

ПАРТНЕРСЬКІ МОДЕЛІ ТУРОПЕРАТОРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ДЛЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ

Ціль сталого розвитку 11: Сталий розвиток міст та спільнот Ціль сталого розвитку 17: Партнерство заради стійкого розвитку

Помелова А. Д. angelinapomelowa@gmail.com

Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного

В умовах зростання туристичних потоків забезпечення сталого розвитку туристичних дестинацій стає надзвичайно актуальним. Незважаючи на економічні вигоди, туризм може спричиняти екологічне навантаження, виснаження ресурсів та соціальні дисбаланси. Туроператори, як ключові суб'єкти туристичного ринку, відіграють провідну роль у формуванні попиту, маршрутів та моделей взаємодії з територіями.

У цьому контексті міжсекторальне партнерство між туроператорами, громадами, органами влади та НУО є необхідною умовою реалізації збалансованої туристичної політики відповідно до Цілей сталого розвитку ООН. Однак на практиці виникають труднощі, пов'язані з фрагментарністю бачення, слабкою комунікацією та нестачею інституційної підтримки. Це зумовлює потребу в теоретичному обґрунтуванні та практичному моделюванні ефективних партнерських підходів у туроператорській діяльності для сталого управління дестинаціями.

Туризм часто називають однією з найбільш впливових галузей світової економіки, адже його внесок у глобальний ВВП та створення робочих місць є вражаючим. Через розвиток внутрішнього та зовнішнього туризму формуються численні робочі місця в сфері гостинності, транспорту, культури, торгівлі та суміжних галузях, що безпосередньо впливає на підвищення рівня життя місцевого населення та економічного становища в країні [1].

Партнерство у сфері сталого туризму виступає одним із ключових концептів сучасного управління туристичними дестинаціями, що передбачає кооперацію між різними секторами задля досягнення збалансованого соціального, економічного та екологічного розвитку. У рамках туроператорської діяльності партнерство набуває особливої ваги як механізм координації зусиль між державними структурами, приватними компаніями, місцевими громадами та інституціями громадянського суспільства (НУО, ініціативні групи, освітні заклади тощо).

Згідно з науковим дискурсом, партнерство в туризмі розглядається як добровільне, інституціолізоване або неформальне об'єднання різнорідних акторів, яке ґрунтується на взаємній вигоді, спільній відповідальності та довгостроковій взаємодії. Такий підхід відповідає Цілі 17 сталого розвитку ООН – «Партнерство заради стійкого розвитку» – яка наголошує на важливості створення ефективних, відкритих і відповідальних альянсів для забезпечення збалансованого розвитку на всіх рівнях.

У контексті туроператорської діяльності партнерські моделі спрямовані на: підвищення якості туристичних продуктів шляхом узгодження стандартів, обміну знаннями та об'єднання ресурсів; оптимізацію управління туристичними потоками задля запобігання надмірному навантаженню на дестинації; забезпечення вигоди для місцевих громад через створення робочих місць, розвиток малого бізнесу та підтримку локальної культури; стимулювання екологічно відповідального туризму, шляхом інтеграції принципів етичного споживання, скорочення вуглецевого сліду, збереження біорізноманіття та культурної спадщини [2].

У межах сталого туризму партнерство базується на принципах партисипації, прозорості, довіри, спільного прийняття рішень і розподілу ризиків. Теоретичне підґрунтя партнерських моделей спирається на інституціональну економіку, теорію стейкхолдерів, концепцію спільного управління та парадигму дестинаційного менеджменту.

Партнерська взаємодія в туроператорській діяльності реалізується у формах публічно-

приватного партнерства, DESTИНАЦІЙНИХ КОАЛІЦІЙ, кластерів, міжмуніципального співробітництва та мереж сталого туризму. Їх ефективність забезпечується завдяки чітко визначеним цілям, розподілу ролей, ефективним комунікаційним каналам і системам моніторингу. У цьому контексті партнерство виступає ключовим інструментом сталого розвитку, сприяючи економічному зростанню, збереженню культурного і природного капіталу територій. Як зазначає UNWTO (2023), досягнення цього можливе лише за умов тісної співпраці між туроператорами, владою, громадськими організаціями, бізнесом та місцевими громадами. [3].

Сталий розвиток туристичних DESTИНАЦІЙ вимагає тісної співпраці між різними зацікавленими сторонами: туроператорами, місцевими громадами, органами влади та громадськими організаціями. Така взаємодія сприяє ефективному управлінню туристичними ресурсами, збереженню культурної спадщини та забезпеченню економічної вигоди для місцевих організацій (рис. 1).



Рис. 1 - Модель партнерства для сталого управління туристичною дестинацією.

Планування у партнерських моделях сталого туризму передбачає спільну розробку стратегій розвитку територій, координацію туристичних потоків та регулювання сезонного навантаження на дестинації. Формування туристичного продукту базується на використанні локальних ресурсів — природних, культурних, гастрономічних — з урахуванням автентичності та залученням місцевого населення. Так, туроператор Кара-Tunga реалізує тури за участі племен Карамоджи, забезпечуючи частку прибутку для громад і унікальний досвід для туристів. Партнерство реалізується через інституційні форми взаємодії: регулярну комунікацію, спільне прийняття рішень, підписання меморандумів, участь у соціально-інфраструктурних ініціативах. У Непалі, зокрема, туроператори спільно з Асоціацією трекінгових агенцій та органами влади розробили маршрути для збереження місцевої інфраструктури й підтримки дестинацій. Просвіта охоплює інформаційно-освітню роботу з туристами й громадами щодо принципів сталого туризму. Ініціатива Gili Eco Trust (Індонезія) є прикладом еколого-освітньої діяльності через семінари та акції зі збереження природного середовища.

Аналіз партнерських ініціатив у сфері туризму засвідчив суттєві відмінності між рівнем їх реалізації в Україні та за кордоном. Водночас в Україні активно формується нормативна база для розвитку партнерств. Так, Стратегія розвитку туризму та курортів до 2026 року передбачає впровадження принципів сталого розвитку через державно-приватне партнерство, підтримку локальних ініціатив та модернізацію інфраструктури. Значущою подією 2024 року стало підписання Меморандуму між Міністерством економіки України та компанією Mastercard з метою відновлення туристичного потенціалу держави. [4].

Натомість міжнародний досвід демонструє більш високий рівень інтеграції партнерських підходів у загальнодержавну та міжнародну політику сталого туризму. Наприклад, Глобальне партнерство для сталого туризму (GPST) забезпечує технічну підтримку країнам, сприяючи впровадженню проектів у співпраці з місцевими та міжнародними стейкхолдерами. Окремо варто згадати ініціативу Urban Agenda for the EU, в межах якої у 2022 році було створено спеціальне Партнерство для сталого туризму в містах. Воно включає муніципалітети, представників ЄС та приватного сектору, які разом розробляють політики з урахуванням соціального, економічного та екологічного балансу.

Таблиця 1

Переваги та бар'єри партнерської взаємодії для сталого розвитку територій в Україні.

Категорія	Переваги	Бар'єри
Економічна вигода	Залучення інвестицій через державно-приватне партнерство. Розвиток малого та середнього бізнесу	Обмежений доступ до фінансування Брак довгострокових інвестиційних програм
Соціальна згуртованість	Збереження традицій та ремесел Покращення якості життя у громадах	Низький рівень участі громад у стратегічному плануванні. Недовіра між громадами та туроператорами
Інституційна взаємодія	Співпраця між органами влади, бізнесом та туроператорами. Створення механізмів координації зусиль	Недостатня інституційна спроможність Відсутність чітких процедур реалізації партнерських моделей
Освіта та інформування	Можливість навчання для гідів, підприємців, службовців. Підвищення туристичної грамотності	Брак системних освітніх програм зі сталого туризму. Недостатній рівень обізнаності про переваги партнерства серед ключових учасників
Екологічна складова	Створення зелених маршрутів, екофестивалів. Захист природної спадщини через спільні ініціативи	Недотримання екологічних стандартів у масовому туризмі Відсутність контролю за впливом туризму на довкілля

Аналіз переваг і бар'єрів партнерської взаємодії у сфері сталого туризму в Україні свідчить про наявність значного потенціалу поряд із низкою обмежень. Серед переваг – економічне зростання, розвиток громад, збереження культурних і природних ресурсів. Водночас бар'єрами залишаються інституційна слабкість на місцях, обмежене фінансування, недовіра між учасниками партнерств і низький рівень екологічної свідомості. Для подолання цих викликів доцільно активізувати участь туроператорів у формуванні стратегій сталого розвитку, розвивати державно-приватне партнерство, інвестувати в освітні програми для бізнесу та громад. Необхідним є створення прозорих комунікаційних механізмів, проведення консультацій і укладення меморандумів. Вивчення міжнародного досвіду (UNWTO, GPST, Urban Agenda for the EU) дозволить адаптувати ефективні практики для українських умов сталого розвитку туризму..

Загалом, впровадження ефективних партнерських стратегій у туризмі та туристичній діяльності дозволить не лише підвищити конкурентоспроможність українських туристичних дестинацій, а й сприятиме досягненню Цілей сталого розвитку ООН, зокрема Цілі 11 (сталий розвиток міст і спільнот) та Цілі 17 (партнерство заради сталого розвитку).

Список використаних джерел

1. Калмикова І. Інноваційний підхід до сталого управління туристичною дестинацією в умовах нової нормальності. *Сталий розвиток економіки*. 2025. № 1(52). С. 387-394.
2. Павліха Н. В., Цимбалюк І. О., Савчук А. Ю. Сталий розвиток туризму та рекреації: сучасні виклики й перспективи для України. – 2022. URL: https://evnuir.vnu.edu.ua/bitstream/123456789/20754/1/tyruzsm_2022.pdf (дата звернення 17.04.2025).

3. Офіційний сайт UNWTO. UNWTO на FITUR 2023: інвестиції в різноманітне, стійке майбутнє для туризму. URL: <https://www.unwto.org/news/unwto-fitur-2023-investing-in-a-diverse-sustainable-future-for-tourism> (дата звернення 17.04.2025).

4. Офіційний сай Mastercard. Ministry for Restoration of Ukraine and Mastercard to cooperate on restoring the tourism industry URL: <https://www.mastercard.com/news/europe/en/newsroom/press-releases/en/2024/ministry-for-restoration-of-ukraine-and-mastercard-to-cooperate-on-restoring-the-tourism-industry> (дата звернення 17.04.2025).

Науковий керівник: Демко В. С., к.е.н., доцент кафедри економіки і бізнесу Таврійського державного агротехнологічного університету імені Дмитра Моторного

ЧИННИКИ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ ПІДПРИЄМСТВА

Ціль сталого розвитку № 8: Гідна праця та економічне зростання

Савченко Д. О. iphonex.brd@gmail.com

Таврійський державний агротехнологічний університет імені Дмитра Моторного

Формування конкурентоспроможності підприємства є комплексним процесом, який визначається сукупністю внутрішніх і зовнішніх факторів. Крім того, окрему увагу слід приділяти тим аспектам, які впливають на довгострокову конкурентоспроможність компанії.

1. Внутрішні чинники формування конкурентоспроможності

Внутрішні чинники – це ті елементи, які безпосередньо контролюються керівництвом підприємства. Вони включають організаційно-управлінську структуру, ефективність використання ресурсів та інноваційний потенціал.

1.1 Організаційно-управлінська структура підприємства є фундаментом його діяльності. Вона охоплює не лише формальні ієрархічні рівні управління, але й механізми прийняття рішень, комунікації та розподілу відповідальності. Ефективна організаційна структура дозволяє швидко реагувати на зміни зовнішнього середовища, оптимізувати внутрішні процеси та мінімізувати ризики. Гнучкість структури є ключовим фактором, оскільки вона забезпечує можливість адаптації до нових умов, таких як зміна технологій, поведінки споживачів або кон'юнктури ринку. Координація між підрозділами також має велике значення, оскільки дозволяє уникнути хаосу та забезпечує виконання стратегічних завдань.

1.2 Ефективність використання ресурсів – це одна з основних передумов конкурентоспроможності. Ресурси поділяються на фінансові, людські та матеріальні.

- Фінансова стабільність є запорукою розвитку підприємства. Оптимізація витрат, залучення інвестицій та раціональне використання коштів дозволяють підтримувати конкурентоспроможність навіть в умовах економічної нестабільності.

- Кваліфікований персонал є одним із найважливіших активів підприємства. Система навчання, розвитку та мотивації працівників сприяє підвищенню продуктивності, покращенню якості продукції та зниженню витрат.

- Ефективне управління сировиною, обладнанням та іншими матеріальними активами дозволяє підтримувати безперебійний виробничий процес та мінімізувати витрати.

1.3 Інноваційний потенціал і технологічна база - інновації є двигуном розвитку будь-якого підприємства. Постійне впровадження нових технологій, методів виробництва та продуктів дозволяє компаніям залишатися конкурентоспроможними. Науково-дослідна діяльність та інноваційні проекти допомагають покращувати якість продукції, зменшувати собівартість та відкривати нові ринки. Технологічна база підприємства також грає важливу роль, оскільки сучасні технології дозволяють оптимізувати виробничі процеси, економити ресурси та зберігати конкурентоспроможні ціни.

2. Зовнішні чинники формування конкурентоспроможності знаходяться за межами