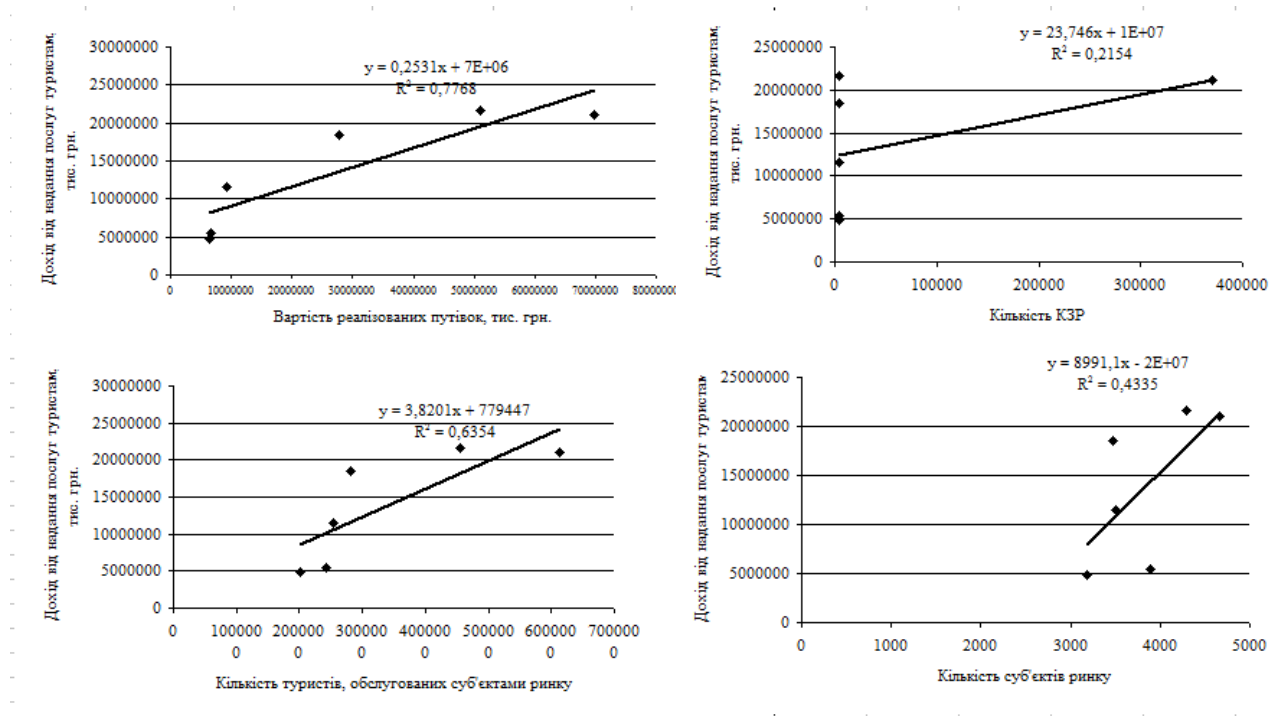


Рис. 2.13. Кореляційні поля залежності доходу від надання послуг туристам від факторів x_i , побудовані засобами інструментарію табличного процесора MS EXCEL

Джерело: складено автором

Таким чином, за допомогою кореляційного і графічного методу були встановлені не тільки ступінь щільності зв'язків зазначених параметрів, а й форми, які мають неоднорідний характер і спонукають для угруповання

факторів відповідно до типів регресійних форм їх впливу на результативний показник.

Отримані на основі економетричного аналізу моделі розвитку ринку туристичних послуг України та їх залежності від окремих економічних показників, які мають достатньо високий рівень статистичної вірогідності, можуть мати практичне застосування з метою прогнозування при визначенні напрямків зростання туристичної галузі.

З метою прогнозування подальшого розвитку ринку туристичних послуг України на засадах сталого розвитку необхідно оцінити значення найбільш впливових показників.

Як показав попередній аналіз це мають бути доходи від надання послуг туристам, вартість туристичних путівок та кількість обслугованих суб'єктами ринку туристів. Ці індикатори можна визначити як базові, ті, що описують ринок у цілому. Вони є результатом взаємодії сукупності всіх менш важливих і непридатних для подальшого аналізу факторів. Для визначення прогнозних даних використовуються інструменти табличного процесора MS EXCEL. Для кожного показника будувалися різні лінії тренда з визначенням рівняння та коефіцієнту тісноти зв'язку R^2 . Майбутнім періодом обрано 2020-2021 роки. За найбільшим коефіцієнтом тісноти зв'язку було обрано рівняння, що використовувалося для розрахунку прогнозних значень. Приклад проведених розрахунків для показника «дохід від надання послуг туристам» представлено на рис. 2.14.

Найбільше значення коефіцієнта тісноти зв'язку отримано при побудові поліноміальної лінії тренду. Для побудови прогнозних значень показника було використане рівняння:

$$=555103 * A_6^2 + 1000000 * A_6 + 2000000 \quad (2.3)$$

де A_6 – рік, для якого розраховувався відповідний показник.

Аналогічний алгоритм розрахунку був використаний і для інших показників.

Для розрахунку прогнозних значень вартості реалізованих туристам путівок була використана формула:

$$= 5E+06 * A6^2 - 2E+07 * A6 + 2E+07 \quad (2.4)$$

де $A6$ – рік, для якого розраховувався відповідний показник.

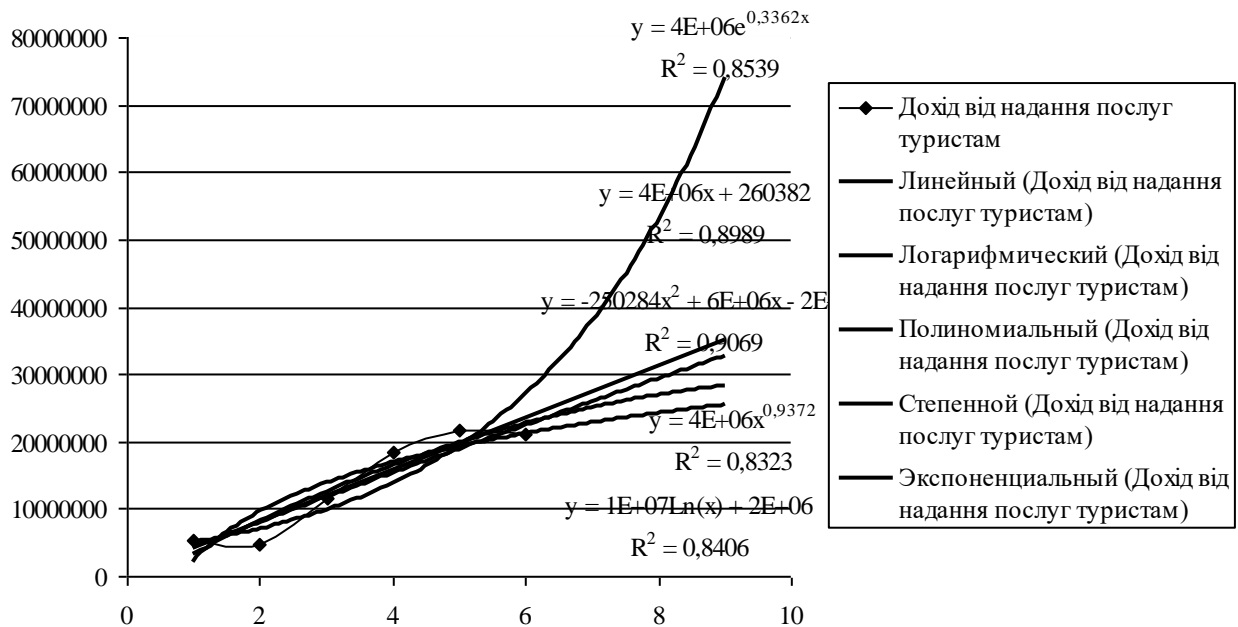


Рис. 2.14. Лінії тренду, рівняння та коефіцієнти тісноти зв'язку для доходів від надання послуг туристам, побудовані засобами інструментарію табличного процесора MS EXCEL

Джерело: складено автором

Для розрахунку прогнозних значень кількості туристів, обслугованих суб'єктами ринку, була використана формула:

$$= 288561 * A6^2 - 1E+06 * A6 + 3E+06 \quad (2.5)$$

де $A6$ – рік, для якого розраховувався відповідний показник.

Отримані в результаті розрахунків прогнозні дані представлені в табл. 2.12. Відповідно до динаміки розвитку ринку дохід від надання послуг туристам за період 2017-2021 зросте майже в 2 рази (на 99,3%), вартість туристичних путівок - більш ніж в 3 рази (на 213%), а кількість туристів, обслугованих суб'єктами ринку – більш ніж в 2 рази (на 115%).

Варто зазначити, що темпи зростання показників також значно збільшаться. Так, якщо у 2018 році дохід від надання послуг туристам

збільшився порівняно з 2017 роком на 16,8%, то у 2019 році (порівняно з 2018 роком) значення показника зменшилося на 2,6%. Темп зростання доходів у 2020 році склав 53,8% порівняно з 2019 роком. Лише у 2021 році динаміка трохи послабне, і річне збільшення показника складе 13,8%.

Що стосується збільшення вартості туристичних путівок, то найбільший темп зростання у прогнозованому періоді склав 23,3% у 2021 році порівняно з 2020. Збільшення цього показника можна визначити як помірне. Подібна ситуація може скластися і у відношенні до кількості туристів, обслужених суб'єктами ринку туристичних послуг. У 2019 році спостерігається збільшення порівняно з 2018 роком на 34,5%. Але наступні періоди відзначається нестабільною динамікою показника: у 2020 році порівняно з 2019 роком – скорочення на 13,8% та у 2021 році порівняно з 2020 роком – збільшення на 14,1%. Таким чином, можна зробити висновок що ринок туристичних послуг України продовжуватиме динамічний розвиток. При чому деякі його складові відзначатимуться досить високими темпами зростання, що потребуватиме від відповідних органів управління оперативних рішень щодо дотримання концепції сталого розвитку [151].

Таблиця 2.12

**Прогнозні дані розвитку ринку туристичних послуг України на період
2020-2021 років**

Показник	2017 р	2018 р	2019 р	2020 р (прогноз)	2021 р (прогноз)
Дохід від надання послуг туристам, тис. грн	18502975	21625921	21069268,5	32405319,5	36892077,2
Вартість реалізованих путівок, тис. грн	27715937,7	51077643	69760685,8	70157780,7	86510510,9
Кількість туристів, обслужених суб'єктами ринку	2806426	4557447	6132097	5286897	6034071

Джерело: розраховано автором за даними [1]

Варто зазначити, що прогнозні дані розраховувались з урахуванням позитивної динаміки щодо скорочення темпів розповсюдження вірусу COVID-19, що обумовлює подальше прогнозоване зростання ринку туристичних послуг.

Актуальним у цьому контексті є виявлення прогнозованих показників розвитку ринку туристичних послуг України на рівні регіонів. Подібний аналіз дозволить визначити регіональні ринки, що демонструватимуть найбільш прогресивний, або навпаки регресивний розвиток. У подальшому ці результати слугуватимуть основою для розробки стратегії управління сталим розвитком ринку туристичних послуг не тільки на регіональному, а й на державному рівні. Необхідно зазначити, що показники розвитку ринку, представлені вище, мають лінійний вплив на ринок, тобто їх вплив має постійний характер, а це значно спрощує завдання моделювання регіональних ринків та дає змогу досягнути високоякісного прогнозу.

Прогнозні дані щодо основних показників розвитку регіональних ринків туристичних послуг України представлені в табл. 2.13. Відповідно до представленої інформації можна визначити основні характерні тенденції. Так, найбільш прогресивним за показником доходів від надання послуг туристам є ринок В, темпи його зростання перевищують 15% щорічно. Ринки А, D та E за даним показником також демонструють стабільне зростання в середньому на 10% щорічно. Що стосується інших ринків, то для них характерна тенденція до скорочення доходів від надання послуг туристам. Найбільше скорочення спостерігається на ринку G – зменшення показника щорічно в середньому на 50%. Нажаль, ці ринки і сьогодні є недостатньо розвиненими, і як показує прогноз позитивних змін у короткостроковій перспективі не спостерігається. Для більшості регіональних ринків туристичних послуг характерна негативна динаміка доходів у 2020 році, що обумовлюється впливом пандемії COVID-19.

Що стосується показника вартості туристичних путівок, то темпи його зростання у 2020-2021 роках відзначаються значною динамікою. Щорічні темпи зростання цього показника на більшості регіональних ринків туристичних

послуг перевищують 650% у 2019 році порівняно з 2018, 40% у 2020 порівняно з 2019, 30% - у 2021 порівняно з 2020 роком. При цьому негативна динаміка спостерігається не спостерігається ні на одному з регіональних ринків.

Таблиця 2.13

Прогнозні дані розвитку регіональних ринків туристичних послуг України на період 2020-2021 років

Ринок	2017 р.	2018 р.	2019 р.	2020 р. (прогноз)	2021 р. (прогноз)
<i>Дохід від надання послуг туристам, тис. грн</i>					
Ринок А	154253,5	172028,9	567885,5	207579,7	225355
Ринок В	683425,5	916860,5	327663,7	1383730,5	1617166
Ринок С	55304,3	46262,4	74866,9	28178,6	19136,7
Ринок D	15983,1	17978,4	24710,6	21969	23964,3
Ринок G	18803,3	15339,5	19476,6	8411,9	4948,1
Ринок H	59873,6	50123,6	52477,1	30623,6	20873,6
Ринок E	120641	139419	224682,1	176975	195753
Ринок F	4901,3	4733,1	5974,9	4396,7	4228,5
<i>Вартість реалізованих путівок, тис. грн</i>					
Ринок А	90640,1	637147	1542569	1730162	2276669
Ринок В	635515	1644951	1186044	3663822,4	4673258
Ринок С	10833,2	260456	435693,4	759700,4	1009323
Ринок D	17621,3	65688,5	83998,4	161822,9	209890
Ринок G	24468,7	74530,5	101766,7	174654,1	224716
Ринок H	26444,6	390713	435469,4	1119249,5	1483518
Ринок E	122086	2124239	3332069	6128544,2	8130697
Ринок F	14601,9	115109	154697,6	316123,8	416631
<i>Кількість туристів, обслугованих суб'єктами ринку</i>					
Ринок А	72302	81381	249422	99539	108618
Ринок В	268737	264166	163309	255024	250453
Ринок С	38620	66364	118749	121852	149596
Ринок D	38634	42178	51790	49266	52810
Ринок G	17047	21807	27403	31327	36087
Ринок H	55736	84191	105760	141101	169556
Ринок E	294632	422007	518028	676757	804132
Ринок F	14630	25263	518028	46529	57162

Джерело: розраховано автором за даними [1]

Що стосується показника вартості туристичних путівок, то темпи його зростання у 2020-2021 роках відзначаються значною динамікою. Щорічні темпи зростання цього показника на більшості регіональних ринків туристичних послуг перевищують 650% у 2019 році порівняно з 2018, 40% у 2020 порівняно з 2019, 30% - у 2021 порівняно з 2020 роком. При цьому негативна динаміка

спостерігається не спостерігається ні на одному з регіональних ринків. Найбільші темпи зростання показника спостерігаються на ринках Е та С. Менші темпи характерні для ринків В та Н. Така ситуація може бути обумовлена фактом зміни стратегічних пріоритетів в країні. Якщо до 2019 року держава була зосереджена на налагодженні зовнішньополітичних зв'язків, що вплинуло на попит серед населення на подорожі. Зі зміною персонального складу органів державної влади стратегічний курс змінився на розбудову власної інфраструктури. Це може відзначитися на попиту населення на послуги у сфері туризму, що призведе до скорочення доходів від надання послуг туристів в регіонах з недостатньо високим або помірним рівнем розвитку галузі.

Розглядаючи дані табл. 2.13 щодо прогнозованої кількості обслугованих суб'єктами регіональних ринків туристичних послуг туристів, то вони також відображають загальну тенденцію розвитку. Більшість ринків за даним показником продовжуватимуть стабільно зростати, при цьому темпи розвитку щорічно перебільшують позначку у 10%. Найбільш прогресивна динаміка прослідковується на ринках С та F. У той час як стабільне скорочення показника характерне для ринку В. Досить негативний прогноз ринків Львівської, Івано-Франківської та Херсонської областей можна обумовити змінами в умовах правового забезпечення туристичних подорожей до країн ЄС.

Отже, можна зробити висновок про те, що ринок туристичних послуг України у короткостроковій перспективі буде продовжувати динамічно зростати: збільшуватимуться потоки туристів, зростатимуть доходи туристичних підприємств. Така динаміка не може не відобразитися на основних параметрах сталого розвитку. Найбільше навантаження може впасти на оточуюче середовище та історико-культурну спадщину українського суспільства. При цьому важливо уточнити, що вплив на ці напрями сталого розвитку ринку туристичних послуг України буде однаковий незалежно від того, який напрям туризму буде розвиватися динамічніше: внутрішній чи виїзний. Навіть під час виїзду за кордон, особливо на тривалий час, турист

може втратити частину своєї національної самобутності, що у майбутньому може негативно відобразитися на його суспільних позиціях по відношенню до традиційних цінностей.

Відповідно до даних звіту Всесвітнього економічного форуму щодо туризму та подорожей Україна у 2019 році зайняла 105 місце зі 136 за рівнем привабливості природних активів [149]. Така позиція свідчить про те, ринок туристичних послуг країни майже ніяк не позиціонується на міжнародній арені. На рис. 2.15 представлені рейтинги країни за 2011 та 2019 роки за іншими показниками, які дозволяють оцінити реалізацію концепції сталого розвитку. В першу чергу необхідно звернути увагу на державне та регіональне регулювання екологічної безпеки. Якщо за жорсткістю екологічних норм за забезпеченням їх дотримання у 2011 році Україна посідала в світі 127 та 128 місця відповідно, то у 2019 році ситуація покращилася – 110 та 116 місця.

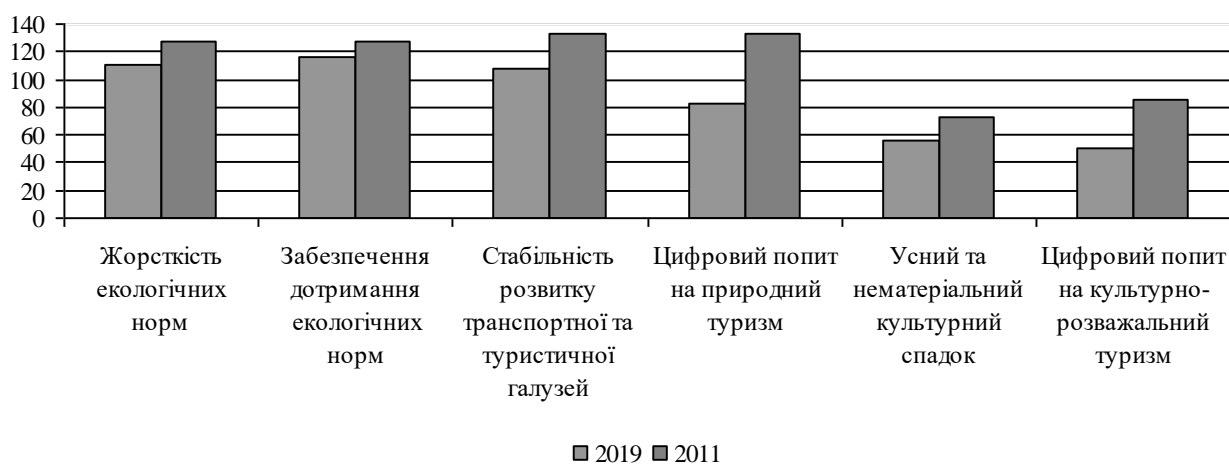


Рис. 2.15. Місця України в світовому рейтингу конкурентоспроможності туризму та подорожей за основними напрямками реалізації концепції сталого розвитку

Джерело: складено автором на основі [149-150]

Однак, відповідно до аналізу, проведеному у підрозділі 2.1, потік туристів за період 2011-2017 років збільшився більше ніж на 50%, у той час країна піднялася в рейтингу забезпечення на інституціональному рівні екологічної безпеки менше ніж на 20 позицій. Такі темпи можна визначити як недостатньо

високі для ефективного регулювання сталого розвитку ринку туристичних послуг.

Значно збільшився рейтинг країни в сфері стабілізації розвитку транспортної та туристичної інфраструктури – на 25 позицій за представлений період. Зростає і цифровий попит на природний та культурно-розважальний туризм – на 50 та 35 позицій відповідно. Така динаміка свідчить про збільшення навантаження на туристичні, транспортні та природні ресурси країни. Однак необхідно зазначити, що таке навантаження зростає більш швидкими темпами, ніж розбудовується механізм його регулювання на державному та регіональному рівнях.

Для забезпечення функціонування представленої вище моделі розвитку ринку туристичних послуг України на засадах сталості необхідно підвищити рівень використання ресурсного потенціалу, професійної підготовки персоналу в індустрії туризму, розвитку транспортної інфраструктури, знизити сезонність і просторову нерівномірність розподілу туристів, приділити значну увагу взаємозв'язку між природоохоронною діяльністю і сталим туризмом.

Отже, за допомогою розробленого алгоритму побудови моделі розвитку ринку туристичних послуг, економіко-математичних методів моделювання визначено основні фактори, що впливають на динаміку зростання ринку. Розраховані прогностні дані, що визначають загальні тенденції розвитку ринку, які в цілому можна оцінити як позитивні. Визначено регіональні ринки туристичних послуг, що демонструють найбільш прогресивні темпи розвитку, та ті, що потребують державної підтримки. Проаналізовано темпи зростання ринку туристичних послуг у відповідності до концептуальних засад сталого розвитку. Визначено, що ринок зростає швидше, ніж проходить впровадження завдань сталого розвитку в реальний туристичний сектор. Така проблема потребує подальших досліджень. Україна має цілком реальні можливості та умови для нарощення свого потенціалу, зокрема завдяки наявності в країні унікальних природно-рекреаційних ресурсів, історико-культурних пам'яток, багатой флори та фауни, зон різноманітних форм відпочинку.

Висновки до розділу 2

Проведене у Розділі 2 дослідження особливостей розвитку ринку туристичних послуг України та прогнозування його подальшого розвитку на рівні регіонів дозволило зробити такі висновки:

1. З використанням запропонованого науково-методичного підходу визначено, ринок туристичних послуг України відноситься до реформованого типу національного туристичного ринку, який характеризує країни перехідного типу, що формують ринкові структури і де переважає міжнародний туризм імпортного спрямування. Протягом 2011-2019 років він зазнав значних змін, зокрема: збільшується кількість туристів, які звертаються за послугами до туристичних агентств та операторів, в тому числі іноземних туристів; найбільш інтенсивними стали туристичні потоки виїзний з метою відпочинку та внутрішній зі службовими та навчальними цілями; зростає інтенсивність туристичного потоку до Польщі, Туреччини, Словаччини, Єгипту, Румунії; скорочення кількості КЗР та скорочення терміну перебування в них туристів; підвищення кількості осіб, що використовують інфраструктуру КЗР та закономірне підвищення доходів КЗР від надання послуг.

2. Здійснено кластеризацію регіонів України за показниками розвитку ринків туристичних послуг за допомогою методу К середніх, що дозволило виділити 8 регіональних ринків туристичних послуг. Визначено регіони, що займають лідерські позиції за рівнем розвитку туризму, регіони з помірним рівнем розвитку та аутсайдери.

3. Встановлено, що розвиток регіональних ринків туристичних послуг України характеризується високим рівнем асиметрії. Обґрунтовано, що на розвиток регіональних ринків туристичних послуг України впливає внутрішній соціально-економічний і політичний стан держави. Визначено, що якщо раніше більшою популярністю користувалися регіони, розміщені територіально близько до кордонів Російської Федерації, то сьогодні туристи більш активні в західних регіонах країни; найбільш впливовими стали такі регіони, як

Львівська, Івано-Франківська області, що відобразилося і на стані ринків туристичних послуг, територіальні співпадаючих з їх кордонами.

4. На основі запропонованого алгоритму моделювання розвитку ринку туристичних послуг України на засадах сталості, встановлено: найбільш впливовими показниками, що визначають рівень розвитку національного ринку туристичних послуг є доходи від надання послуг туристам, вартість туристичних путівок та кількість обслугованих суб'єктами ринку туристів; прогностичні значення головних показників розвитку ринку продовжуватимуть зростати протягом 2020-2021 років (збільшуватимуться потоки туристів, зростатимуть доходи туристичних підприємств); позитивна динаміка розвитку здійснюватиме значне навантаження може впасти на оточуюче середовище та історико-культурну спадщину українського суспільства, незалежно від того, який напрям туризму буде розвиватися. Обґрунтовано, що для функціонування моделі розвитку ринку туристичних послуг України на засадах сталості необхідно підвищити рівень використання ресурсного потенціалу, професійної підготовки персоналу в індустрії туризму, розвитку транспортної інфраструктури, знизити сезонність і просторову нерівномірність розподілу туристів, приділити значну увагу взаємозв'язку між природоохоронною діяльністю і сталим туризмом.

Основні результати дослідження, проведеного в Розділі 2 дисертації, опубліковані автором у роботах [138, 146, 151].

РОЗДІЛ 3

ФОРМУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЯ СТРАТЕГІЇ СТАЛОГО РОЗВИТКУ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ УКРАЇНИ

3.1. Формування стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг України

Одним з ключових чинників, що забезпечують конкурентоспроможність української економіки в умовах сталого розвитку, в тому числі і ринку туристичних послуг, є наявність ефективно діючої системи стратегічного управління. Така система забезпечує координацію розробки і впровадження довгострокових стратегій і програм розвитку України, окремих її регіонів і секторів економіки. Дана система повинна розвивати механізми «управління за результатами», що забезпечують чіткий взаємозв'язок між результатами діяльності органів державної влади та виділеними на їх досягнення бюджетними коштами.

Перехід ринку туристичних послуг у стан, що відповідає вимогам ХХІ століття, неможливий без формування і реалізації ефективною стратегії сталого розвитку, розробки інструментів стратегічного планування на всіх рівнях: національному, регіональному і місцевому.

Варто відзначити, що національна практика формування стратегій сталого розвитку ринків, в тому числі і ринку туристичних послуг, далека від досконалості. «Стратегія сталого розвитку України до 2030 року», затверджена у 2017 році, не надає цілісного визначення поняття «сталий розвитку ринку туристичних послуг України», не пропонує програмних документів, що регулювали б даний сектор економіки [152]. Подібні недоліки має і «Стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2026 року». Існують розбіжності в кількості програмних документів, що розробляються на загальнодержавному рівні, рівні областей, документів, що розробляються в процесі програмно-цільового планування та в процесі прогнозування. В «Стратегії розвитку

туризму та курортів на період до 2026 року» не представлений цілісний механізм правового регулювання повноважень і відповідальності центральних та місцевих органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування за розробку, затвердження та реалізацію програмних документів. Стратегія передбачає тільки моніторинг реалізації стратегії розвитку та порівняння результатів у частині досягнення встановлених цілей [153].

Найбільшим недоліком існуючих стратегій сталого розвитку туристичної галузі є їх формалізм, відсутність ефективних інституційних умов і механізмів реалізації, слабе залучення бізнес-структур в процеси стратегічного планування. Серед інших проблем стратегічного планування можна виділити наступні:

- використовуються застарілі методичні схеми і прийоми;
- при формуванні регіональних стратегій, довгострокових планів і програм розвитку не враховуються ключові відмінності між стратегічним і традиційним довгостроковим плануванням;
- регіональне стратегічне планування сталого розвитку ринку туристичних послуг будується за шаблоном стратегічного планування діяльності господарюючих суб'єктів, і при цьому не беруться до уваги специфічні особливості регіональних систем;
- стратегічне планування не підкріплюється реальним і ефективним стратегічним управлінням;
- практично відсутній моніторинг ефективності реалізації стратегій сталого розвитку ринку туристичних послуг;
- не достатньо ефективно використовуються сучасні можливості інформаційних технологій.

Розвиток стратегій сталого розвитку ринку туристичних послуг поки здійснюється поза контекстом загальних системних перетворень суспільства, економіки та управління. Розробка і практична реалізація стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг актуальна і на загальнодержавному рівні, і на рівні регіонів.

Проведене у розділі 2 дослідження свідчить про те, що ефективність програмно-цільового підходу в управлінні сталим розвитком ринку туристичних послуг багато в чому залежить від застосовуваних інструментів, зокрема від стратегічного планування і прогнозування. Прогнозування, як основний елемент стратегічного планування, дає уявлення про можливі перспективні напрямки розвитку туризму і шляхи мінімізації ризиків, зокрема і від фінансових втрат.

Науково-обґрунтований підхід до формування стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг України на державному та регіональному рівнях сприятиме підвищенню його інвестиційної привабливості, зміцненню державно-приватного партнерства, розробці стратегічно обґрунтованих управлінських рішень, забезпечуватиме можливість успішного функціонування суб'єктів ринку, дозволить сформувати позитивний імідж України як туристської дестинації.

При формуванні стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг необхідно врахувати кілька аспектів. Перший з них - соціально-економічний, що полягає в необхідності врахування конкретних закономірностей, що визначають розвиток соціально-економічних процесів. Пізнання закономірностей і властивих їм кількісних залежностей є основою, базою для наукового обґрунтування стратегічних прогнозів, проектів програм і планів розвитку ринку туристичних послуг. Другий - методологія стратегічного планування в сфері туризму. Вона являє собою інструмент пізнання соціально-економічних процесів і використання отриманих результатів в плануванні діяльності зі сталого розвитку ринку туристичних послуг. Третій аспект формування стратегії - організаційний. Він охоплює комплекс питань, пов'язаних з постановкою ряду завдань, що вирішуються системою органів, які беруть участь в процесі стратегічного планування, з визначенням виконуваних ними функцій, організацією їх роботи, а також наданням певної організаційної форми кінцевим результатам реалізації стратегії [154-158].

За змістом стратегія сталого розвитку ринку туристичних послуг представляє собою планомірний розвиток туризму на національному та регіональному рівнях та стратегічне планування діяльності суб'єктів ринку. Йдеться, перш за все, про планування динаміки розвитку ринку туристичних послуг і структурних зрушень в ній, зайнятості населення, вирішенні інших соціальних проблем (рівня і якості життя, розвитку інфраструктури туризму), здійсненні заходів у сфері екології, підтримки науки, тощо.

Для розвитку ринку туристичних послуг України, перш за все, необхідно сформулювати стратегію, яка повинна включати розробку заходів щодо сталого розвитку туризму на довгострокову перспективу (15-20 років) не тільки для державного рівня, а й для регіонального. Базові положення мають відображати основні принципи розвитку і спеціалізацію туристичного ринку, найважливіші проблеми розвитку галузі та стратегію ринкових перетворень в туристичній галузі.

Для вирішення проблеми формування стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг може бути використана методологія Європейської експертної служби Taxis EES, яку необхідно прив'язати до умов України [159]. З урахуванням особливостей країни дану методологію можна визначити в такій редакції:

1. виконати моніторинг ринку туристичних послуг України з метою оцінки його потенційних можливостей;
2. за даними моніторингу провести економічний і інституційний аудит регіональних ринків туристичних послуг та сформулювати напрямки розвитку ринку туристичних послуг;
3. виявити стійкі конкурентні переваги, на які може бути зорієнтована формована стратегія і на цій основі вибрати безліч ефективних напрямків сталого розвитку ринку туристичних послуг;
4. використовуючи обрані основні ефективні напрямки розвитку сформулювати їх базові цілі;

5. сформувати набір стратегічних можливостей реалізації ефективних напрямків розвитку;

6. згідно зі стратегією циклічного розвитку та стабілізації визначити для першого її етапу пакет, що включає 2-3 основних найбільш ефективних напрямків розвитку ринку туристичних послуг України;

7. сформувати модель альтернативних допустимих тенденцій розвитку економічного середовища держави і зовнішніх чинників, що впливають на його стан;

8. уточнити базові цілі для обраних найбільш ефективних шляхів сталого розвитку ринку туристичних послуг;

9. сформувати програми дій для досягнення кожної базової мети з урахуванням альтернативних тенденцій розвитку економічного середовища України.

Концептуальну модель формування стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг України має бути розроблено за результатами дослідження та аналізу варіативних структурних елементів, а саме – мети, об'єкту, предмету, цілей, концептуальних підходів, принципів та методичного інструментарію (рис. 3.1). Конструктивним підґрунтям концептуальної моделі формування стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг України є розуміння та дотримання певної сукупності переліку принципів. Обґрунтована та інтерпретована сукупність взаємозалежних принципів формування стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг забезпечує досягнення мети його функціонування.

Для підвищення обґрунтованості процесу розробки стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг України необхідно здійснювати комплексні та якісні заходи, що носять середньостроковий характер. Це слугуватиме основою прийняття стратегічно виправданих управлінських рішень.

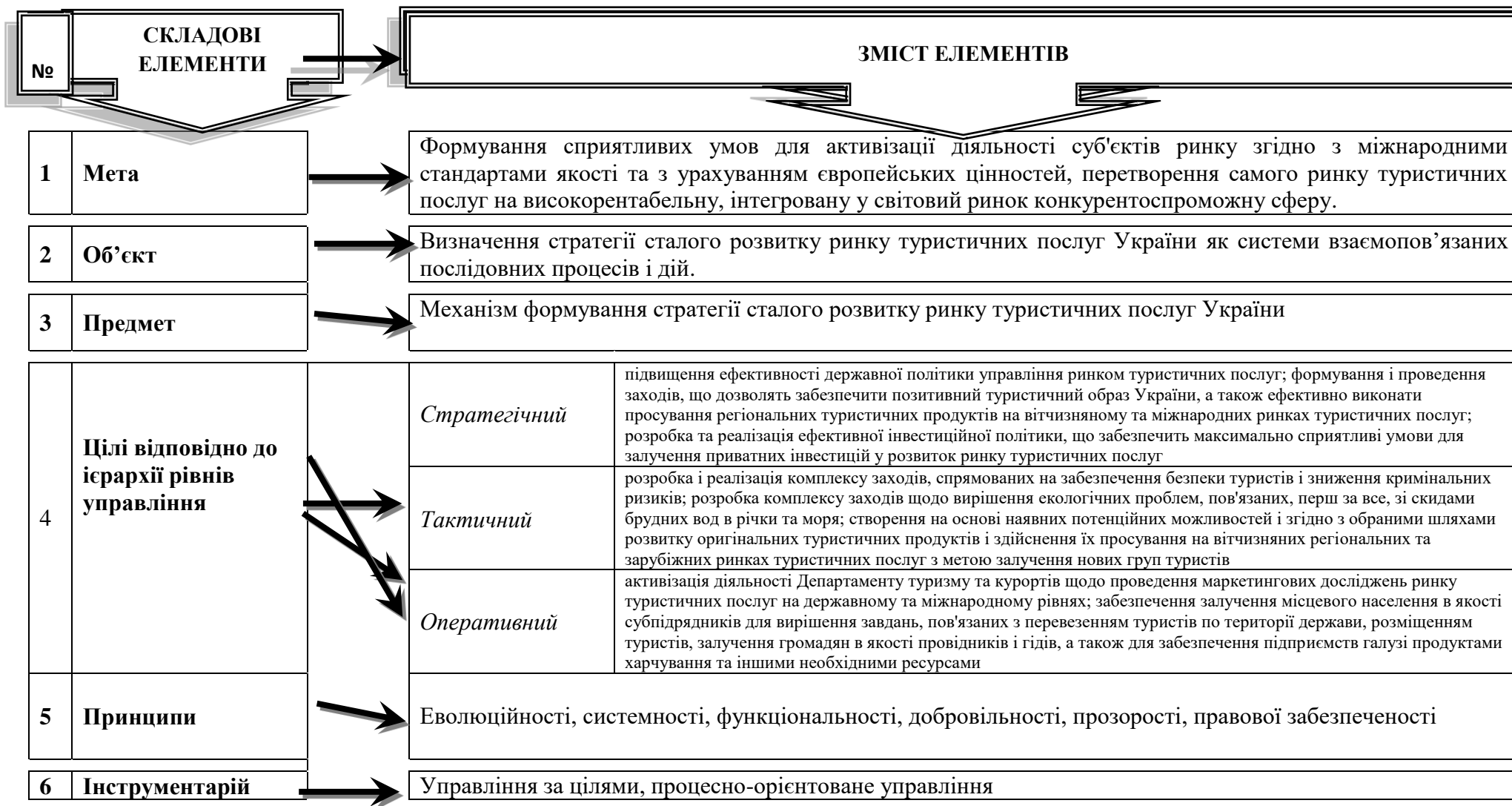


Рис. 3.1. Концептуальна модель формування стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг України (розроблено автором)

Розробка стратегії в певній мірі можлива за допомогою застосування алгоритму, що складається з трьох етапів формування стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг (рис. 3.2).

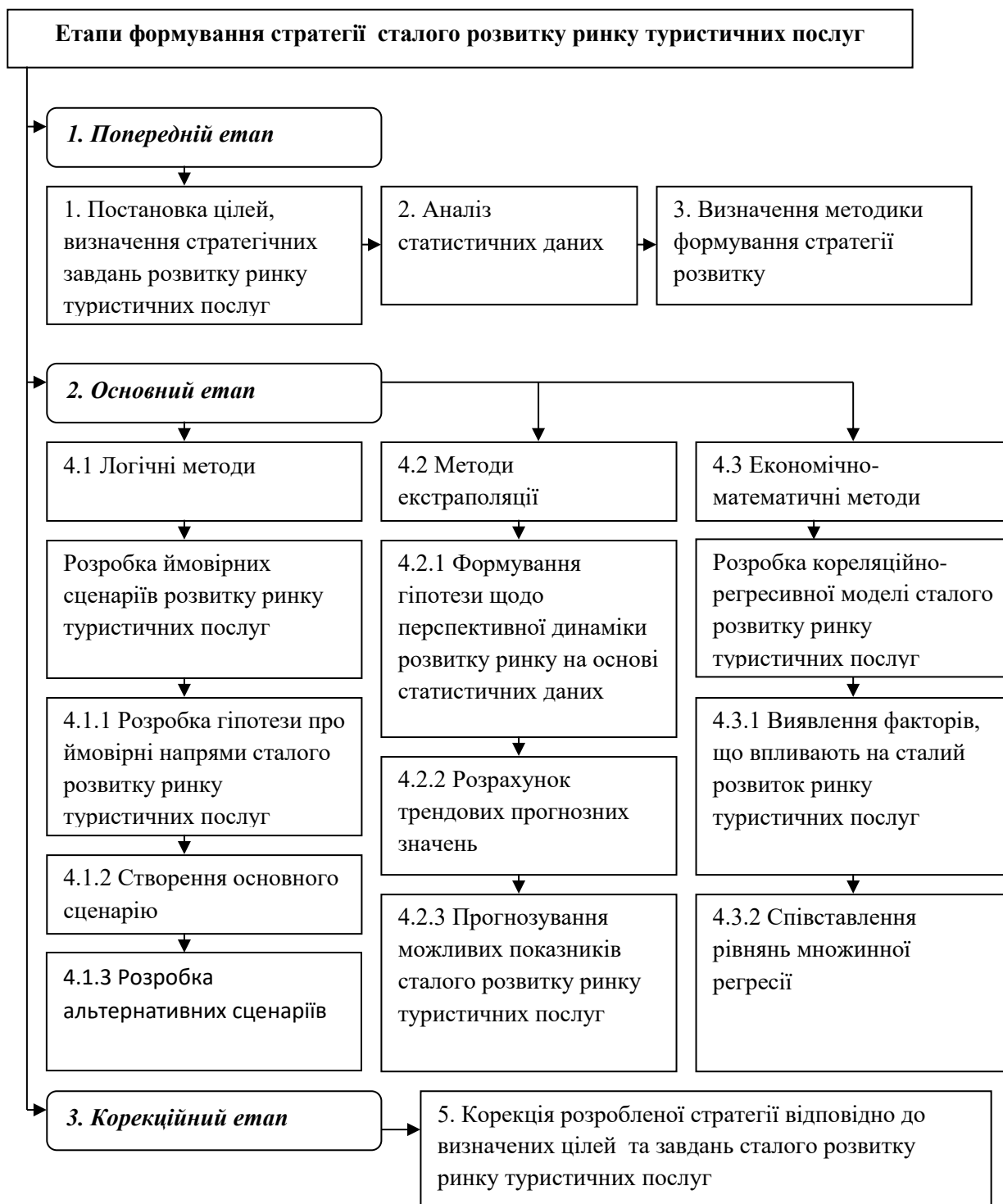


Рис. 3.2. Етапи формування стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг

Джерело: складено автором та удосконалено на основі [158-160]

На основі результатів аналізу ринку туристичних послуг України, представлених у розділі 2, та з урахуванням етапів, представлених на рис. 3.2, визначено наступні етапи формування стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг:

1. Формування і проведення ефективної інвестиційної політики, що дозволяє активне залучення позабюджетних коштів у розвиток ринку туристичних послуг.

2. Відновлення і розвиток інфраструктури туристичного ринку на рівні регіонів на інноваційній основі і з використанням останніх досягнень науково-технічного розвитку.

3. Розвиток маркетингової діяльності на ринках туристичних послуг для зростання іміджу України і залучення нових груп туристів, створення оригінальних туристичних продуктів та їх просування на національному та зарубіжних ринках.

4. Формування великих туристичних компаній зі змішаною формою власності, що мають турагенства і туроператорів в різних регіонах країни і за кордоном.

5. Проведення заходів, спрямованих на підвищення безпеки туристів і зниження ризиків кримінального характеру.

6. Посилення інститутів, що забезпечують ефективне управління розвитком і функціонуванням туристичної галузі регіонів.

7. Створення ефективної інформаційної системи ринку туристичних послуг, здатної виконувати моніторинг території країни і забезпечити доступність туристичних фірм до достовірної інформації і статистичних даних.

8. Розробка і проведення заходів щодо поліпшення екологічної обстановки на території України і на прибережних водах Чорного та Азовського морів.

Перераховані засади є підґрунтям для формування ефективної стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг України. Її реалізація може бути

досягнута лише при розробці та реалізації необхідних для цього програм розвитку і механізмів, інструментів і заходів (рис. 3.3).

Отже, у загальному вигляді стратегія сталого розвитку ринку туристичних послуг визначає головною метою формування сприятливих умов для активізації діяльності суб'єктів ринку згідно з міжнародними стандартами якості та з урахуванням європейських цінностей, перетворення самого ринку туристичних послуг на високорентабельну, інтегровану у світовий ринок конкурентоспроможну сферу, що забезпечує прискорення соціально-економічного розвитку регіонів і держави в цілому, сприяє підвищенню якості життя населення, гармонійному розвитку і консолідації суспільства, популяризації туристичної індустрії України у світі.

Звісно ж, що реалізація такого завдання визначається необхідністю проведенням таких комплексних заходів, як: підвищення якості туристичного продукту; прояв особливої уваги до вирішення завдань охорони культурної спадщини при розробці нових продуктів; створення умов для інвестування і вдосконалення регіонального інвестиційного законодавства; точне позиціонування територіального туристичного продукту на міжнародному ринку; розробка маркетингу регіону; підвищення результативності продажів регіонального туристичного продукту на міжнародних ринках; підтримання попиту і витрат на внутрішній туризм; створення територіального бренду туристського продукту [160].

Проблема комплексного розвитку і оптимального використання туристичних ресурсів, що забезпечують сталий розвиток ринку туристичних послуг - це завдання стратегічного управління. Необхідно відзначити, що оптимізація розвитку ринку туристичних послуг України повинна ґрунтуватися на переважному розвитку тих видів і форм туризму, які дозволять максимально і комплексно, а також без шкоди природному та культурному середовищі використовувати ресурси.

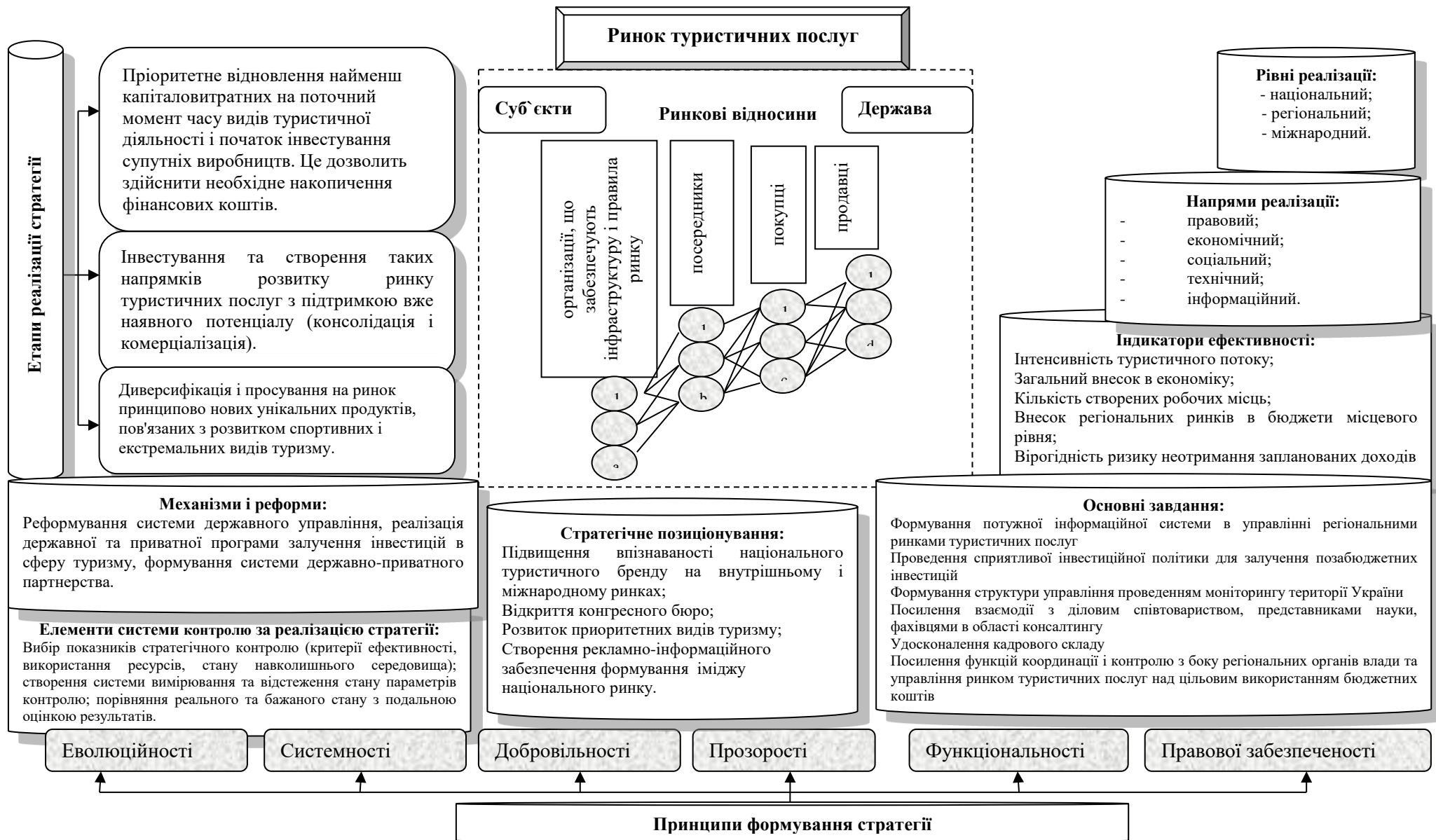


Рис. 3.3. Стратегія сталого розвитку ринку туристичних послуг України

Джерело: складено автором

Відмінності в економічних, природно-географічних, соціально-демографічних, політичних та інших факторах, що впливають на розвиток регіонів і зокрема регіональних ринків туристичних послуг, виключають уніфікований підхід до стратегічного планування. Саме тому, стратегія має формуватися не тільки на загальнодержавному, а й регіональному рівнях.

Необхідно відзначити, що стратегія сталого розвитку ринку туристичних послуг ґрунтуються на певних принципах, серед яких необхідно виділити наступні:

- еволюційності (сталість передбачає реалізацію циклів розвитку, які вимагають значних часових періодів. Можливість досягнення поставлених цілей в туристичній сфері в найближчі роки з точки зору конкретно-ситуаційних умов для України дуже низька. В той же час значні досягнення в зростанні показників розвитку ринку навіть в умовах нестабільності дозволяють стверджувати, що ретельно розроблена стратегія сталого розвитку ринку туристичних послуг, яка базується на виконанні «критичних» завдань, має великі шанси на реалізацію);

- системності (розгляд проблем і можливостей як елементів загальної теорії розвитку і використання системних механізмів реалізації програм вдосконалення діяльності. Згідно з цим принципом розробка усіх заходів має базуватися на розгляді ринку туристичних послуг як жорсткої системи, яка має внутрішні і зовнішні зв'язки, які чинять вплив на зміну структури та якісні характеристики поведінки держави);

- функціональності (досягнення цілей розвитку має підпорядковуватися завданням функціонального управління, які повинні бути чітко прописані і закріплені інституціонально. В останні роки в Україні відбувалися значні реформи в сфері державного управління, однак для ефективного розвитку туристичної галузі їх недостатньо);

- добровільності (прийняття рішень про реформування будь-яких елементів ринку туристичних послуг має базуватися на добрій волі учасників ринкових відносин. Безумовно, повинні бути враховані видатки на здійснення запланованих змін і координація усіх процесів має здійснюватися державними органами

управління, що дозволить комплексно та системно врахувати доцільність та швидкість реорганізаційних перетворень);

- прозорості (дотримання принципу досягається в максимальному обсязі в разі забезпечення активного обговорення проблем і можливих шляхів їх вирішення з залученням організацій громадянського суспільства. Крім того доцільно здійснювати обговорення із залученням співробітників органів державного управління);

- правової забезпеченості (вдосконалення нормативно-правової бази соціально-економічних процесів розвитку ринку туристичних послуг формує умови для стабільного розвитку інших галузей економіки (транспорт, будівництво, торгівля, тощо), рівноправного залучення в трудові відносини, успішно вирішує протиріччя, які можуть виникати).

Беручи до уваги представлені принципи та особливості розвитку ринку, можна визначити головні завдання, що є ключовими для реалізації стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг України. Серед них:

1. Формування потужної інформаційної системи в управлінні регіональними ринками туристичних послуг, можливо розміщеної на рівні муніципальних утворень і здатної більш дієво і якісно вирішувати питання забезпечення достовірною інформацією процесів управління розвитком;

2. Проведення сприятливої інвестиційної політики для залучення позабюджетних інвестицій в розвиток туристичної інфраструктури та інших супутніх їй галузей.

3. Організація тісної взаємодії органів управління розвитком і функціонуванням ринку туристичних послуг з органами управління муніципальних утворень.

4. Формування структури управління проведенням моніторингу території України. Основними завданнями цієї структури є проведення внутрішніх і зовнішніх маркетингових досліджень і збір необхідних даних про поточний стан туристичної індустрії і тенденцій її розвитку її, з урахуванням засад сталості.

5. Посилення взаємодії з діловим співтовариством, представниками науки, фахівцями в області консалтингу з розвитку туристичної діяльності та вирішення ключових проблем ринку.

6. Введення системи кількісних, якісних і динамічних показників для оцінки ефективності роботи регіональних органів управління ринками туристичних послуг, оцінки ефективності окремих туристичних продуктів і їх якості.

7. Удосконалення кадрового складу з упором на набуття досвіду і навичок в області сучасного консалтингу, менеджменту, маркетингу, інформаційних технологій в різних галузях економіки регіону, в тому числі і в сфері туризму.

8. Посилення функцій координації і контролю з боку регіональних органів влади та управління ринком туристичних послуг над цільовим використанням бюджетних коштів в процесі реалізації стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг України.

Формування стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг України являє собою особливий вид планової роботи, що складається в розробці стратегічних рішень (у формі прогнозів, проектів програм і планів), які передбачають висування таких цілей, реалізація яких забезпечує його ефективне функціонування в довгостроковій перспективі, швидку адаптацію до мінливих умов зовнішнього середовища. Формування стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг України, що розглядається як процес практичної діяльності відповідних суб'єктів управління, володіє своїм змістом, що охоплює як саму його суть, так і його прояв і включає процедуру розробки стратегічних прогнозів, проектів стратегічних програм і планів.

Зазначені вище завдання мають бути виконані не тільки на загальнодержавному, а й на регіональному рівні. Це пов'язано перед усім із тим, що рівень розвитку туристичних регіонів в країні характеризується високим рівнем асиметрії. Вирішення поставлених в стратегії завдань дозволить скоротити даний показник за рахунок глобального підвищення якості надання туристичних послуг та притоку інвестиційних та туристичних потоків.

У зв'язку із тим, що ринок туристичних послуг України розвивається досить динамічно, і при цьому має значний вплив на рівень національного доходу, стратегія його сталого розвитку має включати не тільки завдання, напрями та механізми їх реалізації, а й елементи стратегічного контролю, серед яких:

1. Показники контролю, за якими буду здійснюватися оцінка результативності стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг України;
2. Система вимірювання та відстеження стану параметрів контролю;
3. Порівняння реального та бажаного стану з подальшою оцінкою результатів.

Представлені елементи дозволять оцінити результативність програм в рамках стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг України та прийняти рішення, якщо це буде необхідно, щодо їх корегування.

Стратегія сталого розвитку ринку туристичних послуг України по-перше, виступає як інструмент реалізації політики розвитку регіонального туризму; по-друге, розкриває цілі і шляхи в майбутнє ринку туристичних послуг; по-третє, виступає як мірило, критерій соціально-економічного розвитку країни в цілому.

Стратегія сталого розвитку ринку туристичних послуг України покликана допомогти комерційним організаціям, пов'язаним з туризмом, проявити господарську самостійність і ініціативу, забезпечуючи їх спрямованість в русло загальнонаціональних інтересів. Саме тому вони стають головними суб'єктами ринку на рівні із державою, як власником рекреаційних ресурсів.

Стратегія сталого розвитку ринку туристичних послуг України представляє собою багатоетапний логічно пов'язаний ланцюжок. Звісно ж, що в основі вироблення стратегічних рішень повинен бути закладений інтегрований, міжгалузевий підхід у вигляді системних, кластерних досліджень. Різним рівням управління ринком туристичних послуг, як сектором економіки, повинні відповідати свої форми і зміст програмних заходів, що погоджує ці плани з загальними стратегічними цілями і завданнями в рамках узгодженої системи рішень на різних рівнях управління.

Таким чином, основним завданням стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг України є формування умов для нормального функціонування

його суб'єктів, а саме створення ефективної системи взаємодії між ними та державою, що має бути орієнтована на різні сегменти економіки.

При цьому слід зазначити, що результативність стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг України неможливо забезпечити без формування ефективної інформаційної системи в управлінні на основі корпоративної обчислювальної мережі з виходом в Інтернет, без забезпечення безпеки туристів і досягнення світової якості надаваних туристичних послуг. Ефективне вирішення цих завдань є першочергово важливим для розвитку та функціонування ринку туристичних послуг України на засадах сталості, як на найближче майбутнє, так і на тривалу перспективу.

3.2. Механізми реалізації стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг України

Реалізація стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг передбачає об'єднання специфіки регіонального і галузевого менеджменту в ринкових умовах з урахуванням транснаціоналізації підприємництва в туристичному бізнесі.

До основних принципів реалізації стратегії розвитку, що є дієвими на рівні галузі, регіону, країни, можна віднести [161-166]:

1. Оптимальність створеної структури управління визначає ефективність діяльності всієї системи в цілому, її виживання і подальшого розвитку.

2. Стратегічна мета діяльності та тактика реалізації заходів, спрямованих на досягнення цієї мети, повинні бути підтверджені відповідною організаційною структурою.

3. Структура управління розвитком повинна чітко визначати права і відповідальність кожного елемента системи, будь-якого органу ієрархічного рівня управління.

4. Система стратегічного управління вищого рівня повинна узгоджувати цілі суб'єктів управління всіх нижчих рівнів (принцип композиції цілей).

5. Обмеження в діяльності системи управління на регіональному та галузевому рівнях управління формуються зовнішніми інституційними умовами (держава, система міжнародних законів і традицій).

Застосування загальних принципів реалізації стратегії розвитку на рівні ринку туристичних послуг має певну специфіку.

Організація реалізації стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг України повинна створювати економічні, соціальні та інші переваги, не викликаючи деградації рекреаційних ресурсів, орієнтуючись на їх використання в майбутньому. Це передбачає необхідність більш тісного узгодження інтересів держави (як правило, власника рекреаційних ресурсів) і підприємств туристичної галузі (користувач ресурсів), а також врахування інтересів населення (збереження області проживання). Сучасна структура взаємодії може являти собою, наприклад, державно-приватне партнерство.

Реалізація стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг України має узгодити довгострокові цілі (орієнтири) економічного і соціального розвитку території з оперативними рішеннями, здійснити наступність політики з урахуванням циклічності оновлення керівництва держави. Реалізація стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг України передбачає територіальну обмеженість можливостей і запасів ресурсів, що створює специфічні проблеми прийняття рішень в рамках інфраструктурного та ресурсного підходів.

Ринок туристичних послуг тісно пов'язаний з такими галузями економіки, як гостинність, транспорт, освіта, наука, що вимагає формування комплексних програм розвитку глобальних цільових установок і орієнтирів, створення системи інституційних умов для розвитку регіональних кластерів. Реалізація туристичного продукту на ринку створює і деякі специфічні соціальні проблеми, пов'язані з доступністю рекреаційних ресурсів, зростанням припливу людей з іншими культурно-національними характеристиками і звичаями, залученням об'єктів культурно-національної спадщини і екосистем в виробничу діяльність.

Досвід управління ринком туристичних послуг демонструє зростання значущості науково-методичного забезпечення туристичної діяльності, розвитку системи підготовки кадрів, удосконалення методів стратегічного управління.

Зазначені особливості припускають необхідність виділення і конкретизації наукової методології реалізації стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг України. До основних напрямків вдосконалення елементів цієї методології слід віднести:

- дослідження взаємодії ринку туристичних послуг з зовнішнім середовищем;
- особливості використання конкурентних переваг та ключових факторів успіху, їх просування в умовах ринку;
- оцінку якості стратегічних рішень;
- специфіку реалізації стратегій і змін в галузі;
- використання людського фактора.

На першому етапі досліджень необхідно зосередитися на застосуванні стратегічних рішень на рівні окремих суб'єктів ринку.

Реалізацію представленої в пункті 3.1 стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг України в загальних рисах можна представити таким чином:

Етап 1. Пріоритетне відновлення найменш капіталовитратних на поточний момент часу видів туристичної діяльності і початок інвестування супутніх виробництв. В даний період в державі має отримати розвиток пляжного і лікувально-оздоровчого туризму, тому що в даний час в містах на узбережжі Чорного та Азовського морів розташовані в більшій мірі модернізовані готелі та оновлені пансіонати відпочинку, є хороша база для забезпечення туристів харчуванням. Крім того є бази відпочинку на узбережжі за межами міст, а також курортно-оздоровчі бази відпочинку біля грязьових і мінеральних джерел. Це дозволить здійснити накопичення фінансових коштів в галузі і приступити до реалізації другого етапу сталого розвитку ринку туристичних послуг України.

Етап 2. Інвестування та створення таких напрямків розвитку ринку туристичних послуг, як гірський і науково-пізнавальний туризм, з підтримкою вже наявного потенціалу (консолідація і комерціалізація). Зокрема в даний час є ряд

високогірних баз відпочинку, модернізованих та облаштованих відповідно до європейських стандартів якості. Крім того, в даних регіонах активно розвивається екскурсійний туризм.

Етап 3. Диверсифікація і просування на ринок принципово нових унікальних продуктів, пов'язаних з розвитком спортивних і екстремальних видів туризму, зокрема з гірськолижним спортом, зі сплавом по гірських річках, лазінням по скелях, сходженням в гори важкодоступними маршрутами і т.д. В Карпатських горах вже сьогодні діють гірськолижні бази, однак потрібне подальше розширення можливостей регіону.

При цьому, як зазначено в підрозділі 3.1, після завершення реалізації третього етапу відповідно до запропонованої стратегії здійснюється перехід до нового витка розвитку і далі, до повного використання потенційних можливостей ринку туристичних послуг України.

Найбільш перспективним механізмом реалізації стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг України є розвиток державно-приватного партнерства, як сукупності відносин між власником рекреаційних ресурсів і суб'єктами ринку, що займаються реалізацією та просуванням на світовому ринку туристичного продукту. Співробітництво між органами державної влади і підприємствами в Україні проходять при складних економічних та політичних умовах, що призводять до гальмування процесу реструктуризації економіки. Співробітництво між органами державної влади і підприємствами стосовно реалізації стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг України має на меті, перш за все, посилення взаємодії між суб'єктами ринку різних рівнів управління, що дозволить безпечними для економічної системи темпами забезпечити гармонізацію всіх аспектів використання рекреаційних ресурсів та розбудови туристичної інфраструктури, що є особливо актуальним на сучасному етапі розвитку світової економіки.

Однак, незважаючи на досить широкий спектр охоплення існуючих стратегій та планів, політика сталого розвитку ринку туристичних послуг України все ще не враховує необхідності соціального реформування та вирішення проблем щодо забезпечення безпечного та ефективного використання рекреаційних природних

ресурсів у процесі динамічного зростання туристичних потоків. У зв'язку з цим нами запропоновано механізм реалізації стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг України, що враховують правові, економічні та соціальні аспекти (рис. 3.4).

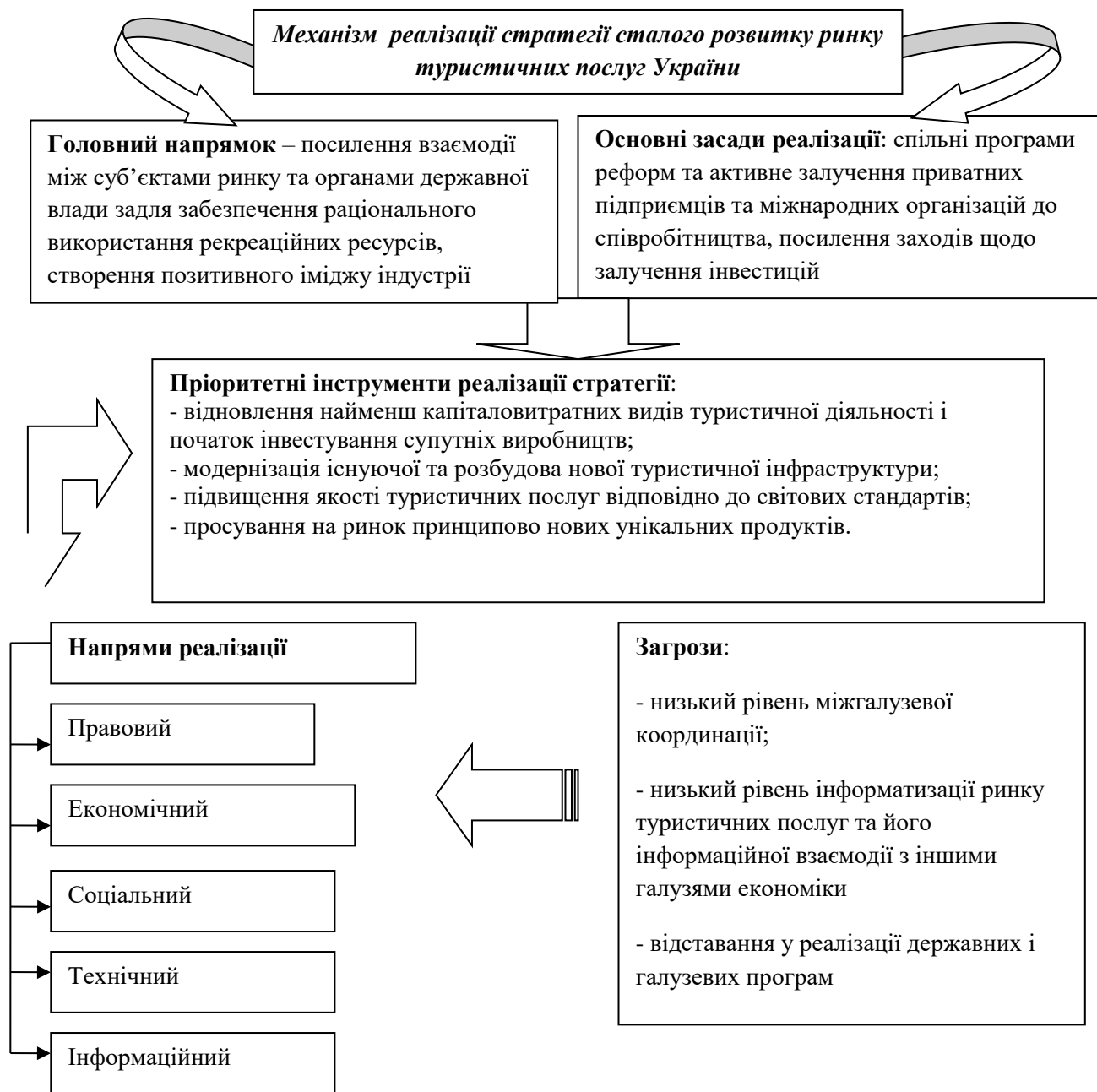


Рис. 3.4. Механізм реалізації стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг України

Джерело: складено автором

Варто зазначити, що у тих складних політичних та соціально-економічних умовах, що склалися сьогодні в країні, у якості механізмів реалізації стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг України не достатньо внутрішніх реформ на різних рівнях управління, держава має приймати активну участь у

спільних з іншими країнами (держави ЄС, Туреччина, тощо) програмах розвитку туристичної індустрії, а також залучатися до різноманітних міжнародних туристичних організацій.

Необхідно відзначити, що стратегія сталого розвитку ринку туристичних послуг України має бути спрямована на підвищення ефективності використання рекреаційних ресурсів, створення перспективного іміджу туристичної індустрії на світовій арені, модернізацію існуючої та розбудову нової туристичної інфраструктури, помірне збільшення її завантаженості, покращення синхронності роботи суб'єктів ринку з представниками інших галузей економіки.

У свою чергу ефективна реалізація прийнятої стратегії розвитку може бути досягнута при розробці та реалізації необхідних для цього програм розвитку і механізмів, інструментів і заходів, пов'язаних з їх реалізацією.

Завдання реалізації стратегії сталого розвитку національного ринку туристичних послуг України взаємопов'язані із основними напрямками реалізації стратегії розвитку туризму на національному та міжнародному рівнях. Однак, на сьогодні туристичний ринок України, як і туристична галузь в цілому, не готова до активного впровадження більшості зазначених у стратегії завдань. У зв'язку з недостатнім розвитком нормативно-правового забезпечення функціонування і розвитку галузі та низького обсягу інвестицій прогресивним є збільшення зношеності інфраструктури та виснаженості рекреаційних ресурсів, що негативно впливає на якість надання туристичних послуг та забезпечення належного стану навколишнього середовища. Ці фактори в умовах жорсткої конкуренції, що є наслідком активізації світових глобалізаційних процесів, призведуть до скорочення не тільки в'їзного туристичного потоку, а й кількості внутрішніх туристів, що створить реальну загрозу економічній безпеці держави. Саме тому необхідна розробка певних послідовних етапів реалізації стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг України по кожному з напрямів.

В рамках *правового забезпечення* стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг України необхідно виконання наступних кроків:

1 етап – розробка та ухвалення Стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг України, що передбачає активізацію процесів зближення та взаємозв'язку регіональних ринків туристичних послуг з іншими галузями економіки, створення відповідних механізмів регулювання економічних, соціальних та політичних засад регулювання таких відносин;

2 етап – формування робочих груп з посадових осіб та підрозділів на всіх рівнях управління державою з метою забезпечення реалізації Стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг України за рахунок встановлення прямих контактів між міністерствами, експертними комісіями та робочими групами різних Департаментів Кабінету Міністрів;

3 етап – створення механізмів приведення проектів нормативно-правових актів України, що регулювали би саме функціонування ринку туристичних послуг, відокремлено від туристичної індустрії;

4 етап – приведення загальних стандартів функціонування суб'єктів туристичного ринку України до світових стандартів якості.

Глобалізація світової економічної системи, уніфікація національних принципів запровадження концепції сталого розвитку в усіх галузях економіки, в тому числі і в туризмі, на основі відповідних конвенцій та угод, посилення тенденції до збільшення в'їзних та виїзних туристичних потоків України та потенційна взаємовигідність державно-приватного партнерства в туристичній галузі є важливими факторами, що стимулюють розвиток ринку туристичних послуг. Кінцевим результатом реалізації стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг України в *економічному напрямку* має стати просування нових туристичних продуктів на міжнародному ринку туристичних послуг, що може бути досягнуто за рахунок реалізації наступних етапів:

1 етап – на основі взаємовигідного режиму сприяння економічному розвитку введення єдиного правового поля та єдиних стандартів в сфері конкуренції та інвестування;

2 етап – стимулювання експорту туристичних послуг України з метою диференціації туристичних потоків та покращення іміджу національного туристичного ринку;

3 етап – поступова ліквідація обмежень в розвитку конкуренції через скорочення використання засобів протекціонізму національного ринку та підвищення якості туристичних продуктів.

Першочерговим завданням *технічного напрямку* реалізації стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг України є реконструкція, модернізація та збільшення пропускної здатності, підвищення якості обслуговування туристичних потоків об'єктами інфраструктури, та приведення експлуатаційних та техніко-економічних показників розвитку до світових стандартів якості. Матеріально-технічна база туристичної галузі в межах реалізації стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг України потребує модернізації. Більшість інфраструктурних об'єктів держави не відповідають світовим стандартам (коефіцієнт навантаження, забезпеченість сучасними засобами регулювання функціонування суб'єктів ринку). На шляху реалізації стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг України стоять низький рівень конкурентоспроможності колективних засобів розміщення, необхідність модернізації об'єктів туристичної інфраструктури та структурної реорганізації управління туристичними потоками.

Соціальний напрям реформування ринку туристичних послуг України в межах реалізації стратегії його сталого розвитку полягає у реформуванні систем страхування, охорони праці та здоров'я працівників галузі та інших секторів соціальної політики відповідно до світових стандартів. Соціальний напрям має бути реалізований у взаємозв'язку з іншими напрямками стратегії за активної участі державних інститутів та програм, а також безпосередньої участі приватних підприємств з метою більш ефективного засвоєння механізмів адаптації соціальної політики. В межах соціального напрямку реалізації стратегії сталого розвитку ринок туристичних послуг України має пройти кілька етапів розвитку становлення:

1 етап – підготовчий. Досвід суб'єктів ринків туристичних послуг країн Європейського Союзу, як основних партнерів в реалізації концепції розвитку,

необхідно використати з метою підготовки нормативно-правового забезпечення соціального захисту працівників галузі. Важливим кроком на цьому етапі буде укладання договорів щодо координації систем соціального захисту працівників, що мають українське громадянство, але будуть працювати або працюють на території держав ЄС;

2 етап – формування загальних стандартів соціального захисту працівників ринку туристичних послуг України при безпосередньому супроводжуванні експертів з міжнародних туристичних організацій. Етап передбачає забезпечення реалізації програм соціально-освітнього розвитку та впровадження механізмів соціальної адаптації. Соціально-освітній розвиток представляє собою процес спільної взаємодії органів влади України та закладів вищої освіти з метою забезпечення умов реалізації соціальної політики на основі позитивного досвіду реалізації подібних програм інших країн світу.

3 етап – контрольний-аналітичний. Цей етап не повинен обмежуватись часовими рамками, так як передбачає постійну оцінку ефективності проведення соціальних реформ та вироблення механізмів її підвищення.

Крім того, реалізація стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг України у соціальному напрямі має забезпечувати необхідний рівень захисту для національної культурної спадщини, що потребує окремого, більш детального аналізу та розробки відповідного нормативного забезпечення. Соціальний напрям реалізації стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг України у тісній взаємодії з іншими напрямами буде сприяти підвищенню якості послуг та збільшення рівня їх конкурентоспроможності на національному та міжнародному ринках.

Ринок туристичних послуг України поступово рухається в напрямку активізації використання інформаційно-комунікаційних технологій, однак динаміка цього процесу є помірною, що гальмує інтеграцію національного ринку до міжнародного. Недостатній розвиток туристично-інформаційної інфраструктури потребує формування єдиної інформаційної системи, яка б забезпечила доступ до туристичних даних всім суб'єктам ринку та туристам по всій країні. Саме таку мету має реалізація

стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг в *інформаційному напрямі*. Необхідними кроками у цьому напрямі є наступні:

1. Активізація запровадження Концепції створення та функціонування мережі туристично-інформаційних центрів в Україні;

2. Удосконалення взаємодії суб'єктів ринку туристичних послуг та підприємств, що сприяють поширенню інформації щодо туристичних продуктів на міжнародних виставках та ярмарках;

3. Формування єдиної бази даних об'єктів туристичної інфраструктури, продуктів, маршрутів;

4. Забезпечення співробітництва національних центрів із центрами європейських та інших провідних країн світу.

Створення єдиної інформаційної системи забезпечить необхідну якість надання туристичних послуг відповідно до завдань стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг України, а також слугуватиме інструментом розповсюдження на світовій арені інформації щодо туристичних можливостей країни.

З огляду на високу значущість ринку туристичних послуг для української економіки та необхідність побудови стратегії його розвитку на засадах сталості, доцільним є посилення Департаменту туризму та курортів, як базового представника органів державної влади на ринку. При цьому Департамент туризму та курортів має стати загальнодержавним органом виконавчої влади, що проводить єдину економічну політику і здійснює управління розвитком і функціонуванням ринку туристичних послуг. Порівняльна характеристика існуючої та необхідної організаційних структур Департаменту представлені на рис. 3.5. Остання може бути скоригована в міру виявлення недоліків в управлінні, потреб і проблем в процесі реалізації стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг України з урахуванням змін економічного середовища.

Необхідність реформування організаційної структури Департаменту полягає у розширенні його функціональних обов'язків, що пропонується розподілити наступним чином:

1. За проведення ефективної інвестиційної політики та залучення позабюджетних джерел інвестування має відповідати відділ управління інвестиційною діяльністю.

2. За відновлення і розвиток інфраструктури ринку туристичних послуг має нести відповідальність відділ розвитку туризму і управління інвестиційною діяльністю.

3. За створення позитивного туристичного іміджу України в цілому та окремих регіональних ринків туристичних послуг має відповідати відділ управління конкурентоспроможністю та відділ управління маркетинговою діяльністю.

4. За інформаційне забезпечення і створення інститутів по обслуговуванню ринку туристичних послуг – відділ розвитку туризму і відділ управління маркетинговою діяльністю.



Рис. 3.5. Порівняльна характеристика існуючої та необхідної організаційних структур Департаменту туризму та курортів

Джерело: складено автором на основі [167]

5. За проведення маркетингових досліджень - відділ управління маркетинговою діяльністю.

6. За поліпшення матеріальної бази перевезення, розміщення та харчування туристів, а також за запровадження концептуальних засад сталого розвитку - відділ розвитку туризму та відділ управління якістю туристичних послуг.

Основна ж мета Департаменту туризму та курортів має полягати у формуванні, пошуці та просуванні на внутрішньому і світовому туристичних ринках регіональних туристичних продуктів, а також створення позитивного іміджу України на світовому туристичному ринку.

Ключовими функціями Департаменту туризму та курортів в сфері реалізації стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг України мають стати наступні:

1. Розробка і реалізація концепції, що забезпечує функціонування ринку туристичних послуг.

2. Стратегічне планування і ефективна реалізація планів розвитку різних видів туристичної діяльності.

3. Аналіз і оцінка стану ринку туристичних послуг, проведення ефективних маркетингових досліджень в рекреаційно-туристичній сфері.

4. Формування та постійне оновлення пакетів інвестиційних пропозицій і проектів по будівництву об'єктів туристичної інфраструктури.

5. Забезпечення умов для ефективного розвитку прогресивних форм організації суб'єктів ринку туристичних послуг, ефективної їх взаємодії між собою, а також об'єднання їх можливостей для вирішення завдань непосильних для окремих підприємств.

6. Формування комплексної програми по стимулюванню залучення позабюджетних інвестицій в розвиток туристичної інфраструктури та формування сприятливого для цього інвестиційного клімату.

7. Забезпечення умов для формування сталого іміджу національного та регіональних ринків туристичних послуг.

8. Проведення ефективної політики в сфері охорони рекреаційних ресурсів.

9. Розробка комплексу заходів щодо вирішення екологічних проблем туристичної галузі з метою поліпшення умов і підвищення якості туристичних продуктів і контроль за їх виконанням.

10. Просування туристичних продуктів на вітчизняному та зарубіжних ринках туристичних послуг.

11. Проведення ліцензування організацій, які надають туристичні послуги, і здійснення контролю за якістю послуг, що надаються. При цьому підвищення якості туристичних послуг є одним з основних завдань, вирішення якого дозволить забезпечити позитивний імідж України на різних внутрішніх і зовнішніх ринках туристичних послуг.

12. Розробка комплексу заходів, що сприяє подоланню негативних тенденцій і проблем, що виникають на підприємствах-суб'єктах ринку туристичних послуг всіх форм власності та в процесі їх взаємодії при спільній реалізації різних проектів.

Отже, саме Департамент туризму та курортів України являє собою головний контролюючий орган, що здійснює реалізацію стратегії сталого розвитку національного ринку туристичних послуг.

Туристичний ринок України демонструє стійку тенденцію до удосконалення функціонування ринкового механізму на засадах сталості. Визнання світовим співтовариством України, як європейської держави, ставить перед Урядом країни жорсткі вимоги щодо створення на території України ефективних регіональних ринків туристичних послуг, що можуть бути залучені до світової мережі руху туристичних потоків та сприяли б розвитку геополітичного потенціалу країни. Запропоновані напрями та механізми реалізації стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг України визначають базові кроки щодо розв'язання проблем подальшого розвитку національного ринку туристичних послуг, виходячи з нових завдань, що постали перед туристичною індустрією в умовах поживлення і відновлення реального сектору економіки, зростання попиту на туристичні послуги, як наслідків активізації процесів глобалізації.

3.3. Система індикаторів оцінки ефективності запровадження сталого розвитку ринку туристичних послуг України і його стратегічне позиціонування

Ринок туристичних послуг приносить значні доходи як економіці країни в цілому, так і окремим регіонам, а також суб'єктам економічної діяльності. Таким чином, ефективність реалізації стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг України має бути оцінена з позиції забезпечення максимального ефекту та результативності для всіх учасників ринку.

Представлена в підрозділі 3.1 стратегія сталого розвитку ринку туристичних послуг України за рахунок індикаторів результативності та ефективності впровадження стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг України дозволить моніторити стан ринку та відповідність запропонованим критеріям, а також своєчасно приймати необхідні управлінські рішення для корегування заходів. Найбільш важливими індикаторами мають стати:

1. Інтенсивність туристичного потоку.

Так, одним з найбільш визначних показників, що відображають результативність розвитку ринку туристичних послуг є туристичний потік (туристопотік), який при цьому є не статичним, а динамічним та керованим показником. Інтенсивність туристопотоку пропонується визначати за показниками абсолютного приросту (зменшення) та темпу зростання кількості відвідувачів.

Абсолютний приріст (зменшення) туристопотоку (Δ_t) показує, на скільки осіб збільшився або зменшився рівень туристопотоку:

$$\Delta_t = Y_i - Y_{i-t} \quad (3.1)$$

Темп зростання туристопотоку () розраховується як відношення рівнів туристопотоку:

$$\frac{Y_i}{Y_{i-t}} \quad (3.2)$$

Розрахунок туристопотоку пропонується здійснити за окремими сегментами туристів, а саме: 1) за географічною ознакою; 2) за демографічною ознакою; 3) за споживчими перевагами (рис. 3.6).

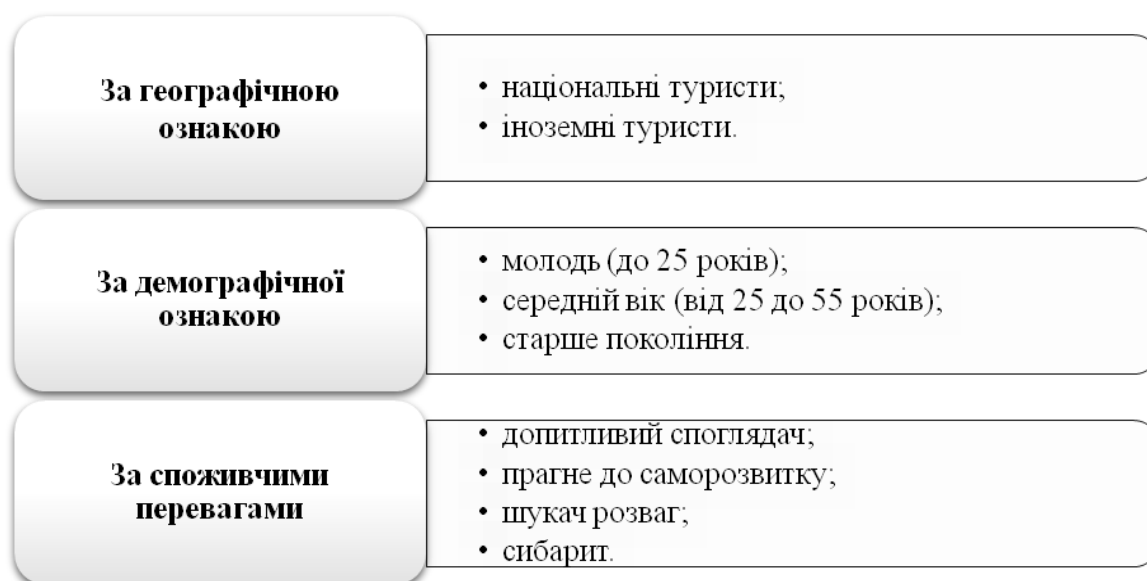


Рис. 3.6. Сегменти туристів

Найбільш значущим з зазначених критеріїв є споживчі переваги, бо саме вони визначають найпривабливіші туристичні дестинації, а демографічні та географічні ознаки визначаються в другу чергу.

Найтиповішим для «Допитливого глядача» є похилий вік і традиційне середовище. Це люди з достатнім доходом, високим рівнем освіти, усталені, консервативні, традиційні. Для них характерна «офіційна» культура, традиційна кухня, фольклор, повсякденне життя, туристичні заходи. Вони вважають за краще планувати поїздки, віддають перевагу організованим груповим турам з гідом. «Каталізатором» для них є: повний пакет послуг, особливі заходи в регіоні, пакет послуг з додатковою програмою (місто + передмістя). Як правило, туристи даного сегменту їздять парами, сім'ями або групою, мало хто приїжджає повторно, мають середній бюджет і традиційні пункти витрат. Напрямки відвідувань даних туристів можуть змінюватися в залежності від минулого досвіду, поточних тенденцій, транспортної досяжності.

Найбільш типовими представниками туристів, «які прагнуть до саморозвитку», є постмодерністи, інтелектуали. Даний сегмент характеризується

середнім віком, різним рівнем доходу, високим рівнем освіти. Культура даної групи туристів залежить від місця призначення, повсякденного і ділового життя. Для них характерні альтернативне мистецтво і традиційна кухня. Вони вважають за краще самостійні поїздки на основі власних досліджень. «Каталізатором» для них є: примітна інформація або заходи, можливості перельоту (ціна / напрямок). Даний сегмент туристів воліє подорожувати індивідуально / с другом, приїжджати повторно тільки з особливого інтересу до чого-небудь в регіоні, діапазон бюджету сильно варіюється. Вони вважають за краще «нетипові» напрями, індивідуальні відмінності, широкий спектр послуг.

Найбільш типовим для сегмента туристів «Шукач розваг» є молодий вік. Даний сегмент туристів характеризується низьким доходом, як правило, низьким рівнем освіти, гедоністами і матеріалістами. Що стосується культури, то даний сегмент туристів віддає перевагу вуличному, нічному життю (з відтінком зіпсованості), місцям скупчення молоді. Вони намагаються купувати квитки самостійно, заздалегідь все не резервувати, живуть у недорогих готелях. «Каталізатором» для даного сегмента туристів є: дешеві квитки, заходи альтернативної культури (музичні), рекомендації друзів. Дані туристи вважають за краще їздити з групою друзів, мало витратити на готель і квитки, більше на розваги.

Найбільш типовим для сегмента туристів «сибарит» є люди, що міцно стоять на ногах. Даний сегмент туристів характеризується середнім віком, високим доходом, середнім рівнем освіти; гедоністами, які міцно стоять на ногах, сучасними буржуа. Що стосується культури, то для представників сегмента туристів «сибарит» характерні класичні шоу / театри / уявлення, романтичні пейзажі, магазини, дружня атмосфера на вулицях, елегантні ресторани, «офіційне» мистецтво. Даний сегмент туристів зацікавлений в недорогих, але великих пакетах послуг; спонтанних, безтурботних / легких поїздках. «Каталізатором» для даного сегмента туристів виступають дешеві перельоти, пакети послуг (транспорт готель / послуги), класичні заходи. Вони вважають за краще подорожувати парами, багато витратити.

Для досягнення цілей підвищення денних витрат і збільшення повторних відвідувань цільовим повинен стати туристичний потік, який характеризує середня

вікова група, особливо люди від 25 до 55 років. Найбільш привабливою є група від 40 до 55 років. Це пояснюється декількома факторами: по-перше, вона є однією з найчисленніших демографічних груп, по-друге, дана група більш інших цікавиться тим, що може запропонувати територія України.

Представлена сегментація дозволить розрахувати туристопотік та його інтенсивність за ключовими сегментами ринку.

Туристопотік за географічної ознакою пропонується розраховувати за формулою:

$$T_{go} = N_n^t + N_i^t \quad (3.3)$$

де N_n^t – кількість національних туристів;

N_i^t – кількість іноземних туристів.

Туристопотік за демографічною ознакою пропонується розраховувати за формулою:

$$T_{do} = N_m^t + N_{sv}^t + N_{sp}^t \quad (3.4)$$

де N_m^t – кількість туристів молодого віку;

N_{sv}^t – кількість туристів середнього віку;

N_{sp}^t – кількість туристів старшого покоління.

Туристопотік за ознакою «споживчі переваги» пропонується розраховувати за формулою:

$$T_{so} = N_{ds}^t + N_{ps}^t + N_{shr}^t + N_s^t \quad (3.5)$$

- де N_{ds}^t – кількість туристів за сегментом «допитливий споглядач»;
- N_{ps}^t – кількість туристів за сегментом «прагне до саморозвитку»;
- N_{shr}^t – кількість туристів за сегментом «шукач розваг»;
- N_s^t – кількість туристів за сегментом «сибарит».

2. Загальний внесок в економіку України. Оцінити як загальні грошові надходження від туристичних витрат (з обліків вторинного ефекту), так і ті кошти, які в підсумку надходять всім економічним агентам (бюджети всіх рівнів, населення, приватний сектор). Розраховується за формулою:

$$ЗВТ_e = П_{српн} + ЗП_{псрпн} + РП_{српн} + АВ_{српн} + ЧНП_{српн} + ЧВ_{српн} \quad (3.6)$$

де $ЗВТ_e$ - загальний внесок ринку туристичних послуг в економіку країни;

$П_{српн}$ - прибуток суб'єктів ринку туристичних послуг;

$ЗП_{псрпн}$ - заробітна плата працівників ринку туристичних послуг;

$РП_{српн}$ - рентна плата суб'єктів ринку туристичних послуг;

$АВ_{српн}$ - амортизаційні витрати суб'єктів ринку туристичних послуг;

$ЧНП_{српн}$ - чисті непрямі податки суб'єктів ринку туристичних послуг;

$ЧВ_{српн}$ - чисті відсотки суб'єктів ринку туристичних послуг.

3. Кількість створених робочих місць. Одним з головних пріоритетів сталого розвитку є боротьба з бідністю. Створення нових робочих місць на національному ринку туристичних послуг вносить істотний внесок в вирішення цієї проблеми за рахунок того, що вони створюються не на шкідливому виробництві. Розраховується за формулою:

$$W = \sum \frac{S * l}{t} \quad (3.7)$$

де W – кількість робочих місць, одиниць;

S – загальна кількість об'єктів туристичних інфраструктури (за видами);

l – витрати часу на обслуговування туриста (за видами туристичної інфраструктури);

t – кількість робочих годин у році (в середньому по галузі).

4. Внесок регіональних ринків в бюджети місцевого рівня. Розрахунок показника є актуальним у зв'язку з наявністю того факту, що розвиток туристичної інфраструктури в окремих випадках фінансується з місцевого бюджету. Формула розрахунку буде подібною до тої, що визначає загальний внесок ринку туристичних послуг до економіки країни з корегуванням на регіональні особливості.

5. Вірогідність ризику неотримання запланованих доходів. Показник даного критерію розраховується як частка від ділення середньоквадратичного відхилення на очікуване значення результату (у статистиці йому відповідає коефіцієнт варіації (формула 3.8)) [157].

$$\delta = \frac{\sigma}{E} \quad (3.8)$$

Представлені індикатори дозволяють оцінити ринок туристичних послуг України, як відкриту систему, що функціонує у тісному зв'язку із різноманітними суб'єктами не тільки на національному рівні, а й на міжнародній арені. В умовах активізації інтеграційних процесів та підвищення мобільності населення внаслідок соціальної та економічної глобалізації позиціонування його на світовій арені стає одним із пріоритетних завдань стратегії сталого розвитку. Стратегічне позиціонування ринку туристичних послуг необхідно здійснювати комплексно відповідно до завдань сталого розвитку. У зв'язку з цим рекомендується використовувати бренд туристичного ринку України як єдиний бренд всіх пам'яток. [168] Доцільність такого позиціонування диктується наступними причинами:

1. В даний час бренду ринку туристичних послуг України не вистачає видимості, присутності в умах споживачів і інформаційної присутності в конкурентному полі; туристам про особливості даного туристичного регіону відомо дуже мало. Виходячи з цього, більш доцільно починати просування на внутрішньому та міжнародному ринках з єдиного бренду, а не намагатися запустити кілька брендів одночасно.

2. Використання єдиного бренду дозволить отримати користь з ефекту масштабу в маркетингу України. Для досягнення відчутних результатів у просуванні бренду необхідно забезпечити кожній складовій бренду певну «критичну масу» інформаційної присутності на ринку.

3. Ринок туристичних послуг України має виступати так званим «атакуючим» брендом, що сприяє залученню туристів, з метою стимулювання повторних поїздок.

На початковому етапі розробки плану стратегічного позиціонування ринку туристичних послуг України ключовими цілями є:

- підвищення впізнаваності бренду на внутрішньому і міжнародному ринках;
- збільшення інформаційної присутності бренду в конкурентному полі;
- збільшення в'їзного туристичного потоку, тривалості поїздки (особливо для іноземних туристів), залучення повторно приїжджаючих туристів;

- збільшення туристичного потоку в низький сезон;
- збільшення щоденних витрат туристів.

Підтримку бренду на ринку необхідно здійснювати постійно, так як туристичний ринок характеризується, по-перше, циклічністю та, по-друге, інерційністю популярності окремих напрямків.

Для реалізації поставлених цілей пропонується використовувати кілька різних наборів інструментів і каналів комунікації:

1. Розміщення прямої іміджевої реклами (на телебаченні, радіо, в пресі, включаючи бізнес-пресу).
2. Організація спеціальних публікацій про туристичну інфраструктуру в спеціалізованих журналах про подорожі і сюжетах в телевізійних програмах про туризм і культурі («Discovery», «Культура», «Недолугі замітки»).
3. Подання національного туристичного ринку на туристичних виставках.
4. Запрошення відомих людей скористатися послугами ринку туристичних послуг (відпочити, відсвяткувати якусь подію) та висвітлення їх поїздки в ЗМІ.
5. Розміщення більш детальної, ніж пряма іміджева реклама бренду, реклами, що згадує конкретні пам'ятки і події в країні в масових і спеціалізованих друкованих виданнях.
6. Поширення брошур та інших друкованих матеріалів про туристичні об'єкти, що відповідають інтересам туристів і туроператорів через систему інформаційної підтримки туристів; надання можливості замовити ці матеріали поштою через інтернет-портал (для туристів і туроператорів); на туристичних виставках (для туристів і туроператорів).
7. Організація особливих туристичних подій в країні і рекламне просування цих подій (на телебаченні, радіо, в пресі).
8. Пряма розсилка рекламно-інформаційних матеріалів туристам і туроператорам.
9. Створення клієнтської бази даних, по типу «Клуб друзів».
10. Запрошення іноземних журналістів до країни для висвітлення тем, пов'язаних з туризмом.

11. Організація тимчасових знижок на авіаквитки, готелі та екскурсії в низький сезон.

12. Створення тематичних продуктів, що асоціюються з більш низькими цінами (наприклад, «проведи два дні в країні і отримаєш третій безкоштовно» та інші).

13. Одночасне розміщення реклами про акції (в Інтернеті, на інтернет-порталах, на сайтах замовлення квитків і готелів і т.д. ; в пресі).

При цьому слід зазначити, що самий короткостроковий ефект матимуть промо-акції, а самий довгостроковий - маркетинг бренду як такого.

Таким чином, з метою ефективного розвитку і просування національного ринку туристичних послуг України необхідно його стратегічне позиціонування як єдиного центру тяжіння туристів. Позиціонування відображає основні якості та властивості сегментів ринку туристичних послуг. Сучасне його сприйняття та майбутнє відображені в табл. 3.1. Як вже зазначалося вище, ринку туристичних послуг України не вистачає відкритості та видимості, що служить причиною для формування неправильного сприйняття споживачами не тільки його окремих сегментів, а й усієї структури в цілому.

З метою вдосконалення системи управління ринком туристичних послуг необхідно відкриття конгресного бюро. Конгресне бюро, як некомерційна маркетингова організація, є основною сполучною ланкою між міжнародними та національними суб'єктами ринку туристичних послуг за допомогою поширення інформації про конгресні можливості національної туристичної інфраструктури, участі в тендерах на місце проведення конгресів, надання безкоштовних послуг оргкомітету конгресів (консультації, інспекційні візити та ін.) [169-174].

У більшості випадків конгресне бюро організовано як партнерство між владою та бізнесом, що передбачає спільну участь в управлінні і фінансуванні розвитку ринку туристичних послуг на засадах сталості.

Основні завдання конгресного бюро: поширення інформації про можливості туристичної інфраструктури на ринку міжнародних зустрічей; організація в країні міжнародних зустрічей.

**Сприйняття споживачами окремих сегментів ринку туристичних послуг
України**

Спортивний туризм	Культурно-пізнавальний туризм	Лікувально-оздоровчий туризм	Сімейний туризм
<i>Поточне сприйняття</i>			
Динамічний	Традиційний	Дорогий	Традиційний
Слабо-розвинений	Популярний	Безпечний	Популярний
Занадто дорогий	Широко рекламований	Рекомендований спеціалістами	Широко рекламований
Небезпечний	Якісний	Слабо-розвинений	Якісний
<i>Майбутнє сприйняття</i>			
Інноваційний	Удосконалений	Доступний	Удосконалений
Сучасний	Сучасний	Інноваційний	Сучасний
Модний	Безпечний	Якісний	Безпечний
Оздоровчий	Доступний	Модний	Доступний
Безпечний	Високоякісний	Безпечний	Високоякісний

Джерело: розроблено автором

Основними принципами організації конгресного бюро є: некомерційний характер діяльності, що забезпечує неупередженість при виборі того чи іншого постачальника послуг; офіційний статус і визнання з боку Уряду як офіційного представництва на ринку міжнародних зустрічей; безоплатність послуг, що надаються планувальникам міжнародних зустрічей [175]. Недотримання хоча б одного з цих принципів при організації конгресного бюро підриває довіру з боку організаторів міжнародних зустрічей до цієї структури і надає негативний ефект.

Виходячи з цього, конгресне бюро повинно бути організовано за принципом партнерства між державою та суб'єктами ринку туристичних послуг, діяльність яких є комерційною, що має на увазі спільну участь в управлінні і фінансуванні розвитку. Некомерційний характер діяльності і пайову участь органів влади та бізнесу забезпечують той нейтралітет і неупередженість, яку організатори міжнародних зустрічей звикли бачити в роботі конгресного бюро.

Конгресне бюро організовано за принципом асоціації, що об'єднує компанії, які отримують економічну вигоду від конгресів. Більшість конгресних бюро об'єднують наступні категорії членів:

1) професійні організатори конгресів – суб'єкти ринку туристичних послуг, які забезпечують комплексну підготовку, включаючи управління бюджетом, рекламно-інформаційну підтримку, послуги секретаріату і загальну координацію;

2) компанії ОМС (Destination Management Company) - суб'єкти ринку туристичних послуг, що працюють в сегменті ділового туризму і обслуговують конгреси, конференції та корпоративні заходи (готельна і транспортна логістика, організація соціальних і екскурсійних програм і т.д.);

3) конгрес-центри, конгресні зали та інші об'єкти (палаці, бізнес-центри), що володіють банкетними можливостями;

4) готелі;

5) ресторани;

6) транспортні компанії (авіаперевізники, автобусні компанії, залізничні та круїзні компанії).

Також до складу членів конгресного бюро можуть входити: міжнародний аеропорт; суб'єкти ринку туристичних послуг, які надають послуги перекладу; суб'єкти ринку туристичних послуг, що надають аудіо-відео та демонстраційні матеріали для заходів; суб'єкти ринку туристичних послуг, що розробляють комп'ютерні програми для реєстрації делегатів; виставкові компанії, а також інші організації, які беруть участь в підготовці та обслуговуванні міжнародних зустрічей.

У число членів конгресного бюро іноді включають університети та інші наукові установи, що займаються проведенням конгресів і конференцій, але без необхідності сплати членських внесків.

Надання певного набору послуг для організаторів міжнародних зустрічей (асоціацій, корпорацій) на безоплатній основі є однією з найважливіших функцій конгресного бюро. На сучасному ринку міжнародних зустрічей повнота і якість цих послуг є одним з вирішальних факторів при виборі місця проведення конгресу міжнародною асоціацією.

Діяльність на основі сформованого конгресного бюро дозволить скорочувати час прийняття управлінських рішень, знижувати витрати на сервіс. Скорочення часу оформлення замовлення сприяє підвищенню якості обслуговування, лояльності туристів і, як наслідок, встановлення довгострокового співробітництва.

Загальний склад та ієрархія функціональних підсистем конгресного бюро представлена на рис. 3.7.

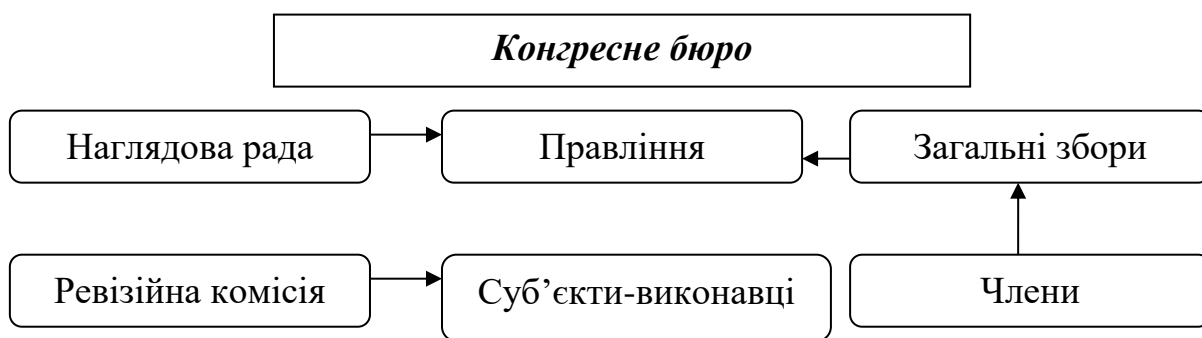


Рис. 3.7. Склад та ієрархія функціональних підсистем конгресного бюро

Джерело: складено автором на основі [177,178]

У набір цих послуг повинно входити: надання інформаційних матеріалів про культурно-розважальні можливості регіону; надання інформації та сприяння у виборі постачальників послуг; попереднє бронювання готельних номерів; організація інспекційних візитів для представників оргкомітетів конгресів; складання пакету документів для участі в тендері на місце проведення конгресу, в якому міститься детальний опис конгресних можливостей регіону, готельної інфраструктури.

Розвиток пріоритетних видів туризму в інтересах підвищення привабливості турпродуктів, що пропонуються на національному ринку туристичних послуг України можливо при здійсненні наступних заходів:

1. Створення комплексу розважальних об'єктів (аквапарки, іподроми, торгово-розважальні комплекси, музейно-розважальні комплекси, атракціони).
2. Розробка і реалізація програми зі створення мережі тематичних парків на базі як існуючих, так і новостворюваних садово-паркових комплексів.

3. Розробка та реалізація програми зі створення об'єктів розважальної індустрії.

Створення сприятливих умов для збільшення притоку туристів і доходів за рахунок розвитку інфраструктури культурно-пізнавального туризму можливо за рахунок здійснення наступних заходів:

- розробка програм і проектів, спрямованих на прискорення темпів реконструкції і модернізації історико-культурних пам'яток з метою включення їх в систему екскурсійного показу;

- підтримка заходів по збільшенню експозиційних залів, музеїв шляхом будівництва нових приміщень;

- підтримка диверсифікації діяльності музейних комплексів за рахунок розширення номенклатури послуг, що надаються (проведення семінарів, продаж сувенірної продукції та інших заходів);

- розробка і реалізація програми включення релігійних (культових) об'єктів, а також кладовищ і окремо розташованих меморіальних комплексів в систему екскурсійного показу;

- сприяння установам культури при підготовці бізнес-пропозицій та заявок на участь в програмах міжнародної технічної та фінансової допомоги.

Сприяння формуванню сприятливих умов для збільшення притоку туристів, підвищення рівня наповненості об'єктів туристичної інфраструктури і доходів за рахунок створення комфортних умов перебування в країні туристів необхідно виконання наступних заходів [176-179]:

- підтримка заходів з утримання території туристичних регіонів і особливо культурних пам'яток в зразковому порядку;

- підтримка заходів з відродження пам'ятників, скульптур, фонтанів і т.д.;

- вирішення проблеми освітленості;

- вирішення проблеми благоустрою пляжних зон;

- розробка системи заходів по організації зовнішньої реклами об'єктів інфраструктури туризму, відпочинку та розваг.

Для регіонів, що мають водні ресурси, необхідно здійснити підтримку наступних заходів для організації водного туризму та екскурсійної діяльності на річках, каналах і озерах [179-183]:

- створення причальних споруд на річках, каналах і озерах для забезпечення діяльності водних маршрутних таксі та екскурсійних судів;
- створення павільйонів інформаційно-туристичного і рекламного обслуговування в складі причальних комплексів для екскурсійних судів на річках, каналах і озерах;
- розробка проекту по створенню водного маршрутного екскурсійного таксі;
- підготовка і видання буклету водних прогулянок та екскурсій по річках, каналах і озерах;
- підготовка і видання СБ-диска «Водні прогулянки та екскурсії»;
- розробка і реалізація програм і проектів розвитку інфраструктури катерних-яхтового туризму.

Створенню сприятливих умов для збільшення притоку туристів і доходів за рахунок розвитку інфраструктури спортивного туризму будуть служити наступні заходи:

- будівництво нових і модернізація діючих спортивних споруд;
- розробка заходів щодо збільшення кількості спортивних заходів міжнародного та національного значення;
- розробка заходів з підготовки та включення найбільших спортивних об'єктів (стадіони, спортивні комплекси та інші споруди) в систему екскурсійного показу;
- розвиток інфраструктури велотуризму (створення велодоріжок, організація прокатних пунктів велосипедів, стоянок та інших об'єктів);
- розробка і реалізація програм з розвитку дельтапланеризму, парашутного спорту, повітроплавання на повітряних кулях і інших програм.

Створення сприятливих умов для збільшення притоку туристів і доходів за рахунок розвитку інфраструктури лікувального та санаторно-курортного туризму можливо при здійсненні наступних заходів:

- розвиток матеріально-технічної бази курортного комплексу.

- подальше розширення можливостей санаторно-курортних установ в сфері обслуговування клієнтів без санаторних путівок. Першочергові заходи: будівництво на території санаторіїв невеликих готельних корпусів.

- розробка програми розвитку загальнокурортної інфраструктури в межах адміністративних кордонів.

- забезпечення екологічної безпеки лікувально-рекреаційних територій.

- організація і проведення екологічного моніторингу в межах адміністративних кордонів.

- проведення еколого-геохімічного картування ґрунтів в межах адміністративних кордонів.

- підготовка та реалізація програми з розвитку інфраструктури лікувально-рекреаційних територій, включаючи об'єкти інфраструктури розваг.

- розробка і реалізація програми розвитку інфраструктури лікувального туризму (будівництво на території клінік або в безпосередній близькості спеціальних готельних корпусів для розширення можливостей амбулаторно-клінічного (денний стаціонар) лікування гостей).

Таким чином, розвиток пріоритетних видів туризму та вдосконалення турпродуктів сприятимуть підвищенню їх привабливості, створенню сприятливих умов для збільшення притоку туристів і прибутковості об'єктів туристичної інфраструктури.

Отже, запропоновані заходи щодо рекламно-інформаційного забезпечення формування позитивного іміджу національного ринку туристичних послуг в умовах сталого розвитку забезпечать створення єдиного інформаційного простору з метою гармонійного входження в європейський інформаційний простір, розробку і прийняття необхідних нормативно-правових актів, що сприятимуть наданню організаційної та інформаційно-методичної підтримки інвесторів і підприємців, які беруть участь у формуванні та розвитку туристичної інфраструктури.

Розроблено комплекс заходів щодо створення організаційно-економічних передумов ефективного інформаційного забезпечення сталого розвитку національного ринку туристичних послуг, бази даних суб'єктів ринку, підвищенню

рівня наукової обґрунтованості прийняття управлінських рішень в сфері забезпечення розвитку ринку, заснованому на достовірній інформації.

Вироблені рекомендації з розвитку конгресно-виставкової діяльності з метою просування ринку туристичних послуг на внутрішній і міжнародній аренах, визначені специфічні вимоги (унікальність, фантазія і екзотика, винятковість, оригінальність) і критерії вибору місцевості для туристів.

Висновки до розділу 3

1. Сформовані елементи процесу формування стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг України, які включають визначення мети, об'єкту, предмету, цілей відповідно до ієрархії рівнів управління, принципи та базовий інструментарій.

2. Розроблено стратегію сталого розвитку ринку туристичних послуг України, яка визначає головною метою формування сприятливих умов для активізації діяльності суб'єктів ринку згідно з міжнародними стандартами якості та з урахуванням європейських цінностей, перетворення самого ринку туристичних послуг на високорентабельну, інтегровану у світовий ринок конкурентоспроможну сферу, що забезпечує прискорення соціально-економічного розвитку регіонів і держави в цілому, сприяє підвищенню якості життя населення, гармонійному розвитку і консолідації суспільства, популяризації туристичної індустрії України у світі.

3. Обґрунтовані основні засади реалізації стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг України, які поділено за напрямками: правовий, економічний, соціальний, технічний та інформаційний. Визначено базові завдання, загрози та механізми реалізації стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг України.

4. Встановлені напрями розвитку та просування ринку туристичних послуг України, проведена сегментація туристів за найбільш значними критеріями, такими як споживчі переваги, географія та демографія, що дозволить проводити аналіз сприйняття ними дестинації.

5. Розроблені індикатори оцінки ефективності реалізації стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг України (інтенсивність туристичного потоку, загальний внесок в економіку, кількість створених робочих місць, внесок регіональних ринків в бюджети місцевого рівня, вірогідність ризику неотримання запланованих доходів), що дозволить моніторити відповідності становища ринку представленим критеріям і своєчасно приймати необхідні управлінські рішення для корегування виключних заходів.

6. Обґрунтовано, що з метою удосконалення системи управління ринком туристичних послуг України і його організаційної структури необхідно створити конгресне бюро, що буде представляти собою некомерційну маркетингову організацію на міжнародному ринку, основну ланку зв'язку між міжнародними асоціаціями та державою через розповсюдження інформації щодо конгресних можливостей країни.

Основні результати дослідження, проведеного в Розділі 3 дисертації, опубліковані автором у роботах [154, 161].

ВИСНОВКИ

У дисертації вирішено науково-практичне завдання поглиблення теоретико-методичних основ дослідження ринку туристичних послуг України та обґрунтування механізмів формування та реалізації стратегії його сталого розвитку. Дослідження дозволило зробити такі висновки теоретичної, методичної та практичної спрямованості:

1. На основі дослідження існуючих концепцій та теорій сталого розвитку встановлено, що сталий розвиток передбачає такий шлях розвитку людства, його процвітання, який може бути забезпечений лише за рахунок ефективного використання усіх видів ресурсів, структурно-технологічної реструктуризації виробництва, використання творчого потенціалу всіх членів суспільства. Визначено теоретико-методичні основи дослідження особливостей сталого розвитку, які на відміну від існуючих, передбачають їх оцінку з точки зору комплексного, відтворювально-еволюційного, інтеграційного та функціонального підходів; виділення викликів, що гальмують розвиток (політичні, культурні, економічні, техногенні) та інструментів, що його забезпечують (міжнародне співробітництво, розвиток регіонів та інші), що дозволяє підвищити якість стратегічного планування розвитку ринку туристичних послуг.

2. У процесі дослідження сталого розвитку ринку туристичних послуг удосконалено теоретико-методологічні засади його дослідження, зокрема визначено зміст поняття «сталий розвиток ринку туристичних послуг», що розглядається, як динамічний процес перетворення відносин між суб'єктами різного рівня щодо купівлі-продажу у грошовій формі певного матеріального чи нематеріального блага в сфері туризму, що засноване на принципах свободи вибору, рівності та відповідальності з урахуванням обмеженості регенеративної здатності туристичних екосистем та забезпечення збереження їх природно-ресурсного потенціалу та нівелювання екологічних збитків, принципи сталого розвитку ринку туристичних послуг, а саме принцип обережності, рівноваги, «передбачення-запобігання», забезпечення конкурентоспроможності, відповідальності, умови, завдання та

особливості.

3. Обґрунтовано, що механізм забезпечення сталого розвитку ринку туристичних послуг представляє собою засіб зовнішнього впливу суб'єктів на туристичний сектор та суспільство, який базується на екологічній, організаційній, фінансовій, соціальній, правовій, економічній та інформаційній складових. Встановлено, що впровадження механізму забезпечення сталого розвитку ринку туристичних послуг полягає в забезпеченні збалансованого розвитку всіх сфер туристичної діяльності на основі виваженого використання ресурсів для вирішення економічних, соціальних та екологічних проблем.

4. У результаті аналізу ринку туристичних послуг України на основі розроблено науково-методичного підходу до оцінки стани ринку туристичних послуг, що ключає 3 етапи (аналіз інтенсивності та тенденцій розвитку туристопотоку, аналіз показників діяльності колективних засобів з розміщення туристів, дослідження потоків надходжень і витрат, пов'язаних з туризмом), встановлено загальні тенденції його розвитку: збільшується питома вага послуг туристичної індустрії в загальному обсязі реалізації послуг; збільшується кількість туристів, які звертаються за послугами до туристичних агентств та операторів, в тому числі іноземних туристів; найбільш інтенсивними стали туристичні потоки виїзний з метою відпочинку та внутрішній зі службовими та навчальними цілями; зростає інтенсивність туристичного потоку до Польщі, Туреччини, Словаччини, Єгипту, Румунії; скорочення кількості КЗР та скорочення терміну перебування в них туристів; підвищення кількості осіб, що використовують інфраструктуру КЗР та закономірне підвищення доходів КЗР від надання послуг.

5. Обґрунтовано просторову нерівномірність розвитку регіональних ринків туристичних послуг України на підставі науково-методичного підходу до аналізу їх функціонування, який передбачає кластеризацію регіонів України за показниками розвитку ринків туристичних послуг на основі дисперсійного аналізу. Визначено 8 регіональних ринків туристичних послуг, різних за своєю структурою, що дозволило виявити загальні тенденції їх розвитку.

6. На основі алгоритму, що включає 4 етапи, а саме: визначення факторів впливу на розвиток ринку, моделювання залежності розвитку ринку від встановлених факторів, прогнозування показників та виявлення тенденцій розвитку ринку, аналіз динаміки змін ринку туристичних послуг України та її співвідношення із наявністю умов для сталого розвитку, розроблено імперативи моделювання розвитку ринку туристичних послуг. Встановлено, що ринок туристичних послуг України у короткостроковій перспективі буде продовжувати динамічно зростати: збільшуватимуться потоки туристів, зростатимуть доходи туристичних підприємств. Така модель подальшого розвитку може спричинити негативний вплив на оточуюче середовище та історико-культурну спадщину українського суспільства, запобігання якого потребує удосконалення існуючої стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг України.

7. На підставі методології Європейської експертної служби Tacis EES, прив'язаної до умов України, принципів еволюційності, системності, функціональності, добровільності, прозорості, правової забезпеченості розроблено концептуальну модель формування стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг України, підґрунтям якої є сукупність варіативних структурних елементів, а саме – мета, об'єкт, предмет, цілі відповідно до ієрархії рівнів управління (стратегічний, тактичний, оперативний), методичний інструментарій (управління за цілями, процесно-орієнтоване управління), а також процесний алгоритм визначення засад сталого розвитку ринку туристичних послуг, який передбачає застосування трьох етапів (попередній, основний та корекційний).

8. Розроблено стратегію сталого розвитку ринку туристичних послуг України, що побудована з урахуванням принципів еволюційності, системності, функціональності, добровільності, прозорості та правової забезпеченості та визначає головною метою формування сприятливих умов для активізації діяльності суб'єктів ринку згідно з міжнародними стандартами якості та з урахуванням європейських цінностей, перетворення самого ринку туристичних послуг на високорентабельну, інтегровану у світовий ринок конкурентоспроможну сферу, що забезпечує прискорення соціально-економічного розвитку регіонів і держави в цілому.

Обґрунтовано механізм реалізації стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг України, які поділено за напрямками: правовий, економічний, соціальний, технічний та інформаційний.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Туризм. *Державна служба статистики України* : веб-сайт. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 14.11.2019).
2. Trade structure by partner, product or service-category. United Nations Conference on Trade and Development : веб-сайт. URL: <http://www.unctad.org> (дата звернення: 24.09.2019).
3. Жученко А. М. Концепція сталого розвитку регіону: передумови формування та фактори впливу. *Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство*. 2016. № 9. URL: <https://dspace.uzhnu.edu.ua/jspui/bitstream/lib/12245/1/КОНЦЕПЦІЯ%20СТАЛОГО%20РОЗВИТКУ%20РЕГІОНУ%20ПЕРЕДУМОВИ%20ФОРМУВАННЯ.pdf> (дата звернення: 16.12.2018).
4. Суспільний вектор сталого розвитку (питання теорії та практики) : монографія / В. І. Куценко, В. П. Удовиченко, Я. В. Остафійчук та ін. Чернігів, 2013. 336 с.
5. Ильясов М. Экономический рост и его взаимосвязь с человеческим развитием. *Вестник Актюбинского университета им. С. Баишева*. 2013. URL: <https://articlekz.com/article/12248> (дата звернення: 16.12.2018).
6. Rostow W. W. *The Stages of Economic Growth: A Non-Communist Manifesto*. Cambridge: Cambridge University Press, 1960. 272 p.
7. Нуртдинов Р. М., Нуртдинов А. Р. От теории экономического роста к концепции устойчивого развития: вопросы переосмысления. *Вестник Казанского технологического университета*. 2012. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/ot-teorii-ekonomicheskogo-rosta-k-kontseptsii-ustoychivogo-razvitiya-voprosy-pereosmysleniya/viewer> (дата звернення: 16.12.2018).
8. Какутич Е. Ю. Устойчивое развитие как концептуальная основа трансформации мировой экономики. *Механізм регулювання економіки*. 2010. № 1. С. 62-74.
9. Пашкевич М. С., Шаповал В. М. Предпосылки формирования, сущность и эволюция концепции устойчивого развития. *Наука и мир*. 2014. № 2(4). С. 40-46

10. Вернадский В.И. Биосфера и ноосфера. Москва: Наука, 1989. 261 с.
11. Доповідь Брундтланд. *Екологія та соціальний захист. Програма сталого розвитку України* : веб-сайт. URL: http://www.esz.org.ua/?page_id=3129 (дата звернення: 17.12.2018).
12. Герцен А. И. Избранные философские произведения. Москва.: Госкомиздат, 1948. 366 с.
13. Кононенко О. Ю. Актуальні проблеми сталого розвитку : навч. посіб. Київ: ДП «Прінт сервіс». 2016. 109 с.
14. Циолковский К. Э. Идеальный строй жизни, (1917 год). Самообразование. 1998. 31 с.
15. Прокопович С. Н. Новая экономическая политика. *Экономический вестник*. 1923. № 2. С. 44-77
16. Мартынов А. С. Конфуцианство: этапы развития. Конфуций. «Лунь Юй». Москва: Азбука, 2006. 352 с.
17. Соціологія інвайронментальна. Віртуальна читальня освітніх матеріалів для студентів, вчителів, учнів та батьків : веб-сайт. URL: <https://subject.com.ua/sociology/dict/445.html> (дата звернення: 21.12.2018).
18. Геккель Э. Всеобщая морфология организмов. Берлин. 1986.
19. Румянцева Е.Е. Новая экономическая энциклопедия. Москва: ИНФРА-М, 2005. 724 с.
20. Словари и энциклопедии : веб-сайт. URL: <https://dic.academic.ru/dic.nsf> (дата звернення: 17.02.2019).
21. Internatioal Environmental Law-making and Diplomacy Review 2004. / University of Joensuu – UNEP Course Series 1. URL: <http://www.unep.org/Documents.Multilingual/Default.asp?DocumentID=97> (дата звернення: 17.02.2019).
22. Гвишиани Д. М. Пределы роста – первый доклад Римскому клубу. *Институт истории естествознания и техники им. С.И.Василова РАН* : веб-сайт. URL: http://old.ihst.ru/~biosphere/Mag_2/gvishiani.htm (дата звернення: 10.02.2019).

23. Месарович М., Пестель Э. Человечество на перепутье. *Персональный блог Михаэля Лайтмана* : веб-сайт. URL: <https://www.laitman.ru/crisis/43414.html> (дата звернення: 10.02.2019).
24. Тинберген Я. Пересмотр международного порядка. Москва: Прогресс, 1980. 416 с.
25. Печчеи А. Человеческие качества. *Книжный архив* : веб-сайт. URL: <https://www.klex.ru/gk4> (дата звернення: 10.02.2019).
26. Большая советская энциклопедия / за ред. А. М. Прохоров. Москва : Изд-во «Сов. Энциклопедия», 1975. Т. 21. 640 с.
27. Гапоненко А. Л., Панкрухин А. Л. Стратегическое управление : учебник. Москва, 2006. 464 с.
28. Прийма Л. Р., Кулиняк І. Я. Розвиток підприємства: сутність поняття. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2012. Вип. 22.10. С. 236-241.
29. Шумпетер Й. Теория экономического развития (Исследование предпринимательской прибыли, капитала, кредита, процента и цикла конъюнктуры). Москва: Прогресс, 1982. 456 с.
30. Забродский В. А., Кизим Н. А. Развитие крупномасштабных экономико-производственных систем. Харьков: Бизнес-Информ, 2000. 72 с.
31. Развитие. *Словарь Ожегова. Толковый словарь русского языка*. : веб-сайт. URL: www.ozhegov.com/words/29145.shtml (дата звернення: 20.12.2018).
32. Развитие. *Национальная философская энциклопедия* : веб-сайт. URL: <http://www.term.ru/dictionary/879/word/razvitie> (дата звернення: 20.12.2018).
33. Лафта Дж. К. Теория организации: учебное пособиею Москва: ТК Велби, Проспект, 2006 . 416 с.
34. Пономаренко В. С., Тридід О. М., Кизим О. М. Стратегія розвитку підприємства в умовах кризи. Харків: ВД «ІНЖЕК», 2003. 328 с.
35. Акофф Р. Акофф о менеджменте. Санкт-Петербург: Питер, 2002. 448 с.
36. Головня О. М. Вплив глобалізаційних процесів на соціально-економічне зростання України: оцінка загроз та можливостей. *Економіка та держава*. 2010. № 6. С. 6-9.

37. Мочерний С. В. Методологія економічного дослідження: монографія. Львів: Світ, 2001. 416 с.
38. Раєвська О. В. Управління розвитком підприємства: методологія, механізми, моделі: монографія. Харків: ВД «ІНЖЕК», 2006. 496 с.
39. Василенко В.А. Діагностика устійчивого розвитку підприємств. Київ: ЦУЛ, 2005. 142 с.
40. Процес розвитку особистості. Studies.in.ua : веб-сайт. URL: <http://studies.in.ua/ru/pedagogika-shpargalki/1408-proces-rozvitku-osobistost.html> (дата звернення: 20.12.2018).
41. Какутич Е. Ю. Устойчивое развитие как концептуальная основа трансформации мировой экономики. *Механизм регулювання економіки*. 2010. № 1. С. 62–74.
42. Гречаник Н. Ю. Сталий розвиток та об'єктивна необхідність його формування. *Вісник Прикарпатського університету. Економіка*. 2014. Вип. X. с. 36-40.
43. Кожухова Т. В. Формування глобальної системи фінансування сталого розвитку : дис. ... д-ра економ. наук : 08.00.02 / Дон. нац. ун-т. ім. В. Стуса. Вінниця, 2017. 432 с.
44. Вахович І. М. Теоретико-методологічні засади формування та реалізації регіональної політики фінансового забезпечення сталого розвитку : дис. ... д-ра економ. наук : 08.00.05 / Інстит. проблем ринку та економіко-екологічних досліджень. Одеса, 2008. 494 с.
45. Мочерний С. В. Економічний енциклопедичний словник. Львів: Світ, 2005. Т.3. 524 с.
46. Моліна О. В., Осипов В. М. Сталий соціально-економічний розвиток регіону: аналіз підходів та інструментів оцінки. *Регіональна економіка*. 2010. № 4. С. 25-32.
47. Кретишин В. На пути к устойчивому развитию хозяйственной системы региона. *Проблемы теории и практики управления*. 2005. № 4. С. 65-69.
48. Данилишин Б. М., Шостак Л. Б. Устойчивое развитие в системе природно-ресурсных ограничений. К.: СОПС Украины НАНУ, 1999. 367 с.

49. Корнейчук Л. Экономический рост и устойчивое развитие. *Экономика Украины*. 2008. № 4. С. 82-90.
50. Коптюг В.А. Конференція ООН по навколишньому середовищу і розвитку (Ріо-де-Жанейро, червень 1992 р.): інф. огляд. Новосибірськ: СО АН РФ, 1992. 63 с.
51. Шовгенов Т. М. Основные аспекты устойчивости региональных социально-экономических систем. *Региональная экономика и управление*. 2007. № 3. URL: <http://region.mcnip.ru> (дата звернення: 31.01.2019).
52. Філіпенко А. С. Глобальні форми економічного розвитку: історія і сучасність. Київ: Знання, 2007. 670 с.
53. Пчелинцев О. С. Региональная экономика в системе устойчивого развития. Москва: Наука, 2004. 258 с.
54. Шалмуев А. Теоретико-методологические основы устойчивого развития региона. *Инновации*. 2006. № 3 (90). URL: <http://innov.eltech.ru>. (дата звернення: 31.01.2019).
55. Савків У.С. Аналіз підходів до визначення поняття і принципів сталого розвитку регіону. *Моделювання регіональної економіки*. 2010. № 1. URL: http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=20&S21STN=1&S21FMT=ASP_meta&C21COM=S&2_S21P03=FILE=&2_S21STR=Modre_2010_1_44 (дата звернення: 31.01.2019).
56. Зянько В. Сутність та необхідність переходу до сталого економічного розвитку. *Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Економіка*. 2014. Вип. 1 (154). с. 14-17
57. Гор Э. Земля на чаше весов. Экология и человеческий дух : пер. с англ. Москва: ППП., 1993. 368 с.
58. Барлыбаев Х. А. Глобализация: за и против устойчивого развития? Москва: РАГС, 2006. 262 с.
59. Войнович Р. Шляхи забезпечення сталого розвитку в умовах глобальної інтеграції. *Філософія, методологія, теорія та історія державного управління*.

2012. № 1. URL: [www.irbis-nbuv.gov.ua > cgi-bin > cgiirbis_64](http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/cgiirbis_64) (дата звернення: 14.04.2019)
60. Урсул А. Д. Переход России к устойчивому развитию. Ноосферная стратегия. Москва : Ноосфера, 1998. 411 с.
61. Неклесса А. Реквием XX веку. *Мировая экономика и междунар. отношения*. 2000. № 1-2. С. 9-18.
62. Борблік К. Е. Зміст, принципи та детермінанти забезпечення сталого розвитку. *Economic and law paradigm of modern society*. 2019. № 1. С. 1-8
63. UNWTO Highlights Confirm Another Record Year in 2017. *UNWTO* : веб-сайт. URL: <http://www2.unwto.org/press-release/2018-08-27/unwto-highlights-confirm-another-record-year-2017> (дата звернення: 25.11.2018).
64. Дядечко Л. П. Економіка туристичного бізнесу : навчальний посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2007. 224 с.
65. Світовий ринок послуг та особливості його розвитку в сучасних умовах. *Язyki программирования Visual Studio life-prog.ru* : веб-сайт. URL: https://life-prog.ru/ukr/1_5284_svitoviy-rinok-poslug-ta-osoblivosti-yogo-rozvitku-v-suchasnih-umovah.html (дата звернення: 12.12.2018).
66. Реутов В. Є. Згладжування розбіжностей у міжбюджетних відносинах як механізм регіональної конвергенції економічного розвитку. *Економіка та держава*. 2010. № 8, С. 16–22.
67. Світовий ринок послуг. *Publishing house Education and Science s.r.o* : веб-сайт. URL: http://www.rusnauka.com/21_NIEK_2007/Economics/24804.doc.htm (дата звернення: 10.04.2019).
68. Горіна Г. О. Розвиток ринку туристичних послуг України в умовах просторової поляризації : дис.... д-ра екон. наук: 08.00.03 / Вищий навчальний заклад «Університет імені Альфреда Нобеля». Дніпро, 2017. 493 с.
69. Борблік К. Е. Теоретичні засади дослідження функціонування ринку туристичних послуг. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2018. Вип. 22.С. 142-145.

70. Черниш І. В. Роль туристичної галузі у розвитку національної економіки. *Економічний аналіз*. 2013. т. 14(1). С. 159–166.
71. Горіна Г. О. Ринок туристичних послуг: управління розвитком в умовах просторової поляризації: монографія. Кривий Ріг : ДонНУЕТ ім. Туган-Барановського, 2016. 305 с.
72. Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти). Київ : Альтпрес, 2002. 436 с.
73. Зорин І. В., Квартальнов В. А. Енциклопедія туризму. Москва : Финансы и статистика, 2003. 368 с.
74. Ринки туристичних послуг: стан і тенденції розвитку : монографія / Герасименко В. Г. та ін. ; за ред. В. Г. Герасименко. Одеса, 2013. 334 с.
75. Красавцева Л. Ю. До проблеми визначення понятійного поля туристичної діяльності. *Наукові записки Інституту законодавства Верховної Ради України*. 2014. № 2. С. 157–162.
76. New Cruise Lines International Association Report Calls for Industry to Elevate the Role of Travel Agents. *Business Wire*. : веб-сайт. URL: <https://www.businesswire.com/news/home/20120427005201/en/New-Cruise-Lines-International-Association-Report-Calls> (дата звернення: 13.02.2019).
77. Колесник О. О. Статистичний аналіз ринку туристичних послуг : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : 08.00.10. Київ, 2011. 20 с.
78. Экономика современного туризма / Под ред. Г.А. Карповой. Москва : Изд. Торговый Дом «Герда», 1998. 412 с.
79. Нездоймінов С. Г., Єрмоменко О. О., Кошелюк В. В., Нездоймінов С. Г. Круїзні тури в Одеському регіоні. *Проблеми та перспективи соціально-економічного розвитку України* : матеріали міжвузівської наук.-практ. конф. в 2 Т. Т.1. Сімферополь: Кримський інститут бізнесу, 2010. С.151-153.
80. Грабовенська С. П. Аналіз і структура ринку туристичних послуг в Україні. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі*. 2013. № 1 (56). С. 226–234.

81. Кирилова О. Маркетинг на ринку туристичних послуг. *Маркетинг в Україні*. 2009. № 3. С. 57–59.
82. Побоченко Л.М.. Міжнародний туризм у системі імперативів сталого розвитку : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : 08.00.02. Київ: Ін-т світ. Економіки та міжнарод. відносин, 2018. 18 с.
83. Слюсарчук О. П. Застосування принципів сталого розвитку в державному управлінні рекреаційно-туристичною сферою. *Державне управління: теорія та практика*. 2014. № 2. С. 27-33.
84. In World That Says It's Cutting Nutrient Pollution, Progress Is Lacking. *World Resources Institute* : веб-сайт. URL: <https://www.wri.org/> (дата звернення: 02.04.2019).
85. Стратегія сталого розвитку (туристична галузь) / В. М. Ісаєнко та ін. Київ, 2014. – 295 с.
86. Конвенція про охорону біологічного різноманіття від 1992 року (укр/рос). URL: http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_030 (дата звернення: 02.11.2018).
87. Миронов Ю. Б., Тучковська І. І. Сталий розвиток туризму: сутність, завдання та принципи. *Актуальні проблеми економіки і торгівлі в сучасних умовах євроінтеграції: 2017 рік* : матеріали наукової конф., 11-12 травня 2017 р. Львів : ЛТЕУ, 2017. С. 218-219.
88. Уварова Г. Ш. Сталий розвиток туризму в контексті рекреаційно-туристичного природокористування. *Науковий вісник Інституту міжнародних відносин НАУ. Серія: економіка, право, політологія, туризм*. 2010. № 1. С. 217-221.
89. Миронов Ю. Б. Сутність та чинники сталого розвитку туризму в регіоні. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2013. Вип. 23.11. С.117-122.
90. Туризм: реалії та перспективи сталого розвитку : матеріали між нар. наукової конф. / Київ. нац. торг.-екон. ун-т. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т. 418 с.
91. Шульгіна Л. М., Бондар А. І. Аналіз еко-орієнтованих видів туризму: їх відмінні та спільні риси. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2010. № 1. С. 161-168.
92. Стратегія сталого розвитку (туристична галузь) / Ісаєнко В. М. та ін. Київ, 2014. 295 с.

93. Горішевський П., Васильєв В., Зінько Ю. Сільський зелений туризм: організація надання послуг гостинності. Івано-Франківськ: Місто НВ, 2003. 148 с.
94. Артемова О. М., Козлова В. А. Основи гостинності та туризму : навч. посіб. Орел: ОрелГТУ, 2005. 104 с.
95. Ковальчук С. В., Миколишина В. В. Поняття туристичного ринку та особливості його функціонування. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2011. № 6. С. 60-65.
96. Типи туристів. *Студопедія. Ваша шкoлопедія* : веб-сайт. URL: https://studopedia.com.ua/1_35087_tipi-turistiv.html (дата звернення: 21.10.2018).
97. Ткаченко Т. І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу : монографія. Київ : нац. торг.-економ. ун-т, 2009. 463 с.
98. Балабанов И. Т. Экономика туризма : учебное пособие. Москва : Издательство «Финансы и статистика», 2003. 176 с.
99. Making Tourism More Sustainable. A Guide for Policy Makers. UNWTO : веб-сайт. URL: <http://sdt.unwto.org/content/about-us-5> (дата звернення: 13.11.2018).
100. Польовська В. Т. Формування позитивного іміджу лісових і деревообробних підприємств за допомогою екологічного маркетингу. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2012. Вип.22.9. С.103-110.
101. Чайківський І. А. Механізми забезпечення сталого розвитку сільськогосподарських підприємств. *Нак.-вир. журнал Інноваційна економіка*. 2014. № 6(55). С. 108-114
102. Ватченко О. Б., Ільченко В. М. Механізм забезпечення сталого розвитку регіонів України. *Науковий вісник НЛТУ* : зб. наук.-техн. праць. Львів : РВВ НЛТУ України, 2011. С. 205-212.
103. Механізм (значення). *Вікіпедія. Вільна енциклопедія* : веб-сайт. URL: [https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D0%B5%D1%85%D0%B0%D0%BD%D1%96%D0%B7%D0%BC_\(%D0%B7%D0%BD%D0%B0%D1%87%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8F\)](https://uk.wikipedia.org/wiki/%D0%9C%D0%B5%D1%85%D0%B0%D0%BD%D1%96%D0%B7%D0%BC_(%D0%B7%D0%BD%D0%B0%D1%87%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8F)) (дата звернення: 29.04.2019).

104. Україна 2030. Доктрина збалансованого розвитку. Львів : Кальварія, 2017. 164 с.
105. Гальчак Х.Р. Забезпечення сталого розвитку підприємства як основа формування соціальної відповідальності. *Інституціональний депозитарій Львівського політехнічного національного університету* : веб-сайт. URL: http://ena.lp.edu.ua:8080/bitstream/ntb/34862/1/12_69-74.pdf (дата звернення: 15.05.2019).
106. Стратегія сталого розвитку України до 2030 року (проект). *Офіційний сайт Верховної Ради України* : веб-сайт. URL: [w1.c1.rada.gov.ua > webproc34](http://w1.c1.rada.gov.ua/webproc34) (дата звернення: 15.05.2019).
107. Мельник Л.Г. Триалектические основы управления развитием экономических систем : монография. Сумы : Университетская книга, 2015. 447 с.
108. Гордеев О.К. Забезпечення сталого місцевого розвитку: підходи, принципи, складові. *Державне будівництво*. 2012. № 2. С. 2-15.
109. Вергун А.М., Тарасенко І.О. Концепція сталого розвитку в умовах глобалізації. *Вісний КНУТД*. 2014. № 2. С. 207-2018.
110. Матвеева О. Імперативи сталого розвитку територіальних громад та його загальнотеоретичні засади. *Ефективність державного управління*. 2017. Вип. 1 (50). Ч.2. С. 224-232.
111. Строгонова Е.И. Инструменты устойчивого развития региональных экономических систем современной России (на материалах Краснодарского края) : автореф. дис. на получение науч. степени канд. экон. наук : 08.00.05. Майкоп, 2010. 15 с.
112. Поплавська О.В., Балабанюк Д.В. Інноваційно-технологічне забезпечення сталого розвитку економіки України. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2018. № 3. Т. 2 С. 170-173.
113. Золотих І. Б. Історія економічних вчень : навч. посіб. Київ : Центр учбової літератури, 2013. 186 с.

114. Основні засади сталого розвитку туризму в Україні. *Все о туризме. Туристическая библиотека* : веб-сайт. URL: http://tourlib.net/statti_ukr/zayachkovska3.htm (дата звернення: 15.05.2019).
115. Трегобчук В. М. Концепція сталого розвитку для України. *Вісник Національної академії наук України*. 2002. № 2. С. 31-40.
116. <http://sdt.unwto.org/about-oneplanet-stp> One Planet. *UNWTO* : веб-сайт. URL: <https://www.unwto.org/sustainable-development/one-planet> (дата звернення: 15.07.2019).
117. Горев А.Е. Основы теории транспортных систем. Санкт-Петербург : СПбГАСУ, 2010. 214 с.
118. Примак К. Д., Довгань Л. Є. Організаційно-економічний механізм забезпечення сталого розвитку підприємства. *Актуальні проблеми економіки та управління*. 2015. Вип. 9. С. 37-43.
119. Скляр Г. П., Карпенко Н. М. Сталий розвиток сфери туризму на засадах партнерства. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Сер. Економічні науки*. 2013. № 2. С. 126-130.
120. Шамара І. М., Азарова К. І. Сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку ринку туристичних послуг України. *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Сер. Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавство. Туризм*. 2018. Вип. 8 С. 196-203.
121. Мігущенко Ю. В. Дисбаланси та механізми розвитку національного туристичного ринку в умовах анексії та тимчасової окупації частини території України. *Стратегічні пріоритети*. 2017. №2. С. 129-136.
122. Устойчивый туризм как приоритетное направление в стратегии устойчивого развития. International Centre for Trade and Sustainable Development : веб-сайт. URL: <http://www.ictsd.org/bridges-news/мости/> news/устойчивый-туризм-как-приоритетное-направление-в-стратегии-устойчивого (дата звернення: 24.04.2019).

123. Концепция устойчивого развития применительно к мировому туризму. *Все о туризме. Туристическая библиотека* : веб-сайт. URL: http://tourlib.net/books_tourism/petrasov2-2.htm (дата звернення: 20.05.2019).
124. Новиков В. С. Инновации в туризме. Москва : ИЦ "Академия", 2007. 208 с.
125. Мельниченко О. А., Шведун В. О. Особливості розвитку індустрії туризму в Україні : монографія. Харків : НУЦЗУ, 2017. 153 с.
126. Національна парадигма сталого розвитку України / за ред.. Б.Є. Патона. Київ. Державна установа «Інститут економіки природокористування та сталого розвитку Національної академії наук України», 2012. 72 с.
127. Миколайчук М. М. Особливості парадигми державного управління розвитком регіону. *Економіка будівництва і міського господарства*. 2009. № 2. С. 81-88.
128. Мікула Н. А., Шахраюк-Онофрей С. І., Факторні впливи на сталий розвиток сільських територій прикордонних регіонів. *Науковий вісник Буковинського державного фінансово-економічного університету. Сер. Економічні науки*. 2013. Вип. 1. С. 237–246.
129. Борблік К. Е. Зміст, принципи та детермінанти забезпечення сталого розвитку. *Зарубіжний науковий фаховий журнал «Economic and law paradigm of modern society»*. 2019. Вип. 1. С. 1-8.
130. Importance & Economic Impact of Domestic Tourism. *World Travel & Tourism Council* : веб-сайт. URL: <https://www.wttc.org/> (дата звернення: 05.01.2019).
131. Бунтова Н. В. Потенціал України на міжнародному ринку туристичних послуг. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Сер. Економічні науки*. 2016. Вип. 17. С. 21-24.
132. Милашко О. Г. Статистика туризму : навч. посіб. Одеса. ОДЕУ, ротاپронт, 2010. 168 с.
133. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2019. *World Economic Forum* : веб-сайт. URL: http://www3.weforum.org/docs/WEF_TTCR_2019_web_0401.pdf (дата звернення: 11.11.2019).

134. Аналіз ринку туристичних послуг в Україні: проблеми і перспективи. *Koloro. Brend Design* : веб-сайт. URL: <https://koloro.ua/ua/blog/issled-ovaniya/analiz-rynka-turisticheskikh-uslug-v-Ukraine.html> (дата звернення: 15.02.2019).
135. Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти). Київ : Альтерпрес, 2002. 436 с.
136. Бут. Т. В. Визначення рівня конкурентоспроможності ринку туристичних послуг Запорізького регіону. *Економіка і суспільство*. 2017. Вип. 12. С. 402-407.
137. Ринки туристичних послуг: стан і тенденції розвитку : монографія / Герасименко В. Г. та ін. Одеса : Астропринт, 2013. 334 с.
138. Борблік К. Е., Корнілова О. В. Особливості розвитку туризму в Україні. *Інформаційно-аналітичний науко-метричний журнал «Економіка. Фінанси. Право»*. 2018. Вип. 9. С. 12-16.
139. Лихоманкова О. В. Стан і перспективи регіонального розвитку туризму в Україні. *Актуальні проблеми економіки*. 2004. № 6(36). С. 149-155.
140. Tourism Marketing. *Concepts of Tourism Marketing* : веб-сайт. URL: <http://docshare01.docshare.tips/files/17407/174070795.pdf> (дата звернення: 01.05.2019).
141. Харічков С. Регіональна парадигма цільової програми розвитку рекреації та туризму. *Маркетинг і менеджмент інновацій*. 2011. № 2. С. 221–230.
142. Борушак М. Проблеми формування стратегії розвитку туристичних регіонів : монографія. Львів : ІРД НАН України, 2006. 288 с.
143. Управління регіональним розвитком туризму / Стеченко Д. М., Безуглий І. В., Турло Н. П., Мархонос С. М. Київ : Знання, 2012. 456 с.
144. Боровиков В. П. Популярное введение в современный анализ данных и машинное обучение на Statistica. *Аналитика* : веб-сайт. URL: <http://www.analitika.kz/images/aa1234.pdf> (дата звернення: 25.03.2019).
145. Кластерный анализ — это алгоритм исследования данных, разбитых на группы по схожим признакам. *Финансовый вопрос* : веб-сайт. URL: http://finvopros.com/klasternyj-analiz-eto.html# - _Statistica (дата звернення: 25.03.2019).

146. Борблік К. Е. Аналіз діяльності регіональних ринків туристичних послуг України. *Вчені записки Таврійського національного університету імені В.І. Вернадського. Сер. Економіка і управління*. 2019. № 4. т. 30 (69). С. 87-95.
147. Грищенко В. Л. Економічне моделювання ринку меду. *Економіка АПК*. 2017. № 4. С. 97-106.
148. Ткаченко Т. І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу. Київ : КНТЕУ, 2009. 463 с.
149. Trunina I. M., Sushchenko O. A. Creation of innovation clusters as a line of enterprise competitiveness improvement in the field of foreign economic activity. 2016. № 177 (3). P. 191–198.
150. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2011. *World Economic Forum* : веб-сайт. URL: <http://www3.weforum.org/docs/TTCR11/> (дата звернення: 13.12.2018).
151. Борблік К. Е. Моделювання ринку туристичних послуг України в умовах сталого розвитку. *Wschodnioeuropejskie Czasopismo Naukowe (East European Scientific Journal)*. 2019. Вип. 9(49). С. 10-16.
152. Sustainable Development Goals: Ukraine. 2017 National baseline report. *Sustainable Development Goals* : веб-сайт. URL: https://www.undp.org/content/dam/ukraine/docs/SDGreports/SDGs_NationalReportEN_Web.pdf (дата звернення: 02.06.2019).
153. Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року : Розпорядження Кабінету Міністрів України від 16 бер. 2017 р. № 168-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/168-2017-p> (дата звернення: 02.11.2018).
154. Борблік К. Е. Передумови формування стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг України. *Вісник ПДТУ. Сер. Економічні науки*. 2019.
155. Качанівський В. С. Концепція розвитку туризму в Україні. Львів : Брама, 2006. 317 с.
156. Гурова Д. Д. Проблеми розвитку туризму в Україні: шляхи їх вирішення. *Географія і сучасність*. 2010. Вип. 24. С. 209-215.
157. Козловський Є. В. Іноземний досвід регулювання міжнародного туризму та його використання в Україні. *Вісник НАДУ*. 2007. № 6. С. 53-57.

158. Чумаченко М. Г. Регіональна політика в Україні. Донецьк : Шахтар, 2008. 68 с.
159. Missions and Operations Annual Report. *European Union External Action* : веб-сайт. URL: https://eeas.europa.eu/headquarters/headquarters-homepage/22818/missions-and-operations-annual-report_en (дата звернення: 24.12.2018).
160. Инновационный подход к разработке стратегии территориального туристского продукта. *Журнал научных публикаций аспирантов и докторантов* : веб-сайт. URL: <http://www.jurnal.org/articles/2008/ekon76.html> (дата обращения 01.05.2019).
161. Борблік К. Е., Горіна. Г. О. Механізми реалізації стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг України. *Вісник Донецького національного університету економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського (ДонНУЕТ)*. 2019.
162. Борушак М. Стратегия развития туристского региона: теория, методология, практика : монография. Минск : БГЭУ, 2002. 166 с.
163. Минцберг Г., Куинн Дж. Б., Гошал С. Стратегический процесс: концепции, проблемы, решения. Санкт-Петербург : Питер, 2001. 684 с.
164. Стратегічний розвиток туристичного бізнесу : монографія / Ткаченко Т. І. та ін. ; за ред. А. А. Мазаракі. Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2010. 596 с.
165. Корж Н. В., Басюк Д. І. Управління туристичними дестинаціями : підручник. Вінниця : «ПП«ТД Едельвейс і К», 2017. 322 с.
166. Моисеева М. К. Стратегическое управление туристской фирмой. Москва: Финансы и статистика, 2007. 230 с.
167. Структура. *Міністерство розвитку економіки, торгівлі та сільського господарства України* : веб-сайт. URL: <http://www.me.gov.ua/Documents/MappedDetails?lang=uk-UA&id=331b75d1-c76f-489f-a076-76ae7ec2f3eb&title=Struktura-infografika-> (дата обращения 17.03.2019).
168. Лыгина Н. И. Современные тенденции и прогнозы развития рынка услуг : монография. Санкт-Петербург : Книжный дом, 2008. 311 с.
169. Севастьянова С. А. Методологические основы развития и системного управления туризмом в регионе. Москва : Гардарики, 2005. 238 с.

170. Ушаков Д. С. Национальная туристическая индустрия: проблемы развития : монография. Москва : КНОРУС, 2005. 344 с.
171. Суспільний вектор сталого розвитку (питання теорії та практики) : монографія / В. І. Куценко та ін. Чернігів : Лозовий В.М., 2013. 336 с.
172. Кінаш І. П. Соціальне управління як засіб досягнення сталого розвитку. *Менеджмент суб'єктів господарювання: проблеми та перспективи* : матеріали І Міжнар. наук.-практ. конф., 20-21 червня. 2013 р. Житомир : ЖДТУ, 2013. С. 97-99.
173. Нездоймінов С. Г., Андреева Н. М. Концептуальні підходи до «зеленого регіоналізму» як екологічного імперативу розвитку рекреації та туризму в Україні. *Науково-практичний журнал. Сер. Регіональна економіка*. 2012. № 2(64). С. 80-88.
174. Харічков С. К., Нездоймінов С. Г., Дишловий І. М. Регіональна парадигма цільової програми розвитку рекреації та туризму. *Науковий журнал*. 2011. № 6. С. 145-149.
175. Бабарицька В. К. Туристична діяльність кінця ХХ – початку ХХІ ст. і концепція сталого розвитку. *Україна: географічні проблеми сталого розвитку*. 2004. т. 3. С. 103-104.
176. Блага М. М. Эколого-рекреационная эффективность природопользования: основные факторы. *Україна: географічні проблеми сталого розвитку*. 2004. т. 3. С. 185-187.
177. Иванух Р., Жученко В. Стратегические проблемы развития рекреационно-туристического комплекса Украины. *Економіка України*. 1998. № 1. С. 65-70.
178. Ревин С. Ф., Шадрин Н. В. Переход к устойчивому развитию туризма: проблемы и специалисты для их решения. *Культура народов Причерноморья*. 2000. № 12. С. 66-67.
179. Смаль В. В., Смаль І. В. Туризм і сталий розвиток. *Вісник ЛНУ. Сер. Географія*. 2005. Вип. 32. С. 163-173.
180. Черчик Л. М. Інституційні зміни в умовах становлення ринку рекреаційних ресурсів. *Економіка України*. 2006. № 4. С. 59-65.

181. Верланов Ю. Фінансово-економічний механізм та інструменти політики туризму в Україні *Наукові праці ЧДУ ім. Петра Могили*. 2005. т. 38. Вип. 25. С. 76-85.
182. Тринько Р. Джерела фінансування туристичної галузі: проблеми та шляхи вирішення. *Економіка*. 2015. № 11(176). С. 35-39.
183. Охріменко О. Г. Фінансові аспекти функціонування туристичної галузі. *Збірник наукових праць Національного університету державної податкової служби України*. 2011. № 1. С. 394-402.

Довідки
про впровадження результатів дослідження

ЦІЛІ В ГАЛУЗІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ	Ціль 2: Покінчити з голодом, забезпечити продовольчу безпеку і поліпшення харчування і сприяти сталому розвитку сільського господарства.
	Ціль 3: Забезпечити здоровий спосіб життя і сприяти добробуту для всіх в будь-якому віці.
	Ціль 4: Забезпечити всеохоплюючу і справедливу якісну освіту і заохочувати можливості навчання протягом усього життя для всіх.
	Ціль 5: Домогтися гендерної рівності та розширити права і можливості всіх жінок і дівчаток.
	Ціль 6: Забезпечити наявність і раціональне використання водних ресурсів та санітарії для всіх.
	Ціль 7: Забезпечити загальний доступ до недорогого, надійного, стійкого і сучасного енергопостачання.
	Ціль 8: Сприяти неухильному, всеохоплюючому та сталому економічному зростанню, повній і продуктивній зайнятості та гідній праці для всіх.
	Ціль 9: Створити гнучку інфраструктуру, сприяти всеосяжній і стійкій індустріалізації і заохочувати інновації.
	Ціль 10: Зменшити нерівність всередині країн і між ними.
	Ціль 11: Зробити міста і населені пункти відкритими, безпечними, життєздатними і стійкими.
	Ціль 12: Забезпечити стійкі моделі споживання і виробництва.
	Ціль 13: Вжити термінових заходів з боротьби зі зміною клімату та її наслідками.
	Ціль 14: Зберігати і раціонально використовувати океани, моря і морські ресурси в інтересах сталого розвитку.
	Ціль 15: Зберігати і відновлювати екосистеми суші і сприяти їх раціональному використанню, раціонально розпоряджатися лісами, боротися з опустелюванням, зупинити і повернути назад процес деградації земель і зупинити процес втрати біорізноманіття.
	Ціль 16: Сприяти створенню мирних і вільних від соціальних бар'єрів суспільств в інтересах сталого розвитку, забезпечувати доступ до правосуддя для всіх і створювати ефективні, підзвітні і засновані на широкій участі установи на всіх рівнях.
	Ціль 17: Зміцнювати засоби досягнення сталого розвитку та активізувати роботу механізмів Глобального партнерства в інтересах сталого розвитку.

Рис. 1.Б Цілі в галузі сталого розвитку Порядку денного у сфері сталого розвитку на період після 2015 року

Джерело: складено автором

Таблиця В.1 - Принципи, розроблені Туристичною Радою та Всесвітнім фондом дикої природи (WWF)

1.	Стале використання ресурсів: природних, соціальних та культурних
2	Скорочення пере споживання та шкідливих викидів: попереджає необхідність витрати великих коштів на учунення шкоди, нанесеної довкіллю та підвищує якість туризму
3	Збереження розмаїття: розвиток природного, соціального та культурного розмаїття важливий для сталого туризму, оскільки створює базі для туризму взагалі.
4	Урахування туризму в плануванні: туризм, інтегрований у національне та місцеве планування та оцінений з точки зору впливу на екологію, підвищує власні шанси на виживання
5	Підтримка місцевої економіки: туристична діяльність, що підтримує місцеву економіку та зважає на екологію, не завдасть шкоди оточенню
6	Залучення місцевих громад: повне залучення місцевих громад в туристичний сектор не тільки позитивно впливає на економіку та довкілля, а й покращує якість туристичних послуг
7	Консультування зацікавлених сторін та громади: необхідне для попередження та розв'язання потенційно можливий конфліктів інтересів
8	Підготовка персоналу: залучення місцевого персоналу на всіх етапах туристичної діяльності покращує якість туристичного продукту
9	Маркетинг туризму: проведений маркетинг, що надає повну інформацію про туристичну сферу, підвищує повагу до природного, соціального та культурного середовищ приймаючих місцевостей та рівень задоволення клієнтів
10	Проведення досліджень: постійні дослідження, моніторинг галузі важливі для вирішення проблем та покращення ситуації в приймаючих місцевостях і серед клієнтів

Таблиця Г.1 – Основні відмітні риси сталого туризму від традиційного

Фактори порівняння	Сталий туризм	Традиційний туризм
Залучення туристів	Обсяги надання туристичних послуг узгоджуються з соціально-економічними, екологічними можливостями території, що визначає характер туристичної діяльності	Туристична діяльність орієнтована на постійне збільшення туристичних потоків. Обсяги надання туристичних послуг обмежуються тільки матеріально-технічною базою
Поведінка туристів	Туристи під час свого перебування дотримуються певної моделі поведінки відповідно до культури країни, де вони перебувають. Поведінка не шкодить природним ресурсам, традиціям місцевого населення	Туристи проносять свій образ життя та поведінку на територію відпочинку
Відношення до природи	Для туристів важлива сама цінність існування природних об'єктів, а не їх споживча вартість	Домінує споживче відношення туристів до природних об'єктів. Природні об'єкти оцінюються виходячи з їх користі для людини
Взаємозв'язок туристів та місцевого населення	Дружні, поважні відносини, метою яких є вивчення нової культури	Формальні відносини. Туристи вважають себе господарями, яких мають обслуговувати

Таблиця Д.1 – Динаміка кількості туристів, обслугованих суб'єктами ринку туристичних послуг України із розподілом за метою поїздки

Мета подорожі	2011			2015			2018			2019		
	Іноземні туристи	Виїзні туристи	Внутрішні туристи	Іноземні туристи	Виїзні туристи	Внутрішні туристи	Іноземні туристи	Виїзні туристи	Внутрішні туристи	Іноземні туристи	Виїзні туристи	Внутрішні туристи
	Юридичні особи											
Службова, ділова, навчання	3669	17923	66435	2195	68905	107732	8031	72327	131436	5232	89260	173021
Дозвілля, відпочинок	80591	1044092	216407	9782	1342243	158643	58914	3413736	198765	58404	4672814	232756
Лікування	15544	2908	49124	2427	1147	26291	3883	14554	42866	2390	17909	35699
Спортивний туризм	6031	1503	21718	-	946	1073	235	1793	1324	194	1451	2308
Спеціалізований туризм	342	894	1653	81	1027	66	283	1423	115	16874	1788	2670
Інше	3735	4317	4183	65	84144	8060	652	4280	2063	609	3372	3201
Усього	109912	1071637	369520	14550	1498412	301865	72941	3508113	376569	83703	4786594	449655
	Фізичні особи-підприємці											
Службова, ділова, навчання	112	918	1328	14	722	4088	35	3652	1403	92	2518	1048
Дозвілля, відпочинок	1689	157289	116609	186	147809	44277	2097	511409	61256	2623	734761	60287
Лікування	218	459	5234	409	121	6044	872	1064	17067	422	346	9163
Спортивний туризм	-	125	3417	-	109	728	-	276	111	-	148	145
Спеціалізований туризм	209	29	341	-	38	13	-	143	12	-	197	-
Інше	1	335	1101	-	179	12	-	46	381	-	302	93
Усього	2229	159155	128030	609	148987	55162	3004	516590	80230	3137	738272	70736

Таблиця Е.1 – Динаміка основних показників колективних засобів розміщення

КЗР	2011			2015			2016			2017		
	Кількість КЗР, од	Кількість осіб, що перебували в КЗР, осіб	Доходи від наданих послуг (без ПДВ, акцизів і інших платежів), тис. грн.	Кількість КЗР, од	Кількість осіб, що перебували в КЗР, осіб	Доходи від наданих послуг (без ПДВ, акцизів і інших платежів), тис. грн.	Кількість КЗР, од	Кількість осіб, що перебували в КЗР, осіб	Доходи від наданих послуг (без ПДВ, акцизів і інших платежів), тис. грн.	Кількість КЗР, од	Кількість осіб, що перебували в КЗР, осіб	Доходи від наданих послуг (без ПДВ, акцизів і інших платежів), тис. грн.
Готелі та аналогічні засоби розміщення, з них	2499	4194602	3608762	2478	4297190	5112138,8	2534	5037075	6710155,2	2474	5135164	8629300,6
Готелі	1241	3419728	3268683,3	1508	3682858	4794875,2	1703	4332043	6293243,7	1704	4395846	8184373,7
Мотелі	93	126554	83556,4	123	93830	30894,2	139	101300	41224,5	137	110699	49661,5
Хостели	5	3124	2482,1	29	30328	8219,6	40	52552	15753,5	36	44498	16114,8
Кемпінги	12	8818	2995,5	6	5140	2120,6	14	8218	3120,9	12	7814	3845,4
Гуртожитки для приїжджих	143	242758	43662,4	105	121716	44680,3	90	181178	52576,6	84	192308	64048,2
Туристичні бази, гірські притулки, тощо	1005	393620	207382,3	707	363318	231348,9	548	361784	304236	501	383999	311257
Спеціалізовані засоби розміщення, з них	2211	1855765	4411867,8	1863	1482668	2947930,8	1722	1507684	3392306,2	1641	1526013	4054649,4
санаторії	201	597439	1918379,8	184	434930	1813249,5	172	428503	1957103,6	169	449550	2498084,8
пансіонати з лікуванням	20	23543	35849,4	14	12293	40882,7	12	15632	56562,3	12	15216	68390,7
санаторії-профілакторії	196	160667	328804,6	79	61348	183853,1	63	65947	213973,9	55	59801	217909,8
бальнеологічні лікарні	4	13405	9833,4	3	3160	12491,5	3	3323	21594,5	3	3270	17886,5
будинки відпочинку	20	19706	15085,2	12	11229	12467	11	8559	16353,4	14	8666	17001,6
пансіонати відпочинку	118	137101	147778,6	64	65568	116785,4	62	65956	154480,5	53	65459	118581,2
бази відпочинку	1482	728691	1113062	1372	750914	531477,7	1265	762882	629963,3	1212	774178	732764,8

Таблиця Ж.1 – Кількість фактично проведених ліжко-днів в колективних засобах перебування України, од

КЗР	2011			2015			2016			2017		
	Усього	Діти	Іноземні громадяни	Усього	Діти	Іноземні громадяни	Усього	Діти	Іноземні громадяни	Усього	Діти	Іноземні громадяни
Колективні засоби розміщення, усього	26730691	6818641	1387086	22747003	5847241	1571899	22881352	5694639	1893287	23130834	5539789	1990125
<i>Готелі та аналогічні засоби розміщення, з них</i>												
Готелі	7085839	302832	1047584	6940922	310827	1166804	7522267	299736	1434819	7708079	350408	1550335
Мотелі	5802819	208561	1030819	5829875	233175	1153078	6455653	240067	1425265	6502597	291728	1520049
Хостели	38957	370	536	43645	807	737	37310	1026	739	46259	761	1040
Кемпінги	16367	4872	6	25602	6128	-	16508	-	10	13071	-	15
Гуртожитки для приїжджих	11145	1410	476	3913	998	186	1634	725	-	5400	1406	-
Гуртожитки для туристів	814301	11431	9493	652401	15631	7056	595965	11751	3408	650886	14869	8087
Туристичні бази, гірські притулки, тощо	401250	76188	6254	385486	54088	5747	415197	46167	5397	489866	41644	21144
<i>Спеціалізовані засоби розміщення, з них</i>												
санаторії	19644852	6515809	339502	15806081	5536414	405095	15359085	5394903	458468	15422755	5189381	439790
пансіонати з лікуванням	9549193	1105821	271061	6962392	600590	323969	6666406	573206	359336	7030	536037	314632
санаторій-профілакторії	209974	85002	109	149198	53098	54	178379	67539	15	178280	66771	39
бальнеологічні лікарні	1824999	154376	1689	959580	125898	2094	941888	122746	2879	849688	98040	3933
будинки відпочинку	64746	88	100	39760	130	80	37031	303	320	50973	179	173
пансіонати відпочинку	77020	2427	68	78741	7497	68	67427	4342	112	68022	4502	85
бази відпочинку	564116	126549	3345	531938	125469	1681	504266	93987	3029	502781	107511	1924
	2987169	747245	8699	3193750	782043	20513	3034229	673667	39682	2983783	708809	61127

Таблиця І.1 – Вихідні дані для здійснення кластеризації областей України за показниками розвитку ринків туристичних послуг

Регіон України	Кількість суб'єктів туристичної діяльності	Кількість туристів, обслугованих суб'єктами ринку туристичних послуг	Дохід від надання туристичних послуг, тис. грн	Кількість колективних засобів розміщування	Кількість місць у колективних засобах розміщування	Кількість реалізованих туристичних пугівок	Вартість реалізованих туристичних пугівок
Вінницька	24	20264	24710,6	22	1895	8389,0	83998,4
Волинська	21	9247	19476,6	72	3684	6904,0	101766,7
Дніпропетровська	111	57059	38778,9	93	11826	29887,0	823344,5
Донецька	29	21626	14196,5	78	9505	14928,0	252686,0
Житомирська	17	11253	6544,6	17	995	6123,0	94230,8
Закарпатська	30	13522	20751,9	54	3748	7971,0	118494,5
Запорізька	61	31521	25389,3	123	16102	17392,0	372563,9
Івано-Франківська	31	43861	314013,3	67	6229	41196,0	398822,3
Київська	51	29656	67510,2	86	9489	13210,0	416336,2
Кіровоградська	14	4335	5710,3	30	2114	2489,0	58133,4
Луганська	7	1129	1733,1	9	869	1055,0	15374,9
Львівська	148	143222	564885,5	129	13191	500976,0	1542569,2
Миколаївська	21	8402	4241,8	102	12620	4884,0	139322,7
Одеська	128	59632	176352,7	177	23427	44979,0	787222,1
Полтавська	14	3498	5953,6	43	3363	3184,0	64411,6
Рівненська	30	9494	13650,4	17	1557	4113,0	114545,3
Сумська	19	9429	6218,1	21	1532	6762,0	97867,8
Тернопільська	22	8450	6251,2	14	1267	4593,0	63942,6
Харківська	86	33021	56494,0	67	7511	20010,0	437246,1
Херсонська	14	4208	39200,7	107	19581	3343,0	37115,6
Хмельницька	25	9401	6877,9	33	2823	6562,0	64506,9
Черкаська	28	8692	15759,4	54	3978	3747,0	87758,4
Чернівецька	35	15178	19255,9	11	1325	6881,0	155164,5
Чернігівська	17	5982	3483,2	25	1949	2891,0	96716,7

Таблиця К.1 – Стандартизовані дані для здійснення кластеризації областей України за показниками розвитку ринків

туристичних послуг

Регіон України	Кількість суб'єктів туристичної діяльності	Кількість туристів, обслугованих суб'єктами ринку туристичних послуг	Дохід від надання туристичних послуг, тис. грн	Кількість колективних засобів розміщування	Кількість місць у колективних засобах розміщування	Кількість реалізованих туристичних путівок	Вартість реалізованих туристичних путівок
Вінницька	-0,442	-0,104	-0,282	-0,863	-0,746	-0,232	-0,524
Волинська	-0,520	-0,468	-0,323	0,259	-0,468	-0,247	-0,473
Дніпропетровська	1,827	1,110	-0,172	0,730	0,799	-0,019	1,586
Донецька	-0,312	-0,059	-0,365	0,393	0,438	-0,167	-0,043
Житомирська	-0,625	-0,401	-0,425	-0,975	-0,886	-0,255	-0,495
Закарпатська	-0,286	-0,327	-0,313	-0,145	-0,458	-0,236	-0,426
Запорізька	0,523	0,267	-0,277	1,403	1,464	-0,143	0,299
Івано-Франківська	-0,260	0,675	1,985	0,147	-0,072	0,094	0,374
Київська	0,262	0,206	0,053	0,573	0,435	-0,184	0,424
Кіровоградська	-0,703	-0,630	-0,431	-0,683	-0,712	-0,291	-0,598
Луганська	-0,886	-0,736	-0,462	-1,154	-0,906	-0,305	-0,720
Львівська	2,791	3,953	3,951	1,537	1,011	4,662	3,638
Миколаївська	-0,520	-0,496	-0,443	0,932	0,922	-0,267	-0,366
Одеська	2,270	1,195	0,906	2,614	2,604	0,131	1,483
Полтавська	-0,703	-0,657	-0,429	-0,392	-0,518	-0,284	-0,580
Рівненська	-0,286	-0,460	-0,369	-0,975	-0,799	-0,275	-0,437
Сумська	-0,573	-0,462	-0,427	-0,885	-0,803	-0,248	-0,485
Тернопільська	-0,494	-0,494	-0,427	-1,042	-0,844	-0,270	-0,581
Харківська	1,175	0,317	-0,033	0,147	0,128	-0,117	0,484
Херсонська	-0,703	-0,634	-0,169	1,044	2,005	-0,282	-0,658
Хмельницька	-0,416	-0,463	-0,422	-0,616	-0,602	-0,250	-0,580
Черкаська	-0,338	-0,486	-0,352	-0,145	-0,422	-0,278	-0,513
Чернівецька	-0,155	-0,272	-0,325	-1,109	-0,835	-0,247	-0,321
Чернігівська	-0,625	-0,575	-0,449	-0,795	-0,738	-0,287	-0,488

Таблиця Л.1 – Дисперсійний аналіз регіонів України за показниками розвитку ринків туристичних послуг (поділ на 4 кластери)

Показники розвитку ринку туристичних послуг	Analysis of Variance					
	Between SS	df	Within SS	df	F	signif. p
Кількість суб'єктів туристичної діяльності	0,130342	3	0,136054	20	6,3868	0,003267
Кількість туристів, обслугованих суб'єктами ринку туристичних послуг	0,069904	3	0,230998	20	2,0174	0,143867
Дохід від надання туристичних послуг, тис. грн	9,971258	3	0,483651	20	137,4444	0,000000
Кількість колективних засобів розміщування	0,128668	3	0,133400	20	6,4302	0,003165
Кількість місць у колективних засобах розміщування	0,107766	3	0,678122	20	1,0595	0,388386
Кількість реалізованих туристичних путівок	0,143221	3	0,066419	20	14,3755	0,000032
Вартість реалізованих туристичних путівок	5,234951	3	1,289075	20	27,0734	0,000000

Таблиця Л.2 – Дисперсійний аналіз регіонів України за показниками розвитку ринків туристичних послуг (поділ на 5 кластерів)

Показники розвитку ринку туристичних послуг	Analysis of Variance					
	Between SS	df	Within SS	df	F	signif. p
Кількість суб'єктів туристичної діяльності	0,147842	4	0,118553	19	5,9235	0,002865
Кількість туристів, обслугованих суб'єктами ринку туристичних послуг	0,071380	4	0,229522	19	1,4772	0,248402
Дохід від надання туристичних послуг, тис. грн	9,986982	4	0,467926	19	101,3795	0,000000
Кількість колективних засобів розміщування	0,145749	4	0,116319	19	5,9518	0,002799
Кількість місць у колективних засобах розміщування	0,192440	4	0,593449	19	1,5403	0,230763
Кількість реалізованих туристичних путівок	0,152006	4	0,057634	19	12,5278	0,000037
Вартість реалізованих туристичних путівок	5,236158	4	1,287867	19	19,3124	0,000002

Таблиця Л.3 – Дисперсійний аналіз регіонів України за показниками розвитку ринків туристичних послуг (поділ на 6 кластерів)

Показники розвитку ринку туристичних послуг	Analysis of Variance					
	Between SS	df	Within SS	df	F	signif. p
Кількість суб'єктів туристичної діяльності	0,16504	5	0,101357	18	5,86185	0,002200
Кількість туристів, обслугованих суб'єктами ринку туристичних послуг	0,08289	5	0,218016	18	1,36865	0,282122
Дохід від надання туристичних послуг, тис. грн	10,01041	5	0,444497	18	81,07484	0,000000
Кількість колективних засобів розміщування	0,16348	5	0,098587	18	5,96974	0,002004
Кількість місць у колективних засобах розміщування	0,14022	5	0,645667	18	0,78182	0,575803
Кількість реалізованих туристичних путівок	0,17493	5	0,034711	18	18,14261	0,000002
Вартість реалізованих туристичних путівок	5,23725	5	1,286777	18	14,65219	0,000008

Таблиця Л.4 – Дисперсійний аналіз регіонів України за показниками розвитку ринків туристичних послуг (поділ на 7 кластерів)

Показники розвитку ринку туристичних послуг	Analysis of Variance					
	Between SS	df	Within SS	df	F	signif. p
Кількість суб'єктів туристичної діяльності	0,15619	6	0,110204	17	4,01566	0,010959
Кількість туристів, обслугованих суб'єктами ринку туристичних послуг	0,15427	6	0,146628	17	2,98108	0,035446
Дохід від надання туристичних послуг, тис. грн	10,00804	6	0,446870	17	63,45491	0,000000
Кількість колективних засобів розміщування	0,15375	6	0,108317	17	4,02180	0,010887
Кількість місць у колективних засобах розміщування	0,20655	6	0,579337	17	1,01017	0,450983
Кількість реалізованих туристичних путівок	0,15327	6	0,056365	17	7,70474	0,000408
Вартість реалізованих туристичних путівок	5,23863	6	1,285397	17	11,54723	0,000034

Members of Cluster Number 8 (Spreadsheet1) and Distances from Respective Cluster Center Cluster contains 1 cases	
Variable	Distance
Львівська	0,012

а) кластер А

Members of Cluster Number 8 (Spreadsheet3) and Distances from Respective Cluster Center Cluster contains 4 variables	
Variable	Distance
Івано-Франківська	0,424472
Одеська	0,00

б) кластер В

Members of Cluster Number 1 (Spreadsheet3) and Distances from Respective Cluster Center Cluster contains 4 variables	
Variable	Distance
Донецька	0,027884
Кіровоградська	0,032255
Черкаська	0,040287
Херсонська	0,345826

в) кластер С

Members of Cluster Number 5 (Spreadsheet3) and Distances from Respective Cluster Center Cluster contains 1 variables	
Variable	Distance
Вінницька	0,0021

г) кластер D

Members of Cluster Number 6 (Spreadsheet3) and Distances from Respective Cluster Center Cluster contains 9 variables	
Variable	Distance
Дніпропетровська	0,018588
Житомирська	0,042430
Запорізька	0,022778
Київська	0,011806
Полтавська	0,028041
Рівненська	0,037024
Харківська	0,044287
Хмельницька	0,053941
Чернігівська	0,033445

д) кластер Е

Members of Cluster Number 7 (Spreadsheet3) and Distances from Respective Cluster Center Cluster contains 2 variables	
Variable	Distance
Луганська	0,072446
Миколаївська	0,072446

е) кластер F

Members of Cluster Number 4 (Spreadsheet3) and Distances from Respective Cluster Center Cluster contains 1 variables	
Variable	Distance
Волинська	0.0025

ж) кластер G

Members of Cluster Number 3 (Spreadsheet3) and Distances from Respective Cluster Center Cluster contains 4 variables	
Variable	Distance
Закарпатська	0.028261
Сумська	0.006974
Тернопільська	0.020726
Чернівецька	0.019631

з) кластер H

Рис. М.1 – Результати розподілу регіонів України на кластери за показниками розвитку ринків туристичних послуг

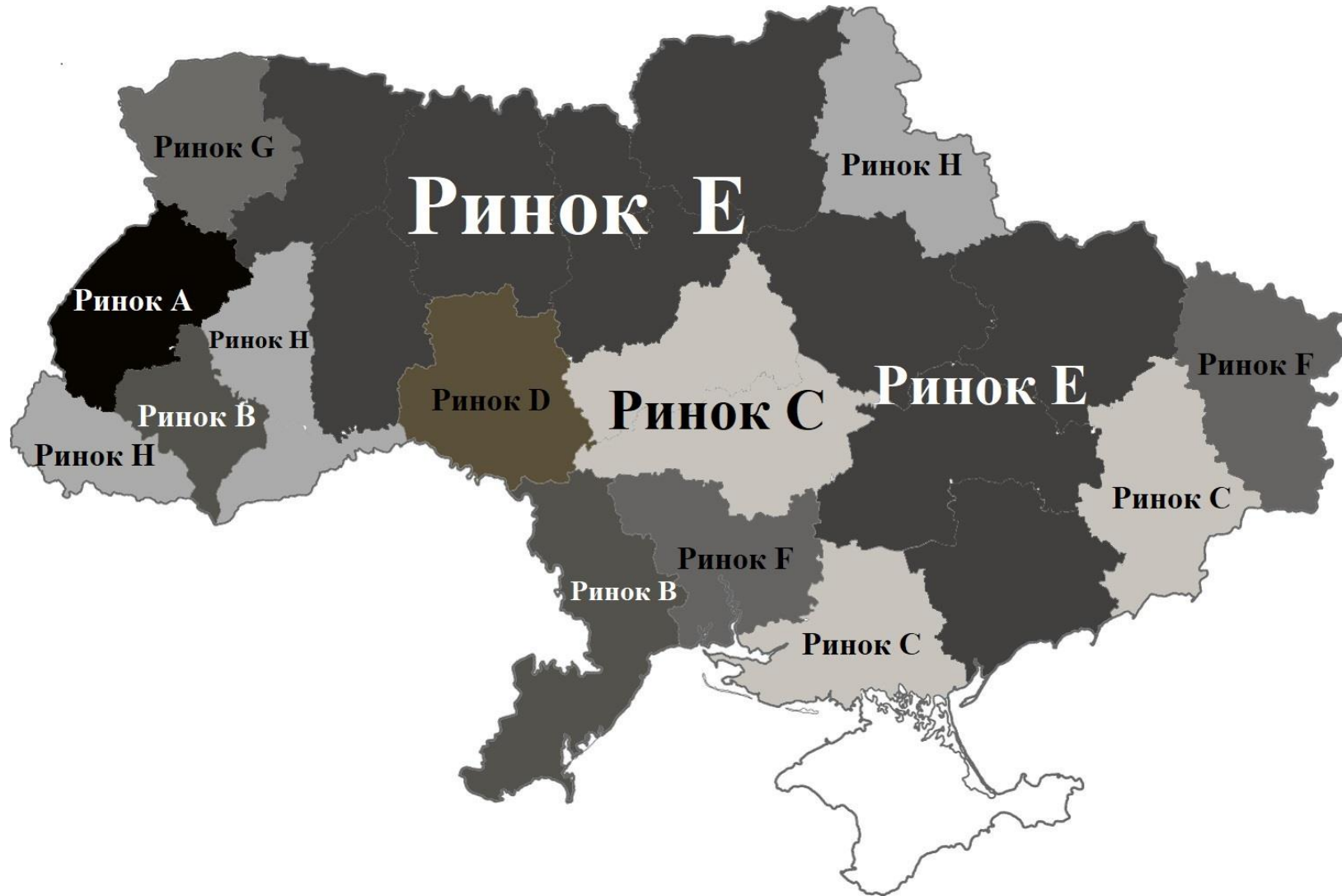


Рис. Н.1 – Регіональні ринки туристичних послуг України

ДОДАТОК О

Акти впровадження



МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ

ДОНЕЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ЕКОНОМІКИ І ТОРГІВЛІ ІМЕНІ МИХАЙЛА ТУГАН-БАРАНОВСЬКОГО

Юридична адреса: 50042, Дніпропетровська обл., м. Кривий Ріг, вул. Курчатова, 13
Адреса для листування: 50005, Дніпропетровська обл., м. Кривий Ріг, вул. Трамвайна, 16б
E-mail: office@donnuet.edu.ua, тел./факс: (056) 409-77-97 ЄДРПОУ 01566057

04.05.2020 № 01.01 - 18/17

ДОВІДКА

на впровадження результатів дисертаційної роботи
Борблік Карини Едуардівни
на тему «Формування стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг
України» на присудження ступеня доктора філософії

Дисертаційне дослідження Борблік К.Е. виконано відповідно до плану науково-дослідних робіт Донецького національного університету економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського, а саме: *науково-дослідної роботи на замовлення МОН України – «Формування інфраструктури конкурентних переваг України: концептуальні засади та стратегічні моделі (на прикладі Донецького економічного регіону)»* (номер державної реєстрації 0119U100824, 2019-2021 рр.); *науково-дослідної роботи за держбюджетною тематикою – «Компаративний аналіз регіональних ринків туристичних послуг»* (номер державної реєстрації 0117U004051, 2017-2020 рр.).

Результати дослідження використовуються у навчальному процесі при викладанні дисциплін «Ринок туристичних послуг», «Туроперейтинг» і при виконанні дипломних робіт здобувачів вищої освіти.

В.о. ректора



О.Б. Чернега

KRASIN TOUR

ТУРИСТИЧНИЙ ОПЕРАТОР

50065, Україна, Дніпропетровська обл.,
м. Кривий Ріг, вул. Соборності, 45/44
Телефон: 068-784-84-84
E-mail: krasin.tour.kr@gmail.com
Р/с: UA163348510000000026004111171
Банк: АТ КБ «ПУМБ»
МФО: 334851
ЄДРПОУ 39957265
Наказ про видачу ліцензії на право
провадження туроператорської
діяльності №1497 від 16.10.2018

ДОВІДКА

про використання результатів дисертації на здобуття ступеня доктора філософії Борблік Карини Едуардівни на тему «Формування стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг України», яку виконано на кафедрі туризму та країнознавства Донецького національного університету економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського

Основні положення наукових досліджень здобувача наукового ступеня доктора філософії Борблік Карини Едуардівни, що містяться у дисертаційній роботі на тему «Формування стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг України», зокрема, науково-методичний підхід до оцінки стану розвитку ринку туристичних послуг України, а також встановлені загальні тенденції розвитку ринку, використовуються у практичній діяльності ТОВ «Красін Тур» при розробці та реалізації комплексу заходів з планування подальшого розвитку підприємства.

Директор ТОВ «Красін Тур»



А.М. Красін



Туристична фірма «Лемпі»

Код ЄДРПОУ 30922941

Ліцензія Держкомтуризма України

Серія АГ №580958от 30.03.2012

Україна, 87515
м. Маріуполь, а/я 52
вул. Миколаївська, 27
Тел. (38 0629) 53-28-12
e-mail: ira@lempi.com.ua

27, Nikolaevska Str. P.box 52
Mariupol
Ukraine, 87515
Tel. (38 0629) 53-28-12
e-mail: ira@lempi.com.ua

Вих №12/17

від 17 грудня 2019

ДОВІДКА

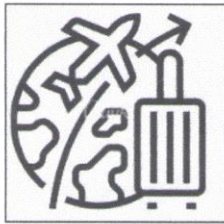
про використання результатів дисертації на здобуття наукового ступеня доктора філософії Борблік Карини Едуардівни на тему «Формування стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг України», яку виконано на кафедрі туризму та країнознавства Донецького національного університету економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського

У практичній діяльності ТОВ «Туристична фірма «Лемпі» використано основні результати дисертаційної роботи Борблік К.Е., які стосувались наступного:

- індикаторів оцінки ефективності реалізації стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг, що дозволять моніторити відповідність становища ринку базовим критеріям і своєчасно приймати необхідні управлінські рішення;
- рекомендацій щодо підтримки бренду підприємства на ринку туристичних послуг, які стосуються різних наборів інструментів і каналів комунікацій, що дозволить підвищити ефективність розвитку і просування підприємства на національному ринку туристичних послуг;
- рекомендацій щодо заходів формування сприятливих умов для збільшення притоку туристів, підвищення рівня наповненості об'єктів туристичної інфраструктури і доходів за рахунок створення комфортних умов перебування в країні туристів.



Директор
Косигіна І.С.



TRAVEL POINT

Турагенція

ФОП Невінних О.С. ІПН 3210202863
Банк. гарантія №Г-190625-1 від 25.06.2019
Україна, Донецька обл.
м.Маріуполь вул. Авіаційна 68
тел. 068-78-18-523, 099-79-37-595

traveltochka@gmail.com

Вих №12
від 05.03.2020

ДОВІДКА

про використання результатів дисертаційної роботи
на здобуття наукового ступеня доктора філософії Борблік Карини Едуардівни на
тему «Формування стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг
України», яку виконано на кафедрі туризму та країнознавства Донецького
національного університету економіки і торгівлі
імені Михайла Туган-Барановського

ФОП Невінних Олена Сергіївна/ ТА «TRAVEL POINT» у практичній діяльності були використані результати дисертаційної роботи Борблік К.Е., що стосуються:

- пропозицій з відкриття конгресного бюро, а саме рекомендації щодо його функцій та завдань. Формування відповідного відділу на підприємстві, що функціонуватиме на представлених засадах, дозволить скоротити час прийняття управлінських рішень, знизити витрати на сервіс;
- основних засад реалізації стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг в частині соціального напрямку, що дозволить підвищити якість послуг та збільшити їх конкурентоспроможність на національній та міжнародній арені.

Директор



Невінних О.С.