

Міністерство освіти і науки України
Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу
Інститут економіки та менеджменту
Кафедра туризму, рекреації та регіонального розвитку

УДК 379.85:338.4(477)

Коркос Андрій Максимович
(прізвище, ім'я по батькові)

МАГІСТЕРСЬКА РОБОТА

Формування стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг

України
(назва роботи)

Туристичний бізнес-менеджмент
(назва освітньої програми)

242- Туризм і рекреація
(шифр і назва спеціальності)

Робота містить результати власних досліджень, використання ідей, результатів і текстів інших авторів мають посилання на відповідне джерело:

Здобувач освітнього ступеня _____ **Андрій КОРКОС**
(підпис, ініціали та прізвище здобувача)

Науковий керівник _____ **д.е.н., професор Лілія СІМКІВ**
(підпис, прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання керівника)

Допущено до захисту

Завідувач кафедри _____ **к.г.н., доцент Ярослава КОРОБЕЙНИКОВА**
(посада) (підпис) (дата) (ініціали та прізвище)

Івано-Франківськ-2024

Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу

Інститут Економіки та менеджменту
Кафедра туризму, рекреації та регіонального розвитку
Напрямок підготовки 242- Туризм і рекреація

Затверджую
Завідувач кафедри _____ Коробейникова Я.С.
“ ___ ” _____ 20__ р.

ЗАВДАННЯ НА БАКАЛАВРСЬКУ РОБОТУ

Студенту Коркос Андрію Максимовичу

1. Формування стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг України

Керівник роботи Сімків Лілія Євгенівна д.е.н., професор

(прізвище, ім'я, по батькові, науковий ступінь, вчене звання керівника)

затверджені наказом закладу вищої освіти від 08.11.2024 р., №760/7

2. Строк подання студентом роботи 13. 12. 2024 р

3. Вихідні дані до роботи: наукова та навчально-методична література, дані Державної служби статистики України та Державного агентства розвитку туризму, електронні ресурси мережі Інтернет.

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, що їх належить розробити)

Вступ. 1. Теоретико-методологічні засади дослідження сталого розвитку ринку туристичних послуг України. 2. Діагностика сучасного стану та тенденцій розвитку ринку туристичних послуг України. 3. Стратегічні напрями та механізми забезпечення сталого розвитку ринку туристичних послуг України.

Висновки.

5. Перелік графічного матеріалу

Мультимедійна презентація - 21 слайд

6 Консультанти з роботи, із зазначенням розділів роботи, що стосуються їх

Розділ	Консультант	Підпис консультанта, дата	
		Завдання видав	Завдання прийняв
1, 2, 3	Сімків Л.Є.		
Економічна частина	Сімків Л.Є.		
Нормоконтроль	Побігун О.В.		

7. Дата видачі завдання 11.11.2024.

Керівник _____
(підпис)

Завдання прийняв до виконання _____
(підпис)

Лілія СІМКІВ
(розшифровка підпису)

Андрій КОРКОС
(розшифровка підпису)

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

Пор №	Назва етапів дипломного проекту (роботи)	Термін виконання станів проекту (роботи)	Примітки
1	Збір необхідної інформації щодо теоретичних, та практичних засад формування та використання ринкового потенціалу регіонів	11.11.2024	Виконано
2	Вступ	11.12.2024	Виконано
3	Розділ 1 Теоретико-методологічні засади дослідження сталого розвитку ринку туристичних послуг України.	19.11.2024	Виконано
4	Розділ 2 Діагностика сучасного стану та тенденцій розвитку ринку туристичних послуг України.	28.11.2024	Виконано
5	Розділ 3 Стратегічні напрями та механізми забезпечення сталого розвитку ринку туристичних послуг України.	09.12.2024	Виконано
6	Висновки	11.12.2024	Виконано
7	Оформлення бакалаврської роботи та супровідної документації	12.12.2024	Виконано
8	Передача кваліфікаційної бакалаврської роботи на рецензування	17.12.2024	Виконано
9	Захист кваліфікаційної бакалаврської роботи на рецензування	23.12.2024	Виконано

Студент

(підпис)

Андрій КОРКОС

(розшифровка підпису)

Керівник роботи

(підпис)

Лілія СІМКІВ

(розшифровка підпису)

АНОТАЦІЯ

Тема: Формування стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг України.

Робота містить: кількість сторінок - 87 , таблиць – 8 , рисунків - 20, додатків – 3, літературних джерел – 69.

Магістерська робота присвячена теоретико-методологічним засадам та практичним аспектам формування стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг України. Досліджено сутність та особливості функціонування туристичного ринку, систематизовано наукові підходи до визначення сталого туризму.

Проведено комплексний аналіз сучасного стану та тенденцій розвитку ринку туристичних послуг України. Виявлено основні проблеми та перешкоди для сталого розвитку галузі. Було здійснено оцінку діяльності регіональних ринків туристичних послуг України. На основі кластерного аналізу виділено 8 регіональних туристичних об'єднань та проведено їх класифікацію за рівнем розвитку.

Розроблено організаційно-економічний механізм забезпечення сталого розвитку туристичного ринку, який включає екологічні, організаційні, фінансові, соціальні, правові, економічні та інформаційні компоненти. Запропоновано стратегічні напрями та конкретні заходи щодо стимулювання сталого розвитку туристичної сфери в Україні з урахуванням міжнародного досвіду та національної специфіки.

Для підвищення ефективності управління туристичним ринком запропоновано створення конгрес-бюро як некомерційної організації, яка може стати сполучною ланкою між міжнародними асоціаціями та державою, просуваючи конгресні можливості України на міжнародному рівні.

Ключові слова: туристичний ринок, сталий розвиток, стратегія, туристичні послуги, організаційно-економічний механізм.

ANNOTATION

Topic: Formation of a strategy for the sustainable development of the tourist services market of Ukraine.

The work contains: number of pages – 87, tables – 8, figures – 20, applications – 3, literary sources – 69.

The master's thesis is devoted to the theoretical and methodological principles and practical aspects of the formation of a strategy for the sustainable development of the tourist services market of Ukraine. The essence and peculiarities of the functioning of the tourist market were studied, scientific approaches to the definition of sustainable tourism were systematized.

A comprehensive analysis of the current state and development trends of the tourist services market of Ukraine was conducted. The main problems and obstacles to the sustainable development of the industry have been identified. The activity of the regional markets of tourist services of Ukraine was evaluated. On the basis of cluster analysis, 8 regional tourism associations were selected and their classification was carried out according to the level of development.

An organizational and economic mechanism for ensuring the sustainable development of the tourist market has been developed, which includes environmental, organizational, financial, social, legal, economic and informational components. Strategic directions and specific measures to stimulate the sustainable development of the tourism sector in Ukraine are proposed, taking into account international experience and national specifics.

In order to increase the efficiency of the management of the tourist market, it is proposed to create a congress bureau as a non-profit organization that can become a connecting link between international associations and the state, promoting the congress opportunities of Ukraine at the international level.

Keywords: tourist market, sustainable development, strategy, tourist services, organizational and economic mechanism.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	7
РОЗДІЛ 1 ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ УКРАЇНИ.....	10
1.1 Концептуальні основи сталого розвитку та інструменти його забезпечення.....	10
1.2 Теоретичні аспекти та категоріальний апарат сталого розвитку ринку туристичних послуг.....	16
1.3 Організаційно-економічний механізм забезпечення сталого розвитку ринку туристичних послуг.....	27
РОЗДІЛ 2 ДІАГНОСТИКА СУЧАСНОГО СТАНУ ТА ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ УКРАЇНИ.....	34
2.1 Аналіз динаміки та структурних трансформацій національного ринку туристичних послуг.....	34
2.2 Моніторинг та оцінювання туристичних послуг на регіональному рівні.....	44
РОЗДІЛ 3 СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ ТА МЕХАНІЗМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ УКРАЇНИ.....	55
3.1 Концептуальні засади формування стратегії сталого розвитку національного ринку туристичних послуг.....	55
3.2 Організаційно-економічний механізм імплементації стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг	62
3.3 Методичний інструментарій оцінювання ефективності реалізації стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг.....	69
ВИСНОВКИ.....	76
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	78
ДОДАТКИ.....	85

ВСТУП

Актуальність теми. Ринок туристичних послуг є одним з найдинамічніших секторів економіки. Він створює безліч нових робочих місць, підтримує розвиток малого та середнього бізнесу, приваблює інвестиції з-за кордону та суттєво впливає на економічне зростання країни. Туристична галузь України, зокрема ринок туристичних послуг, робить значний внесок у формування ВВП та позитивно впливає на платіжний баланс держави.

Проте, швидкий розвиток туризму несе в собі певні ризики. Інтенсивне використання природних ресурсів, тиск на культурну спадщину та загроза втрати національної самобутності – це лише деякі з проблем, які виникають у цій сфері. Тому подальший розвиток ринку туристичних послуг в нашій країні має здійснюватися з урахуванням принципів сталого розвитку. Це означає, що туристична індустрія має не лише забезпечувати економічне зростання, а й мінімізувати негативний вплив на довкілля та суспільство, зберігаючи природні ресурси та культурні цінності для майбутніх поколінь.

До 2020 року туристичний сектор України активно розвивався, сприяючи підвищенню конкурентоспроможності країни. Пандемія COVID-19 та подальше вторгнення Росії створили безпрецедентні виклики для галузі. Закриття аеропортів, падіння попиту на готельні послуги та туристичні агентства призвели до значних економічних втрат. Тим не менш, ринок туристичних послуг показує стійкість, намагаючись адаптуватися до нових реалій та відновити свою діяльність. Незважаючи на всі труднощі, цей сектор продовжує вносити свій внесок у економіку країни, формуючи близько 1,4% ВВП.

У нинішніх умовах розробка стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг є надзвичайно важливою для максимального використання туристичного потенціалу країни. Покращення стратегічного управління та просування українського туризму на світовому ринку – це пріоритет державної економічної політики.

Значний внесок у розвиток теоретичних засад сталого розвитку та розробку стратегій його реалізації здійснила плеяда українських вчених, серед яких І. В. Бутирська, Л. С. Васильченко, А. Є. Глинська, Н. Ю. Гречаник, А. М. Жученко, Т. В. Кожухова, О. Ю. Кононенко, В. І. Куценко, В. П. Удовиченко, Я. В. Остафійчук та багато інших науковців.

Питання розвитку ринку туристичних послуг в аспекті стратегічного планування та управління є предметом дослідження вітчизняних науковців: Борблік К. Е., Герасименко В. Г., Горіна Г. О., Грабовенська С. П., Дядечко Л. П., Кирилова О., Колесник О. О., Любіцева О. О. та інші.

Однак, потребують подальшого дослідження теоретичні та методологічні аспекти стратегічного прогнозування і планування сталого розвитку ринку туристичних послуг України. Існує гостра потреба в розробці нових індикаторів для оцінки ефективності реалізації стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг. Все це обумовило вибір теми даного дослідження.

Мета і завдання дослідження. Метою магістерської роботи є аналіз сучасного стану ринку туристичних послуг України та розробки ефективних механізмів забезпечення його сталого зростання.

Для досягнення поставленої мети в роботі були вирішені наступні завдання:

- дослідити фундаментальні принципи сталого розвитку, визначити його ключові завдання та здійснити аналіз інструментів для їх реалізації;
- визначити понятійно-категоріальний апарат розвитку ринку туристичних послуг в умовах сталого розвитку;
- запропонувати механізм розвитку ринку туристичних послуг з позицій сталого розвитку;
- проаналізувати динаміку та структурні трансформації національного ринку туристичних послуг;
- запропонувати концептуальні засади формування стратегії сталого розвитку національного ринку туристичних послуг;

- обґрунтувати організаційно-економічні механізми імплементації стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг.

Об'єктом дослідження є процеси формування стратегії сталого розвитку національного ринку туристичних послуг.

Предметом дослідження є теоретичні аспекти формування стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг України. Дослідження базувалося на комплексі наукових методів, включаючи теоретичне узагальнення, індуктивний та дедуктивний аналіз, системний аналіз і синтез, метод наукової абстракції та метод аналогій.

Інформаційну базу дослідження сформували різноманітні джерела: статистичні матеріали Всесвітньої туристичної організації, дані Державної служби статистики України та Державного агентства розвитку туризму, а також наукові публікації, матеріали наукових конференцій, довідники та ресурси мережі Інтернет.

РОЗДІЛ 1

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ДОСЛІДЖЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ УКРАЇНИ

1.1 Сутність сталого розвитку та інструментарій його забезпечення

Сучасний світ стикається з безпрецедентними викликами, що вимагають відходу від традиційних моделей розвитку. Економічна криза посилює соціальну нерівність, що, в свою чергу, призводить до екологічних проблем. Виснаження природних ресурсів обмежує можливості для економічного зростання, а кліматичні зміни створюють додаткові загрози для продовольчої безпеки та здоров'я людей. Для вирішення цих комплексних проблем необхідний системний підхід, який враховуватиме всі аспекти взаємодії людини і природи.

Висновок А.М. Жученка [1] про наближення планети до критичного рубежу підсилює необхідність переходу до нової парадигми розвитку, яка ставить екологічну безпеку та соціальну справедливість на перше місце. Такий перехід передбачає відхід від моделі розвитку, заснованої на безперервному зростанні та експлуатації природних ресурсів.

Аналіз літературних джерел [2-7] свідчить про те, що концепція сталого розвитку виникла як реакція на глобальну екологічну кризу. Основними передумовами виникнення нової концепції розвитку суспільства були екологічні, суспільні, політичні, економічні (рис. 1.1). Протягом тривалого часу панувала парадигма економічного зростання за будь-яку ціну, яка призвела до виснаження природних ресурсів та деградації навколишнього середовища. Світова спільнота усвідомила, що такий шлях розвитку не може бути безкінечним і потребує кардинальних змін. Нова парадигма сталого розвитку пропонує інтеграцію економічних, соціальних та екологічних аспектів, що дозволяє забезпечити баланс між потребами нинішнього покоління та збереженням ресурсів для майбутніх.

Поняття "сталий розвиток" вперше було чітко сформульовано в доповіді "Наше спільне майбутнє" 1987 року під керівництвом Гро Харлем Брундтланд. Спочатку воно визначалося як процес, що забезпечує задоволення потреб теперішнього покоління, не підриваючи при цьому можливостей майбутніх поколінь [1]. Однак з часом концепція сталого розвитку еволюціонувала, охопивши ширший спектр питань і набувши більш комплексного характеру. Сьогодні сталий розвиток розглядається як збалансоване поєднання економічного зростання, соціального прогресу та екологічної стійкості.

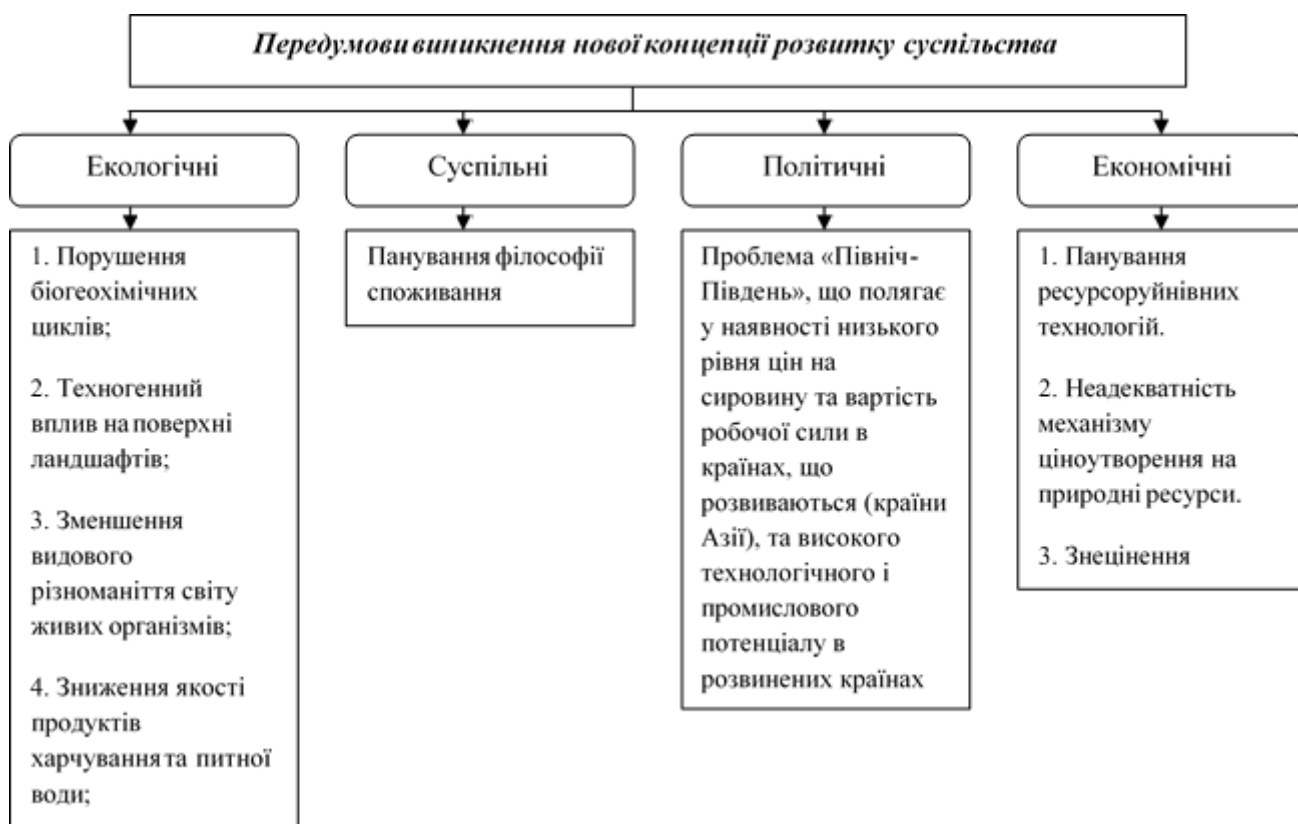


Рис. 1.1. Передумови виникнення нової концепції розвитку суспільства

Джерело: сформовано автором за [2; 5; 8]

Сучасний світ стикається з різноманітними глобальними проблемами, які можна умовно поділити на дві групи. Перша група пов'язана з еволюцією суспільних відносин і включає такі явища, як тероризм та ядерна загроза. Друга група, більш давня за походженням, пов'язана з порушенням гармонії між

людиною і природою. Хоча проблеми першої групи привернули широку увагу лише у ХХ столітті, питання взаємодії людини і природи досліджувалися філософами та вченими ще з античних часів.

Історично склалося так, що людина вважала себе володарем природи. Однак, бездумне використання природних ресурсів призвело до глобальної екологічної кризи. Сьогодні ми розуміємо, що людина є невід'ємною частиною природи і що наше виживання залежить від збереження екосистем. Тому перед нами стоїть завдання знайти новий баланс «...між інтенсивним природокористуванням, що забезпечує задоволення основних потреб суспільства, та збереженням природи ...» [10].

Значний внесок у популяризацію ідеї щодо необхідності контролювати процеси, що впливають на розвиток суспільства зробив італійський громадський діяч – Ауреліо Печчеї. Заснований ним у 1968 році Римський клуб став платформою для обговорення глобальних проблем людства. Результати досліджень клубу стали предметом жвавих дискусій серед науковців, політиків та громадськості (табл. 1.1).

Вирішальну роль у формуванні концепції сталого розвитку відіграла Організація Об'єднаних Націй. Стокгольмська конференція 1972 року стала переломним моментом, коли міжнародна спільнота вперше усвідомила необхідність не просто охороняти природу, а й будувати суспільство, яке б гармонійно поєднувало економічний розвиток і збереження довкілля. Результатом конференції стало прийняття 29 принципів охорони навколишнього середовища та розроблення плану дій, спрямованого на раціональне використання природних ресурсів і підвищення екологічної свідомості населення [16].

Хоча обговорення глобальних проблем набуло широкого розголосу, виникла потреба перейти від теорії до практичних дій. Саме з цією метою в 1983 році було створено Міжнародну комісію з навколишнього середовища та розвитку. Комісія, очолювана Гро Харлем Брундтланд, розробила детальний план дій, який передбачав перехід до сталого розвитку. Цей термін, введений

Брундтланд, став ключовим поняттям у міжнародній дискусії про майбутнє планети. Квінтесенцією цих зусиль стала Конференція ООН у Ріо-де-Жанейро в 1992 році, на якій було прийнято низку документів, що визначили напрямки розвитку людства на принципах сталого розвитку.

Таблиця 1.1

Внесок учасників Римського клубу у розвиток концепції сталості

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 нерациональним 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.
Цілі для людства (1977 р.)	Е. Ласло	Для подальшого розвитку людства необхідна загальна переорієнтація на глобальні цілі, досягнення яких передбачає революцію світової солідарності. Вона створить необхідні передумови для встановлення спільності світової солідарності, що сприятиме задоволенню потреб людства у безпеці, забезпеченню продовольством, розумному використанню енергії та природних ресурсів, розвитку шляхом соціального прогресу.

Джерело: сформовано автором за [11-15]

Для глибшого розуміння сталого розвитку, необхідно переосмислити поняття «розвиток» і вийти за рамки традиційного його розуміння, як процесу економічного зростання. В академічному тлумачному словнику української мови під розвитком пропонується розуміти «процес, внаслідок якого відбувається зміна якості чого-небудь, перехід від одного якісного стану до іншого». На думку Прийми та Кулиняка, розвиток – це динамічний процес, який характеризується постійними змінами у складі та структурі об’єкта, що призводить до його переходу в новий якісний стан [17, с. 237]. Відповідно до цих підходів головною характеристикою розвитку, що визначає його сутність є об’єктивна зміна об’єкта.

Однак наукові підходи до загальнотеоретичного обґрунтування поняття «розвиток» є досить різноманітними. Дослідники використовують три основні підходи для вивчення розвитку: аналіз внутрішньої структури систем, теоретичне визначення поняття розвитку та порівняльної характеристики об'єкта (табл. 1.2).

Таблиця 1.2

Трактування дефініції «розвиток» у наукових джерелах

Джерело	Назва підходу	Сутність
Шумпетер Й. [20]	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
Філософська енциклопедія [21]		вищий тип руху, зміни матерії і свідомості; перехід від одного якісного стану до іншого, від старого до нового. Розвиток являє собою саморух об'єкта – іманентний процес, джерело якого укладено у самому об'єкті, що розвивається. Розвиток виникає в результаті протиріч нового і старого, боротьби «суперечливих, взаємовиключних, протилежних тенденцій», властивим об'єктам «природи», їхнього подолання, перетворення в нові протиріччя. «Розвиток є «боротьба» протилежностей»
Словник сучасної філософії [22]		спрямована закономірна зміна матеріальних та ідеальних об'єктів. У результаті розвитку виникає якісно новий стан об'єкта.
Пономаренко В.С. [23, с.62]	Як процес спрямований на удосконалення дій	процес змін, що ведуть до підвищення опірності і життєвості системи, здатності чинити опір руйнівним силам зовнішнього середовища
Головня О.М. [24]		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
Мочерний С.В. [25]		незворотні, спрямовані закономірні зміни матеріальних систем, зміст і зумовленість яких характеризується дією основних законів діалектики
Раєвцева О.В. [19]	Як процес створення нового	процес формування нової дисипативної структури, виражений у якісній зміні складу, структури і способу (моделей) функціонування системи, який виявляється в лінійній чи кризовій формі і спрямований на досягнення змінюваних глобальних цілей
Страхов О. [27]		сукупність процедур і засобів, за допомогою яких нова думка чи ідея перетворюється на нововведення.

Джерело: сформовано автором

Перший підхід розглядає розвиток як еволюцію відкритих систем, тобто таких, що взаємодіють із зовнішнім середовищем. Цей процес є незворотнім, має певну спрямованість і підпорядковується певним закономірностям, при цьому кожна система розвивається унікальним шляхом.

Прихильники другого підходу вважають, що розвиток – це процес народження нової, відкритої системи. Цей процес супроводжується якісними змінами у складі, структурі та функціонуванні системи, які часто проявляються у формі криз, і спрямований на досягнення певних цілей.

Третій підхід підкреслює здатність системи до саморозвитку, тобто до постійного оновлення своїх цілей та напрямків руху. Цей процес супроводжується формуванням нових систем та переходом до нових станів [19].

Аналіз різних наукових поглядів на поняття «розвиток» свідчить про те, що не існує універсального визначення цього терміну.

Концепція сталого розвитку – це інтегрований підхід, який поєднує економічне зростання, соціальну справедливість та охорону навколишнього середовища з метою забезпечення добробуту нинішніх і майбутніх поколінь.

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 прийдешніх поколінь» [28, с. 37]. За Т.В. Кожуховою, сталий розвиток є якісно новим етапом в еволюції суспільства, який характеризується більш відповідальним ставленням до природних ресурсів та соціальних проблем [29, 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» [30, с. 29].

Отже, сталий розвиток – це концепція, яка спрямована на забезпечення балансу між економічним зростанням, соціальним прогресом та охороною довкілля. Всі компоненти сталого розвитку – економіка, суспільство та довкілля – взаємопов'язані. Зміни в одному аспекті впливають на інші. Для досягнення сталого розвитку необхідно знайти баланс між різними потребами суспільства.

Це означає, що економічне зростання не повинно відбуватися за рахунок екології, а соціальний прогрес – за рахунок економічних можливостей. Сталий розвиток враховує інтереси не лише нинішнього покоління, а й майбутніх. Це означає, що ми повинні зберегти природні ресурси та екосистеми для наших нащадків. І звісно, що сталий розвиток – це глобальна проблема, яка вимагає спільних зусиль усіх країн і народів.

1.2. Теоретичні аспекти та категоріальний апарат сталого розвитку туристичного ринку

Туристична індустрія відіграє визначальну роль у розвитку економік багатьох країн. За даними Всесвітньої ради з подорожей і туризму, загальний внесок туризму у світовий ВВП становить близько 3,5%. Ця цифра охоплює доходи від таких галузей, як готельний бізнес, туристичні агентства, авіап перевезення, громадський транспорт, ресторани та розважальна індустрія [31]. Тісний зв'язок туризму з іншими секторами економіки, зокрема будівництвом та інвестиціями, робить його потужним драйвером економічного розвитку. Крім прямого впливу на ВВП, туризм сприяє створенню нових робочих місць та стимулює економічне зростання. За оцінками експертів, загальний внесок туризму в світову економіку може досягати 10% [32].

Ринок туристичних послуг – це складна система взаємопов'язаних елементів, яка здатна до саморозвитку завдяки мультиплікаційному ефекту. Проте, для забезпечення сталого розвитку та дотримання певних стандартів, цей ринок потребує державного регулювання [33]. Незважаючи на бурхливий розвиток, туристичний ринок потребує стабільного фундаменту, який забезпечить не лише економічні переваги, а й збереже довкілля та соціальну сферу. Для цього необхідно розробити механізми взаємодії учасників ринку, що будуть орієнтовані на якість послуг та враховуватимуть інтереси суспільства.

Ринок туристичних послуг – це особливий вид ринку, орієнтований на задоволення потреб людей у відпочинку та подорожах. Він працює за загальними принципами ринкової економіки, але має свою специфіку, пов'язану з нематеріальним характером товару (послуги) та різноманітністю потреб споживачів. Це означає, що туристи купують не тільки квитки чи номери в готелях, а й досвід, враження та спогади. Беручи до уваги, що ринок послуг – це складна система, яка постійно розвивається під впливом різних факторів, таких як регулювання, ціноутворення, комунікації та ін., варто його оцінювати, 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» [26, с. 17]. В свою чергу, Соколова Ю.В. вважає, 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» [34]. Отож, світовий ринок послуг – це багаторівнева структура, що складається з численних взаємодіючих елементів. Відповідно ринок туристичних послуг є одним з таких елементів, що має свої особливості та специфіку.

Аналіз наукових праць [35-45] показує, що існує різноманітність поглядів на визначення «ринку туристичних послуг». Окремі дослідники включають його до ширшого поняття «туризм» або «туристична індустрія», інші трактують як самостійну складову економіки, а деякі автори взагалі ототожнюють його з ринком туристичного продукту. Аналіз різноманітних підходів до розуміння «ринку туристичних послуг» дозволив виділити кілька основних напрямів (табл. 1.3). Структурний підхід дозволяє виявити окремі елементи цього ринку, функціональний – розглядає його як механізм взаємодії між продавцями і покупцями, системний – підкреслює взаємозв'язок всіх компонентів,

організаційний – фокусується на особливостях його формування, а процесний – на процесах, що відбуваються на ринку. Незважаючи на різноманітність підходів до вивчення ринку туристичних послуг, жоден з них не дає вичерпного визначення. Для узагальнення цих підходів Борблік К. Е. пропонує розглядати 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» [35].

Таблиця 1.3

Теоретичні підходи до визначення сутності ринку туристичних послуг

Назва підходу	Тлумачення сутності	Представники
Структурний	сфера реалізації специфічних туристичних продуктів [39, 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 [39, 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 [40, 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 [41]	Міжнародна асоціація кривизних 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) [42, с. 9]	О.О. Колесник
Системний	державно-регульована система, в якій сформовані та діють (або формуються) ринкові структури	Л.Ю. Красавцева
	діяльність яких забезпечена індустрією туризму певного рівня розвитку [40, с. 157]	
Організаційний	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 у умовах мінливого зовнішнього середовища та багатогаспектного впливу історично сформованих базових та інноваційних детермінант [37, с. 63]	Г.О. Горина
	механізм, що утворився внаслідок виникнення потреб населення на змістовне проведення дозвілля та включає автоматичні регулятори безпосередньої взаємодії виробників і споживачів [39, с. 5]	В.Г. Герасименко
Процесний	економічні відношення між місцями і підприємствами, які приймають туристів, і місцями та підприємствами, що їх відправляють [43]	С.Г. Наздольников, О.О. Єрмаченко, В.В. Кошелюк
	система світових господарських зв'язків, де здійснюється процес перетворення туристично-екскурсійних послуг на грошові кошти і зворотного перетворення грошових коштів на туристично-екскурсійні послуги [44, 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 туристичного продукту в межах певної території, причому критерієм виділення регіонального ринку виступає місце купівлі туристичного пакету, так і місце споживання туристичних послуг [45, с. 57]	О. Кирилова

Джерело: сформовано автором

Сталий розвиток туристичної галузі передбачає одночасне досягнення економічної ефективності, збереження природи та поваги до культурного різноманіття. Таку позицію поділяють багато науковців і зокрема, Л.М. Побоченко, яка зазначає, 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» [46, с. 7]. За думкою О.П. Слюсарчука, сталий розвиток туризму потребує активної державної підтримки, яка сприятиме раціональному використанню рекреаційного потенціалу та зростанню ВВП [47, с. 29]. Крім того, серед науковців зростає розуміння того, що сталий розвиток туризму є ключем до збільшення інвестиційної привабливості регіонів за рахунок збереження природного середовища. Підтвердженням цього є дослідження та прогнози Світового товариства охорони природи (IUCN), Всесвітньої туристичної організації, Організації Об'єднаних націй (ООН). Крім того, країни активно розробляють стратегії розвитку екологічного туризму. Згідно з даними Світового Інституту Ресурсів, якщо у майбутньому зростання ринку туристичних послуг становитиме близько 4% на рік, то динаміка поширення екологічного туризму збільшуватиметься приблизно на 10% [48].

Поняття сталого розвитку туризму виникло з необхідності забезпечити прибутковість туристичного бізнесу при одночасному збереженні природних ресурсів. Це стало особливо актуальним після Брундтландської доповіді, яка заклала основи концепції сталого розвитку. Згодом, у 1992 році, туризм був офіційно визнаний як важливий елемент міжнародної політики захисту довкілля.

Розглядаючи поняття «сталий розвиток ринку туристичних послуг» необхідно розмежовувати його зміст із сутністю терміну «екотуризм». Сталий розвиток туризму – це загальна стратегія, яка спрямована на забезпечення балансу між економічними, соціальними та екологічними аспектами туристичної діяльності. Екотуризм є лише одним із багатьох напрямків, які можуть вписуватися в цю стратегію. Головна відмінність полягає в тому, що

сталий розвиток може бути застосований до будь-якого виду туризму, тоді як екотуризм обмежується певними типами подорожей.

В рамках нашого дослідження доцільно проаналізувати і підходи науковців до визначення сутності поняття «сталий туризм» (табл. 1.4).

Виходячи з тісного взаємозв'язку між «сталим туризмом» та «сталим розвитком ринку туристичних послуг», дослідження останнього повинно спиратися на фундаментальні принципи сталого розвитку, які були розроблені та широко застосовуються як вітчизняними, так і зарубіжними вченими у сфері туризму.

Таблиця 1.4

Систематизація наукових підходів до трактування сталого туризму

Назва підходу	Автори	Сутність
як концепція управління	Всесвітня Туристична Організація	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 [32].
	Ю.Б. Миронов, І.І. Тужковська	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 [49]
	Г.Ш. Уварова	Процес, можливий за умови, перш за все, збалансованого освоєння і використання природних рекреаційно- туристичних ресурсів [50]
як інструмент екологізації	Хартія зі сталого туризму	Сталий туризм базується на критерії сталості, тобто це означає, що він має бути екологічно нешкідливим в довготривалій перспективі, економічно доцільним та соціально рівним для місцевих громад.
	Порядок денний на XXI століття для галузі подорожей 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.
як стратегія реагування на потреби суспільства	Ю.Б. Миронов	Такий розвиток туристичної галузі, який дає змогу задовольнити потреби туристів на сьогодні, враховуючи інтереси регіону відносно збереження можливості надання рекреаційно-туристичних послуг у майбутньому [51]
	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 [52, с. 114]
як трансформаційна модель	Л.М. Шулгіна, А.І. Бондар	Перехід від моделі массового туризму до індивідуалізованого туристичного продукту, що зумовлено необхідністю змін у структурі туристичного ринку і внаслідок чого виникають нові види туризму [53, с. 162]

Джерело: сформовано автором

До загальновідомих принципів сталого розвитку туризму відносять: раціональне використання природних ресурсів, мінімізація впливу на довкілля; охорона біологічного різноманіття, відновлення пошкоджених екосистем; залучення інвестицій з метою ліквідації заданої шкоди довкіллю; розвиток місцевої економіки з мінімальним впливом на довкілля; залучення місцевих громад до управління туристичними ресурсами, розвиток екологічної свідомості населення; застосування концепції екологічного менеджменту та маркетингу [54, с. 18].

Туристичною Радою та Всесвітнім фондом дикої природи (WWF) запропоновані наступні принципи сталого розвитку туризму:

1. Використання природних, соціальних та культурних ресурсів таким чином, щоб задовольнити потреби теперішнього покоління, не обмежуючи можливості майбутніх поколінь задовольняти свої потреби.

2 Зменшення надмірного споживання та шкідливих викидів не лише збереже довкілля, а й дозволить зекономити значні кошти, які зараз витрачаються на усунення наслідків забруднення. Крім того, це підвищить привабливість регіону для туристів.

3 Розвиток туризму та збереження розмаїття – два процеси, які взаємопов'язані. Чим більше туристів відвідує регіон, тим важливіше зберегти його унікальність, щоб залучати ще більше мандрівників у майбутньому.

4 Інтеграція туризму в національне та місцеве планування – це ключ до його успішного розвитку. Тільки так ми зможемо збалансувати економічні вигоди від туризму з потребами збереження довкілля.

5 Туристична діяльність може бути не лише джерелом прибутку, але й каталізатором розвитку місцевих громад, за умови, що вона буде екологічно відповідальною.

6 Активна участь місцевих громад у туристичному секторі приносить користь усім: туристи отримують автентичний досвід, місцеві жителі покращують своє добробут, а довкілля залишається неушкодженим.

7 Консультації з місцевими громадами є ключовим елементом успішного розвитку туризму. Вони допомагають запобігти конфліктам і забезпечують, щоб туристичні проекти відповідали потребам і очікуванням місцевих жителів.

8 Залучення місцевих спеціалістів на всіх етапах туристичної діяльності значно підвищує якість обслуговування гостей, адже вони глибоко знають місцеву культуру, історію та особливості регіону.

9 Ефективний маркетинг, який повністю інформує про туристичні можливості регіону, не лише залучає більше відвідувачів, але й формує у них глибоку повагу до місцевої культури та природи.

10 Систематичні дослідження та моніторинг туристичної галузі є невід'ємною частиною її успішного розвитку. Вони дозволяють своєчасно виявляти проблеми, оцінювати ефективність різних заходів та вносити необхідні корективи.

Дані принципи визначають не лише особливості ідентифікації поняття, а й основні способи його впровадження у економічні та соціальні реалії. Однак, додамо, що представлені принципи можна лише частково накласти на механізм функціонування ринку туристичних послуг, адже саме ринкова складова відсутня в даних розробках.

Для визначення основних принципів сталого розвитку ринку туристичних послуг необхідно проаналізувати, як працюють ринкові механізми та принципи сталого розвитку. Цей аналіз дозволяє сформулювати цілі сталого розвитку ринку туристичних послуг: забезпечення балансу між економічними, соціальними та екологічними аспектами, захист культурних та природних ресурсів, гарантування якісного відпочинку для нинішнього та майбутніх поколінь.

Отже, сталий розвиток ринку туристичних послуг можливий лише за таких умов [55, с. 48-50]:

- підприємства туристичної сфери мають право самостійно планувати свою діяльність, але це право обмежується необхідністю збереження

туристичних ресурсів. В інтересах довгострокового розвитку туризму, бізнес має уникати дій, які можуть завдати непоправної шкоди природі та культурі;

- підприємства та туристи, користуючись своєю свободою вибору, повинні усвідомлювати, що їхні рішення можуть мати наслідки для навколишнього середовища. Тому важливо обирати такі варіанти, які мінімізують негативний вплив на природні ресурси та культурні пам'ятки;

- справедлива конкуренція на туристичному ринку передбачає рівні умови для всіх учасників, прозорі правила ціноутворення та обмеження, які б запобігали надмірному навантаженню на природні екосистеми;

- конкурентна боротьба в туристичному секторі має сприяти не тільки економічному зростанню, але й збереженню природних ресурсів. Успіх компанії залежить не тільки від її маркетингових стратегій, але й від того, наскільки відповідально вона ставиться до довкілля;

- суб'єкти ринку туристичних послуг несуть повну відповідальність за якість своїх послуг, виконання умов договорів з клієнтами та запобігання негативному впливу на довкілля.

Зазначені принципи є фундаментом, на якому будується сучасний ринок туристичних послуг, що прагне до гармонійного розвитку з навколишнім середовищем. Таким чином, аналізуючи теоретичні основи та ключові принципи сталого розвитку ринку туристичних послуг, ми бачимо, що це складний процес, який охоплює економічні, соціальні та екологічні аспекти. Він передбачає не лише купівлю-продаж туристичних послуг, але й створення умов для збалансованого розвитку регіонів, забезпечення добробуту місцевого населення та збереження природного та культурного спадку. Принципи свободи вибору, рівності та відповідальності є основою для побудови такого ринку, де економічний успіх поєднується з екологічною стійкістю.

Ринок туристичних послуг – це складна система, що формується під впливом багатьох чинників: економічних, соціальних, політичних.

Концепція сталого розвитку додала новий вимір до туристичного бізнесу, зобов'язавши компанії враховувати не тільки перелічені фактори, але й

екологічні. Персоналізація туристичних послуг дозволяє створювати пропозиції, які відповідають як індивідуальним потребам туристів, так і вимогам збереження довкілля. Різноманітність туристичних продуктів на ринку формується під впливом попиту, який, у свою чергу, визначається цілями і потребами різних сегментів туристів (рис. 1.2).



Рис. 1.2. Стратегічні та операційні цілі ринку туристичних послуг

Джерело: сформовано автором за [55-56]

Цілі сталого розвитку дають нам чітке розуміння того, як зробити туризм більш екологічним, соціальним та економічно вигідним. Серед основних завдань можна назвати наступні [55, с. 50-51]:

- вдосконалення туристичної інфраструктури, підвищення якості обслуговування та розширення спектру туристичних послуг для забезпечення стабільного розвитку туристичного бізнесу та задоволення потреб сучасних туристів;

- розробка та надання високоякісних туристичних послуг, що задовольняють різноманітні потреби туристів, з урахуванням їхніх інтересів та бюджетних обмежень;
- посилення кадрового забезпечення функціонування ринку;
- реалізація стратегічної маркетингової кампанії спрямованої на підвищення обізнаності про важливість збереження довкілля та формування позитивного іміджу регіону як привабливої туристичної дестинації;
- створення туристичних послуг, які поєднують економічні, соціальні та екологічні аспекти розвитку, забезпечуючи створення нових робочих місць, збереження природних ресурсів та популяризацію регіону як привабливого туристичного напрямку;
- вдосконалення системи підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації фахівців туристичного супроводу з метою підвищення їхньої професійної компетентності та забезпечення високої якості туристичних послуг;
- забезпечення підвищення якості життя населення;
- створення конкурентоспроможних туристичних продуктів на засадах екологічного маркетингу;
- забезпечення комплексного розвитку туристичної галузі з урахуванням усіх наявних ресурсів;
- удосконалення інформаційної інфраструктури туристичних послуг.

Погоджуємося з позицією науковців [47;57], що виконання цілей сталого розвитку ринку туристичних послуг неможливе без участі державних інституцій. Основна мета державного регулювання туристичного ринку полягає у формуванні таких умов, за яких розвиток туризму сприятиме підвищенню якості життя населення та забезпечуватиме сталий розвиток країни в цілому.

Вплив державного управління на сталий розвиток ринку туристичних послуг ставить перед ним додаткові завдання [55, с. 52]:

- посилення взаємодії туристичної галузі з іншими секторами економіки, такими як торгівля та житлово-комунальне господарство;

- збільшення надходжень до бюджету;
- відродження національної культури, формування національної свідомості.

Таким чином, функціонування ринку туристичних послуг на засадах сталого розвитку передбачає пошук балансу між економічними інтересами, екологічною безпекою та збереженням культурної спадщини туристичного регіону. Це дозволяє виділити певні особливості цього ринку, що полягають у поєднанні інтересів його суб'єктів із інтересами окремих туристичних зон та їх представників:

- туристичні послуги, будучи нематеріальним продуктом, необхідно розглядати на основі дуального підходу: з одного боку, вони стимулюють економіку, а з іншого – можуть завдати шкоди довкіллю, причому відповідальність за такі наслідки часто розподіляється нерівномірно;

- між миттєвим отриманням прибутку від туристичної послуги та її довгостроковими наслідками для навколишнього середовища існує значний часовий лаг. Негативні наслідки туристичної діяльності мають тенденцію до накопичення, тоді як позитивні ефекти відчуються одразу;

- сезонні коливання туристичного попиту створюють значне навантаження на туристичні екосистеми, що потребує розробки комплексних стратегій розвитку, спрямованих на забезпечення збалансованого використання природних ресурсів та сталого розвитку туристичних зон;

- сталий розвиток ринку туристичних послуг – це спільна відповідальність бізнесу та держави, яка вимагає активної взаємодії та узгоджених дій для досягнення довгострокових цілей;

- роз'єднаність суб'єктів ринку туристичних послуг вимагає створення ефективної інформаційної системи, яка б забезпечувала не лише просування туристичних продуктів, а й міцні зв'язки між усіма учасниками ринку, сприяючи сталому розвитку.

Отже, у сучасному світі, що характеризується швидкими змінами та обмеженістю ресурсів, сталий розвиток ринку туристичних послуг є

стратегічною необхідністю. Він передбачає гармонійне поєднання економічного зростання, соціальної справедливості та збереження довкілля, що досягається шляхом ефективної взаємодії всіх учасників ринку та врахування унікальних особливостей кожної туристичної дестинації.

1.3. Організаційно-економічний механізм забезпечення сталого розвитку ринку туристичних послуг

Сталий розвиток ринку туристичних послуг є стратегічно важливим завданням, яке передбачає збалансоване поєднання економічного зростання, соціальної відповідальності та охорони навколишнього середовища. Реалізація цього завдання вимагає створення ефективних механізмів, які дозволять забезпечити раціональне використання природних ресурсів, збереження культурної спадщини та підвищення якості життя місцевого населення.

Теоретичною основою механізму забезпечення сталого розвитку є циклічний рух. На думку Й. Шумпетера він представляє собою «руйнування», «... у ході якого здійснюється безперервне відновлення й перехід на більш високий щабель розвитку» [20]. Однак, варто зазначити, що зміни на ринку туристичних послуг мають динамічний характер, що вимагає не просто циклічного аналізу, а розробки конкретного механізму управління, який враховуватиме специфіку цієї галузі.

Ефективне управління ринком туристичних послуг вимагає комплексного підходу, спрямованого на вирішення широкого спектру проблем, що виникають у цій галузі. Це включає в себе боротьбу із забрудненням навколишнього середовища, збереження культурної спадщини, забезпечення безпечних умов праці та інші важливі аспекти. Структура системи управління повинна бути гнучкою та адаптуватися до конкретних умов кожного регіону. Таким чином, механізмом, який забезпечуватиме сталий розвиток ринку туристичних послуг,

є управлінський процес, який потребує постійного вдосконалення та адаптації до мінливих умов.

Механізм забезпечення сталого розвитку ринку туристичних послуг – це комплекс взаємопов'язаних заходів, інструментів та стратегій, спрямованих на збалансований розвиток туристичної індустрії з урахуванням економічних, соціальних та екологічних аспектів. Він передбачає створення таких умов, за яких туризм сприяє покращенню добробуту місцевого населення, збереженню природного та культурного середовища, а також забезпечує довгострокову економічну стабільність (рис. 1.3).

При цьому додамо, що екологічний стан можна вважати одним з ключових факторів, що впливають на добробут суспільства, оскільки соціальні наслідки екологічних катастроф можуть бути досить значними. І як влучно зазначив В.М. Трегобчук - «жодні економічні вигоди не можна визнати доцільними, якщо зростають показники захворюваності, інвалідності та смертності населення, погіршується його фізичне та психічне здоров'я» [58].

Механізм забезпечення сталого розвитку ринку туристичних послуг спрямований на:

- мінімізацію негативного впливу туризму на природу, збереженню біорізноманіття, захисту природних ресурсів;
- забезпечення справедливого розподілу економічних вигод від туризму між усіма зацікавленими сторонами, сприяння розвитку місцевих громад, підтримку культурної спадщини;

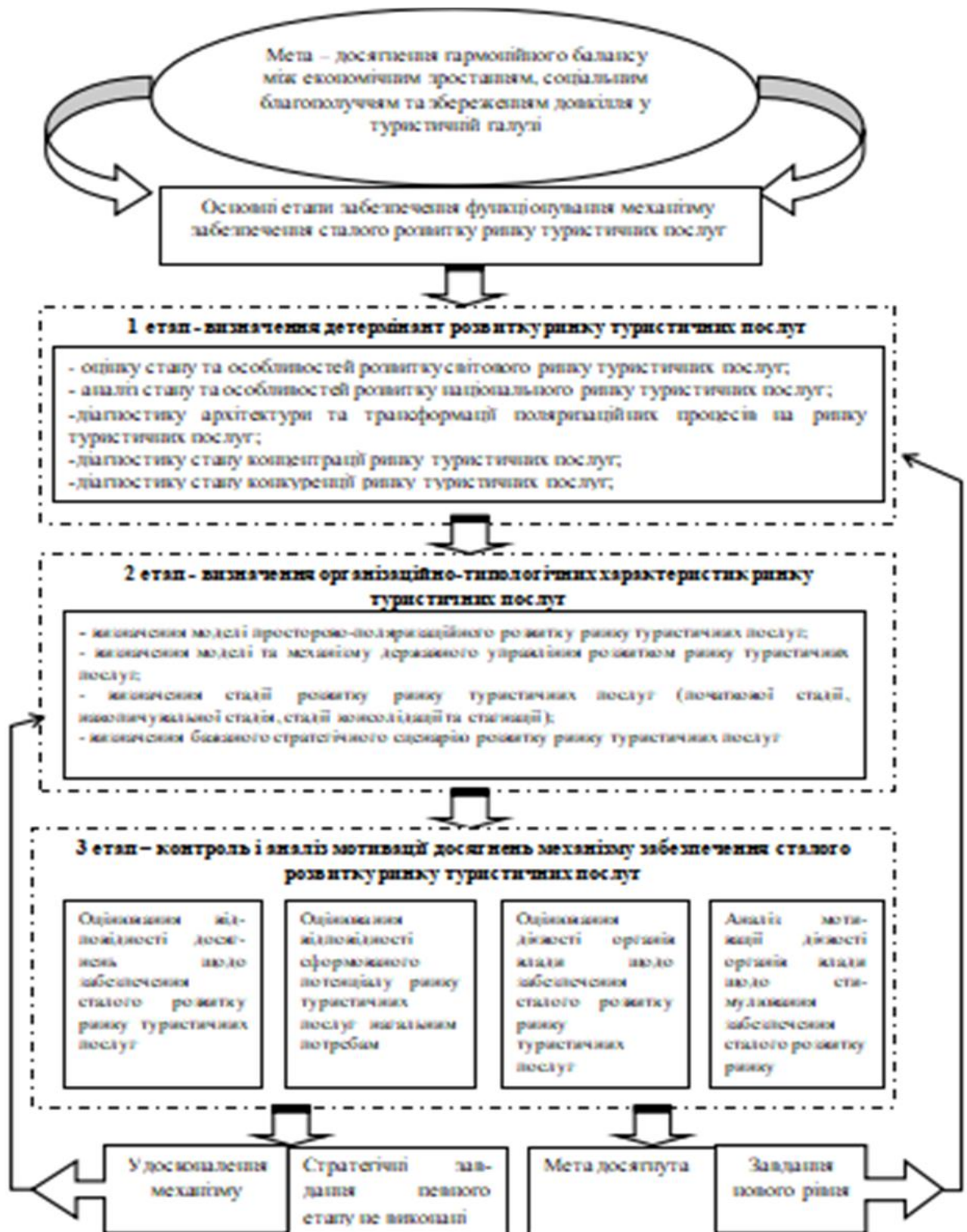


Рис. 1.3. Модель організаційно-економічного механізму забезпечення сталого розвитку туристичного ринку

Джерело: побудовано автором

- створення нових робочих місць, збільшення податкових надходжень, стимулювання розвитку супутніх галузей економіки;
- забезпечення стабільності розвитку туристичної індустрії, мінімізацію ризиків, пов'язані з сезонними коливаннями та іншими негативними факторами;
- формування позитивного іміджу туристичної дестинації, залучення інвестицій та підвищення якості туристичних послуг.

Організаційно-економічний механізм забезпечення сталого розвитку ринку туристичних послуг має бути ефективним та адаптованим до конкретних умов кожної країни та регіону. Ключовими аспектами ефективності механізму є баланс інтересів, гнучкість, прозорість та орієнтація на досягнення стійких результатів у довгостроковій перспективі.

Базисом ефективної реалізації організаційно-економічного механізму забезпечення сталого розвитку ринку туристичних послуг є сукупність його структурованих функціональних елементів, а саме: методологічних принципів, функцій та методів управління.

Основними принципами, які повинні бути покладені в основу формування і вдосконалення організаційно-економічного механізму забезпечення сталого розвитку ринку туристичних послуг є: принцип системності, цілепокладання, компетентності, ієрархічності, зворотного зв'язку, квантифікації об'єктивної реальності, зовнішнього доповнення, узгодження, сумісності, координованості [55; 59; 60] (рис. 1.4). Власне ці принципи є основою для створення оптимальних управлінських рішень, які дозволять не тільки збільшити обсяги туристичних потоків, але й зберегти природне та культурне багатство регіону для прийдешніх поколінь.

Система методів управлінського впливу на процес формування і впровадження організаційно-економічного механізму забезпечення сталого розвитку ринку туристичних послуг включає в себе адміністративно-правові, економічні, програмно-цільові та соціально-психологічні методи.



Рис. 1.4. Базові принципи сталого розвитку туристичного ринку

Джерело: сформовано автором за [55; 59; 60]

Основними факторами, що впливають на ефективність даного механізму є політична стабільність, економічний розвиток, соціальна відповідальність бізнесу і міжнародне співробітництво.

Організаційно-економічний механізм забезпечення сталого розвитку ринку туристичних послуг має бути побудований на системних засадах, об'єднуючи економічні, соціальні та екологічні аспекти в єдине ціле. Всі елементи механізму мають бути чітко скоординовані для досягнення стратегічної мети – гармонійного балансу між економічним зростанням, соціальним благополуччям та збереженням довкілля у туристичній галузі.

Конкурентоспроможність є рушійною силою сталого розвитку туристичного ринку, оскільки стимулює підвищення якості послуг та інноваційність підприємств. Ті, хто не дотримуються високих стандартів якості та не вдосконалюються, з часом втрачають свої позиції на ринку [61].

Підсумовуючи сказане, приходимо до висновку, даний механізм повинен:

- комплексно оцінювати всі фактори, які впливають на привабливість регіону для туристів, від природних ресурсів до рівня сервісу;
- сприяти реалізації Цілей сталого розвитку в туристичній галузі;
- забезпечувати дотримання системи стандартів якості надання різноманітних туристичних послуг
- створювати умови для партнерства між державою, бізнесом та громадськістю;
- ґрунтуватися на демократичних принципах управління;
- інтегруватися в економічну, політичну та організаційну структуру держави;
- відповідати вимогам чинного законодавства;
- забезпечувати узгодженість економічних інтересів держави та регіону для сталого розвитку ринку туристичних послуг;
- мати високу адаптивність до специфіки різних регіонів та змін у зовнішньому середовищі;

- забезпечувати узгодженість та взаємодію між різними секторами економіки регіону;
- мінімізувати негативні наслідки кризових ситуацій на ринку туристичних послуг.

Організаційно-економічний механізм забезпечення сталого розвитку ринку туристичних послуг формується на різних ієрархічних рівнях управління. Ефективна реалізація організаційно-економічного механізму можлива лише за умови досягнення консенсусу між державними, регіональними та місцевими органами влади, а також бізнесом. В даному контексті можна виділити такі пріоритети:

- створення інтегрованого підходу, який поєднує економічні, екологічні та соціальні аспекти розвитку;
- збереження та раціональне використання природних ресурсів у рекреаційних цілях;
- оптимізація використання природних ресурсів з мінімальним впливом на довкілля;
- знаходження балансу між економічними інтересами окремих осіб або компаній та загальносуспільними потребами у збереженні та відновленні природних ресурсів.

Кінцева мета організаційно-економічного механізму забезпечення сталого розвитку ринку туристичних послуг полягає у створенні цілісної системи заходів, яка базується на глибокому аналізі поточної ситуації та перспектив розвитку галузі, з урахуванням природних ресурсів, стратегічних цілей та динаміки ринку, забезпечуючи збалансований розвиток регіону та збереження його природного потенціалу.

РОЗДІЛ 2

ДІАГНОСТИКА СУЧАСНОГО СТАНУ ТА ТЕНДЕНЦІЙ РОЗВИТКУ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ УКРАЇНИ

2.1. Аналіз динаміки та структурних трансформацій національного ринку туристичних послуг

Глобалізація та інтеграція відкрили для України нові можливості для розвитку туристичної індустрії, сприяючи економічному зростанню та зміцненню міжнародного іміджу країни. Україна все більш впевнено заявляє про себе на світовій туристичній арені завдяки активному розвитку міжнародних зв'язків та впровадженню інноваційних туристичних продуктів.

На основі аналізу статистичних даних, приходимо до висновку, що питома вага послуг туристичної індустрії в загальному обсязі послуг в Україні має тенденцію до зростання. Так, в 2021 році цей показник становив майже 34% проти 23% у 2014 році [62]. Відповідно збільшується й обсяг реалізованих послуг в транспортній, розважальній сферах та в секторі розміщення туристів (рис. 2.1).



Рис. 2.1. Вартісні обсяги реалізованих туристичних послуг в Україні, тис. грн.

Джерело: сформовано автором за [62]

Розвиток ринку туристичних послуг в Україні має ефект доміно: інвестиції в туризм породжують інвестиції в інші галузі, створюючи нові робочі місця і збільшуючи податкові надходження. Це сприяє зростанню ВВП країни та її інтеграції в світову економіку. Для проведення кількісної оцінки ринку туристичних послуг в науковій літературі пропонується багатоступенева методика [55]:

- кількісна оцінка інтенсивності та змін туристичних потоків;
- оцінка ефективності роботи готелів та інших закладів розміщення;
- аналіз фінансових показників діяльності підприємств, пов'язаних з туризмом.

Ступінь розвитку вітчизняного ринку туристичних послуг визначається інтенсивністю туристопотоку. Динамічний розвиток ринку туристичних послуг призвів до того, що все більше людей користувалося послугами туристичних агентств і операторів. Аналіз динаміки надання послуг юридичними особами населенню демонструє стрімке зростання. За період з 2011 по 2019 рік обсяг послуг збільшився більш, ніж утричі. Особливо виразним було зростання у 2019 році, коли цей показник перевищив рівень попереднього року на 34%. (табл. 2.1). Це свідчить про високу динаміку розвитку сфери послуг в Україні. Проте, у 2020 році ситуація значно погіршилася внаслідок COVID -19. Обсяг послуг наданих юридичними особами населенню скоротився в 3,7 рази.

Протягом аналізованого періоду обсяг послуг, наданих фізичними особами- підприємцями туристам, зріс на 181%. Особливо динамічним був 2019 рік, коли спостерігалось зростання на 35,5% порівняно з попереднім роком. Це свідчить про успішну адаптацію ФОПів до потреб сучасного туристичного ринку. У 2020 році обсяг послуг, наданих фізичними особами- підприємцями туристам, скоротився в 2 рази.

Складна політична ситуація та анексія Криму в 2014 року негативно вплинули на туристичну галузь України, призвівши до скорочення кількості іноземних туристів майже в 8 разів. З 112 тис. обслугованих іноземців у 2011

році цей показник знизився до 15 тис. у 2015 році. Незважаючи на подальше зростання, туристична галузь ще не повністю відновилася після кризи.

Таблиця 2.1

Динаміка туристичних потоків в Україні за 2011-2020 роки, осіб

Показники	2011		2015		2019		2020	
	Громадяни України	Іноземці	Громадяни України	Іноземці	Громадяни України	Іноземці	Громадяни України	Іноземці
Кількість обслужованих туристів								
юридичні особи	1441157	109912	1800277	14550	5236249	83703	1412851	9501
в межах України	369520	-	301865	-	449655	-	647265	-
за кордоном	1071637	-	1498412	-	4786594	-	765586	-
фізичні особи-підприємці	287185	2229	204140	609	809008	3137	402868	1158
в межах України	128030	-	55162	-	70736	-	48562	-
за кордоном	159155	-	148978	-	738272	-	354306	-

Джерело: сформовано автором за [62]

Послуги туристичних агентств з організації внутрішніх турів користуються все більшим попитом серед українців. Так, у 2019 році до юридичних осіб звернулося на 21% більше українців, ніж у 2011 році. Однак у 2020 році цей показник скоротився через пандемію. Попит на закордонні туристичні послуги серед українців за останні роки значно зріс. Кількість українців, які обирають відпочинок за кордоном у 2019 році зріс на 346% порівняно з 2011 році. Аналогічну тенденцію відслідковуємо і в обсягах реалізації туристичних продуктів фізичними особами-підприємцями.

Що стосується мети подорожі, то найбільшу популярність серед туристів здобула сфера відпочинку та розваг (рис. 2.2). Послугами туристичних підприємств з метою відпочинку в 2020 році скористалися 2269271 осіб (96,1%). Порівняно з 2011 роком цей показник збільшився на 8,1%. У 2011 році спортивний туризм був популярним серед 2% мандрівників проте до 2020 року цей сегмент скоротився до менш ніж 0,1%. Також варто і скорочення попиту на подорожі з діловою метою та з метою навчання з 5% до 2,6%. Кількість

медичних туристів дещо зменшилася, а інші види туризму залишаються малорозвиненими на українському ринку.

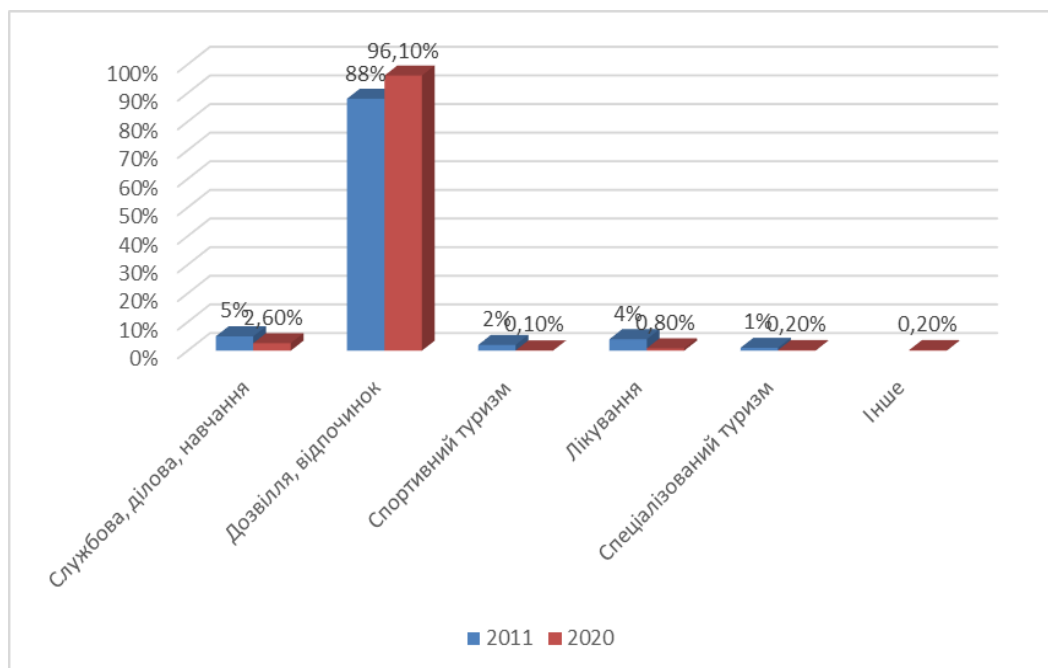


Рис. 2.2. Структура туристичних потоків за видами туризму

Джерело: сформовано автором за [62]

У 2020 році, незважаючи на пандемію, попит українців на закордонні подорожі залишався високим. Кількість виїзних туристів (1758107 осіб) була майже в 10 разів більша за кількість внутрішніх туристів (187530 осіб) і в 149 разів більша за кількість іноземних туристів (11773 осіб), які відвідали Україну (рис. 2.3).

Така ситуація є результатом кількох зовнішніх факторів. По-перше, зросла доступність екзотичних напрямків відпочинку завдяки розвитку транспортної інфраструктури та зниженню вартості авіаквитків. По-друге, глобалізація та інтеграція України до ЄС сприяли підвищенню мобільності населення. По-третє, складна політична ситуація в країні, зокрема окупація Криму, призвела до зміни туристичних потоків та зростання попиту на закордонні подорожі.



Рис. 2.3. Частка туристів за місцем переміщення у 2020 році, осіб

Джерело: сформовано автором за [62]

Пандемія COVID-19 суттєво вплинула на міжнародні подорожі. Незважаючи на те, що українці продовжували активно перетинати кордон, кількість іноземних туристів, які відвідали нашу країну, скоротилася майже втричі. У 2020 році загальна кількість перетинів кордону громадянами України склала 11,25 млн, тоді як кількість іноземних відвідувачів становила лише 3,4 млн осіб [63]. Попри нові штами COVID-19 та суттєві обмеження на подорожі, кількість іноземних туристів в Україні у 2021 році зросла на 26,3% і досягла майже 4,271 мільйона осіб. Це пов'язано з послабленням карантинних заходів у багатьох країнах, вакцинацією населення та зростанням попиту на відпочинок на природі. На рис. 2.4 показано Топ-10 країн, громадяни яких відвідали Україну в 2021 році.

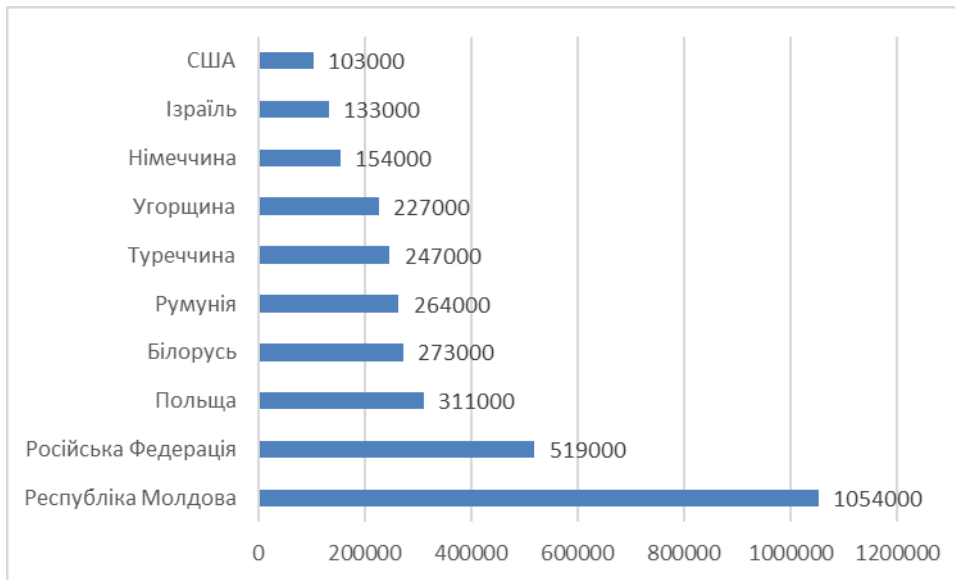


Рис. 2.4. Топ-10 країн, громадяни яких відвідали Україну в 2021 році, осіб

Джерело: сформовано автором за [64]

У 2021 році в порівняння з 2020 роком, зросла на 30,7% (14,7 млн осіб) кількість громадян України, які перетнули кордон держави (рис. 2.5) [64].

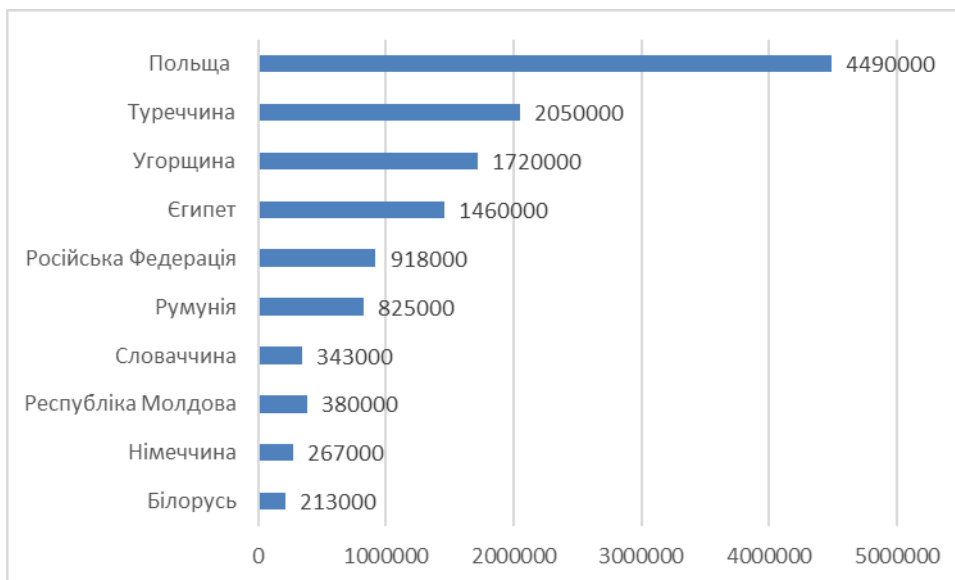


Рис. 2.5. Топ-10 країн, до яких виїжджали громадяни України в 2021 році, осіб

Джерело: сформовано автором за [64]

Аналіз туристичних потоків свідчить про зростання попиту на різноманітні види відпочинку. Найбільшою популярністю користуються ділові поїздки та розважальний туризм. Українці найчастіше обирають для подорожей країни ЄС, а також популярні курорти Туреччини та Єгипту. Значним поштовхом до зростання туристичних потоків до Європи стала скасована у другій половині 2017 року візова вимога для поїздок до країн ЄС. Це дозволило українцям самостійно планувати подорожі, без посередництва туристичних агентств. На відміну від позитивної динаміки виїзного туризму, в'їзний туристичний потік демонструє стрімке зниження, спричинене військовими діями на сході країни.

Для кількісної оцінки стану ринку туристичних послуг важливою є оцінка ефективності роботи готелів та інших закладів розміщення (КЗР) туристів. Сфера розміщення відіграє ключову роль у розвитку туризму. Саме від неї залежить, чи зможе регіон залучити достатню кількість туристів та отримати валютні надходження. Якість послуг у засобах розміщення безпосередньо впливає на туристичну привабливість регіону.

За даними Державної служби статистики України кількість колективних засобів розміщення туристів постійно зростала. Максимального значення цей показник досяг у 2019 році і становив 5335, що на 625 од. більше, ніж у 2011 році (рис. 2.6). Проте у 2020 році в Україні налічувалося 4523 колективних засобів розміщення. Зменшення відбулося за рахунок карантинних обмежень, пов'язаних з COVID -19.

Стабільно збільшувалася загальна кількість туристів, що перебували у колективних засобах розміщення. Однак, у 2020 році цей показник склав 3,4 млн. осіб, що на 45 тис. ос. або на 48,5% менше, ніж у 2019 році, що пов'язано з пандемією.

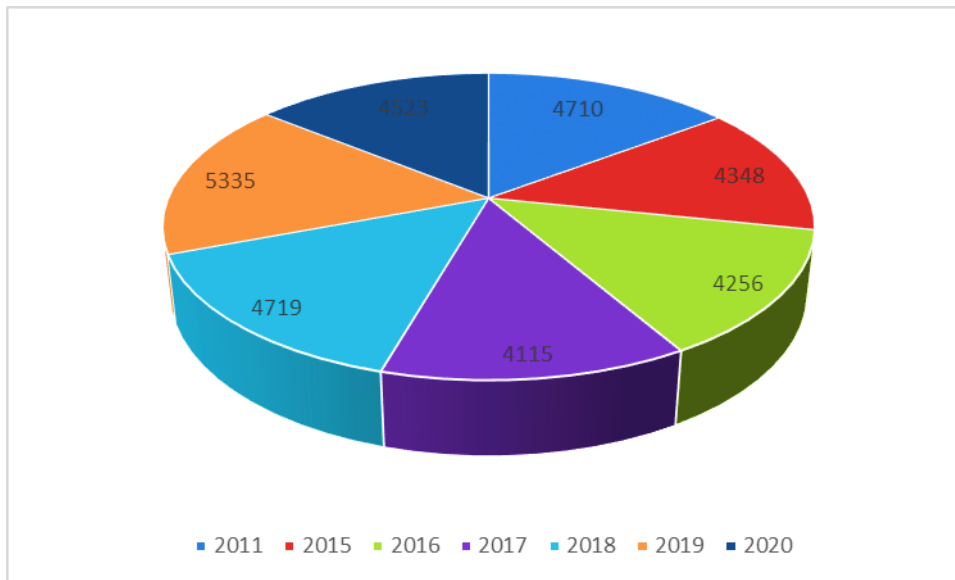


Рис. 2.6. Мережа колективних засобів розміщення в Україні: кількісні показники

Джерело: сформовано автором за [62]

Скорочення кількості колективних засобів розміщення та туристів, які ними користуються, є наслідком комплексу проблем у туристичній галузі, включаючи недостатнє фінансування, відсутність сучасних сервісів та нестабільну політичну ситуацію.

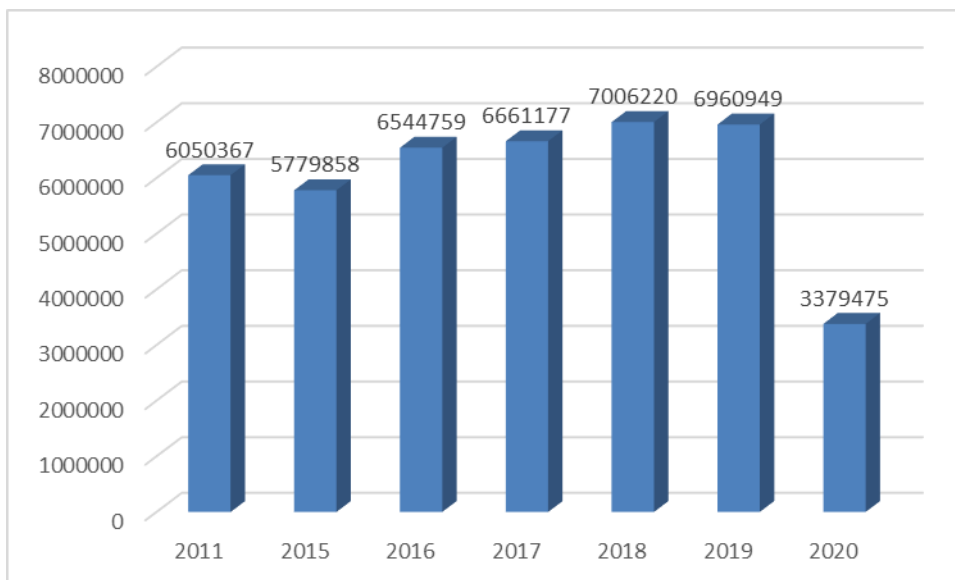


Рис. 2.7. Динаміка кількості осіб, що перебувала в колективних засобах розміщення туристів в Україні, осіб

Джерело: сформовано автором за [62]

Ще одним показником, який дозволяє провести кількісну оцінку стану ринку туристичних послуг є аналіз фінансових показників діяльності туристичних підприємств.

Недосконале управління підприємствами туристичної галузі є серйозною перешкодою для розвитку українського туризму. Це негативно впливає на привабливість країни для іноземних туристів, про що свідчить низький показник конкурентоспроможності в глобальному рейтингу. За даними Світового економічного форуму 2019 року, наша країна посіла 78 місце. Проте Україна поступово зміцнює свої позиції на світовій туристичній арені. За останні два роки ми змогли піднятися на 10 позицій, набравши 3,7 бали з 7 можливих. Хоча цей результат є досить скромним у порівнянні з лідерами рейтингу, він свідчить про те, що Україна має значний потенціал для розвитку туристичної галузі. [65].

Основні показники діяльності суб'єктів ринку туристичних послуг відображені у Додатку А.

Аналіз фінансових показників суб'єктів туристичного ринку за період з 2011 по 2020 рік свідчить про стабільне зростання доходів, за винятком років, коли на галузь вплинули форс-мажорні обставини. Максимальне зростання було зафіксовано у 2019 році. В цей період показник зріс більше, ніж у 2 рази порівняно з 2011 роком, що свідчить про динамічні темпи зростання ринку туристичних послуг. Проте у 2020 році спостерігаємо його скорочення до попереднього року на 84%. Зростання комісійних та агентських винагород на 253% з 2011 року до 1,1 млрд. грн. у 2019 році, а також на 53,2% порівняно з попереднім роком, свідчить про підвищення ефективності діяльності суб'єктів туристичного ринку, що пов'язано з активізацією туристичного попиту, розширенням спектру послуг та вдосконаленням маркетингових стратегій. Проте у 2020 році через пандемію COVID -19 даний показник скоротився 75,41% порівняно з 2019 роком.

Паралельно зі зростанням доходів, туристичні компанії збільшували свої операційні витрати. У 2019 році цей показник зріс на 27,9% порівняно з 2018

роком, однак пандемія COVID-19 суттєво вплинула на галузь, і у 2020 році витрати скоротилися майже на 74%.

Основною причиною зростання операційних витрат у період з 2011 по 2019 роки було масштабне вкладення коштів у розвиток інфраструктури туристичної галузі, яка становила 83% загальних витрат. Однак, анексія Криму та початок військових дій на сході України суттєво вплинули на туристичний потік, що призвело до різкого скорочення витрат у подальші роки [66].

Дальше необхідно дослідити туристичне споживання. Туристичне споживання – це специфічна форма споживання, яка поєднує в собі матеріальні та нематеріальні блага. Воно спрямоване на задоволення як базових потреб туриста (харчування, проживання), так і його мотиваційних потреб (відпочинок, пізнання). Результатом такого споживання є не лише задоволення потреб, а й формування позитивного іміджу туристичного продукту.

У 2020 році туристичний ринок зазнав значного спаду: кількість реалізованих туристичних путівок усіма суб'єктами господарювання скоротилася на 57,6% порівняно з попереднім роком і склала всього 1 418 030 одиниць. З них 1 225 131 путівка була реалізована юридичними особами, а решта – фізичними особами-підприємцями. (рис. 2.8).



Рис. 2.8. Обсяг реалізації туристичних путівок в Україні, од.

Джерело: сформовано автором за [62]

Український туристичний ринок, перебуваючи в стадії трансформації, зазнав значних змін за останні роки. Змінилася не лише географія подорожей українців, а й структура туристичної інфраструктури. Незважаючи на зменшення кількості традиційних готелів, загальний дохід від туризму зростає. Однак повномасштабна війна в Україні, розпочата росією 24 лютого 2022 року стала майже руйнівною для індустрії туризму.

2.2. Моніторинг та оцінювання туристичних послуг на регіональному рівні

Оцінювання діяльності туристичних послуг в регіонах України є важливим напрямком аналізу розвитку туристичної галузі, який включає: комплексне вивчення туристичного потенціалу різних регіонів; моніторинг якості туристичних послуг та оцінка економічної ефективності туристичної діяльності.

Для комплексної оцінки розвитку регіональних туристичних ринків України в контексті сталого розвитку та їх диференціації на провідні, помірно розвинені та слабо розвинені сегменти необхідно провести ґрунтовне групування за ключовими показниками діяльності. Сучасні українські та зарубіжні наукові дослідження підтверджують, що кластерний підхід є найбільш ефективним інструментом управління в рамках політики сталого розвитку туристичної галузі.

Враховуючи методологічні напрацювання вчених та практичні потреби галузі, пропонується здійснити кластеризацію областей України за інтегральними показниками розвитку ринків туристичних послуг, що дозволить: визначити рівень конкурентоспроможності регіональних туристичних ринків; виявити потенційні точки зростання та розробити диференційовані стратегії розвитку для кожного кластера.

Дані для аналізу представлені в додатку Б та охоплюють показники 2021 року. Вибір саме цього періоду обумовлений тим, що він найбільш повно відображає ситуацію в регіонах України, які перебували під контролем української влади, оскільки через тимчасову окупацію неможливо включити в аналіз дані по АР Крим та окремих територіях Луганської і Донецької областей. Для проведення кластеризації використовується програмний пакет Statistica Trial. На першому етапі дослідження важливо встановити наявність "природних" кластерів серед регіонів України. З цією метою застосовано метод Complete Linkage як спосіб об'єднання та евклідову відстань як метрику близькості об'єктів. Особливість методу повного зв'язку полягає в тому, що відстань між кластерами визначається як максимальна відстань між будь-якими об'єктами цих кластерів. Евклідова відстань, яка використовується як міра близькості, розраховується як геометрична відстань у багатовимірному просторі за формулою [68]:

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

Проведений кластерний аналіз регіонального розвитку туристичної сфери України візуалізовано у формі дендрограми, представленої на рис. 2.9.

Виходячи з проведеного аналізу було виділено чотири відносно однорідних ринки туристичних послуг нашої країни, утворених регіональними ринками. Найбільш за результатами кластерного аналізу, лідируючі позиції в розвитку туристичної сфери займають регіони А групи (Львівська область) та групи В (Івано-Франківська та Одеська та області). Для підтримки їх конкурентоспроможності необхідне подальше вдосконалення туристичної інфраструктури та поглиблення інтеграції до міжнародного туристичного простору з дотриманням принципів сталості.

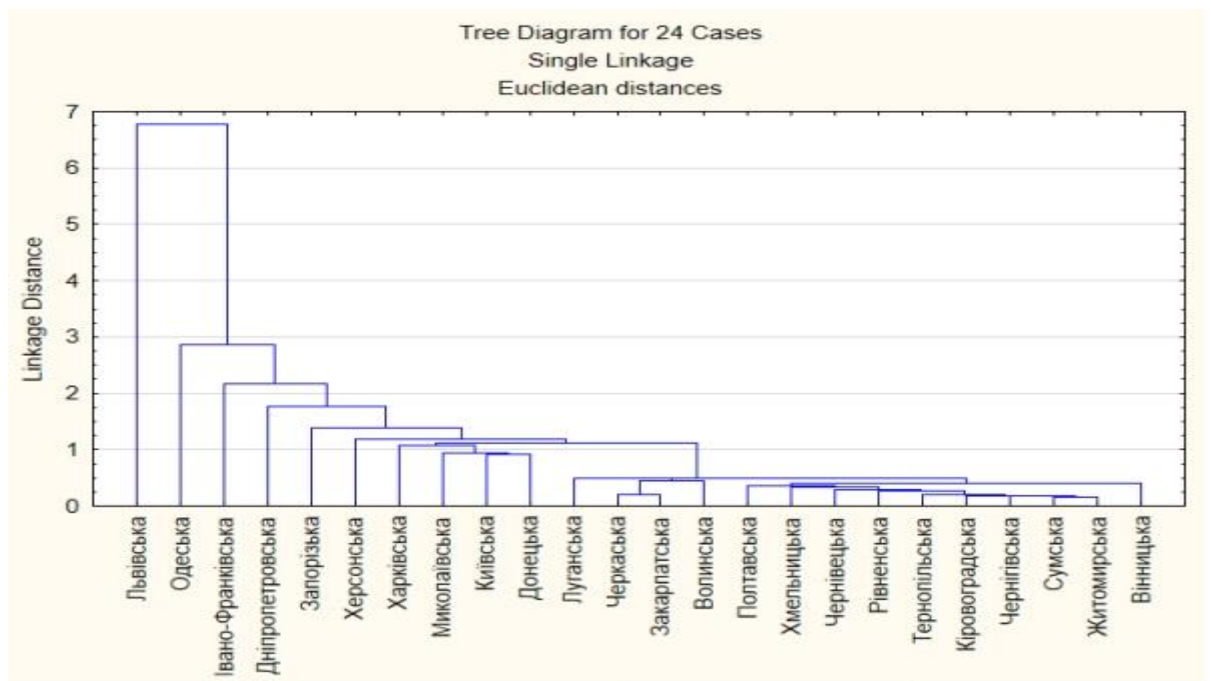


Рис. 2.9. Дендрограма кластерного розподілу туристичних регіонів України

Джерело: сформовано автором на основі власних розрахунків

До групи С увійшли регіони з середнім рівнем розвитку туризму. Також, можна відзначити, що ці території демонструють позитивну динаміку ключових індикаторів сталого розвитку туристичної галузі, що потребує подальшої підтримки на державному рівні.

Аналізуючи групу D, ми дослідили, що вона охоплює регіони з найнижчими показниками розвитку туристичної сфери (Полтавська, Хмельницька, Чернівецька, Рівненська, Тернопільська, Кіровоградська, Чернігівська, Сумська, Житомирська та Вінницька області). Основним фактором, що стримує їх розвиток, є домінування внутрішнього туризму, що обмежує потенційні доходи суб'єктів ринку туристичних послуг на регіональному рівні.

Зупинимось більш детально на аналізі розвитку ринку туристичних послуг за двома ключовими аспектами, розпочавши з аналізу динаміки та структури туристичних потоків.

Дослідження регіональних туристичних систем України виявляє суттєві диспропорції в розподілі туристичних потоків. За даними, представленими на

рис. 2.10, домінуючу позицію займає кластер F (Львівська область), на який припадає більше 20% загального туристичного потоку країни.

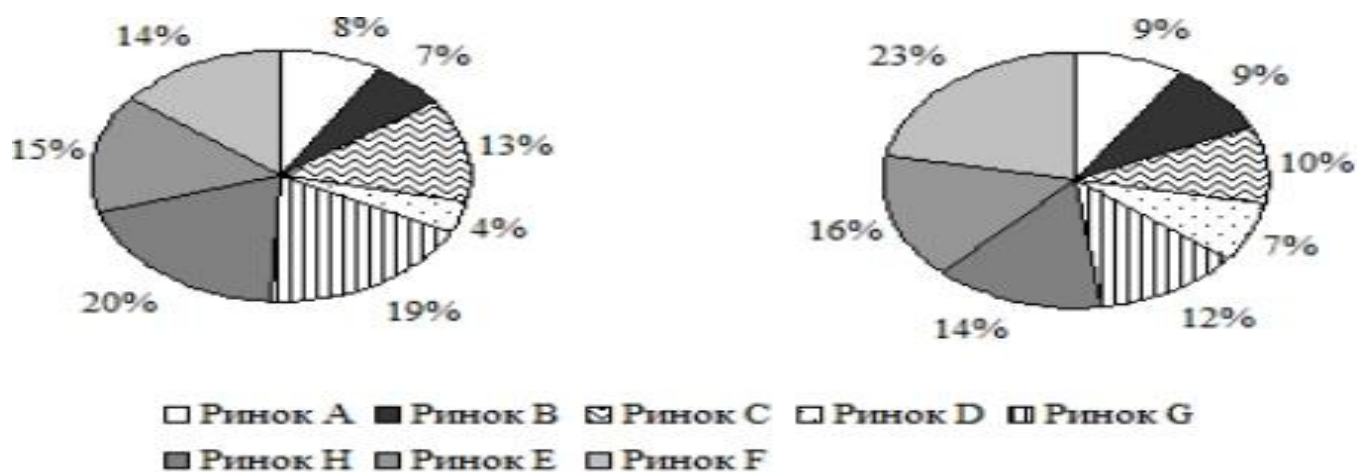


Рис. 2.10. Питома вага регіональних туристичних систем у загальному обсязі обслуговування туристів в Україні

Джерело: сформовано автором за [62]

Показово, що кластер H, попри охоплення значної кількості регіонів, продемонстрував негативну динаміку - його частка в загальному туристичному потоці скоротилася з 20% у 2013 році до 14% у 2021 році. Схожі тенденції характерні для кластерів C і G, які, незважаючи на велику територіальну протяжність, мають недостатньо розвинену туристичну інфраструктуру для забезпечення стабільного зростання галузі.

Проведений аналіз дозволив виділити вісім кластерів туристичних регіонів України (рис. 2.11), кожен з яких характеризується власною специфікою та рівнем розвитку.

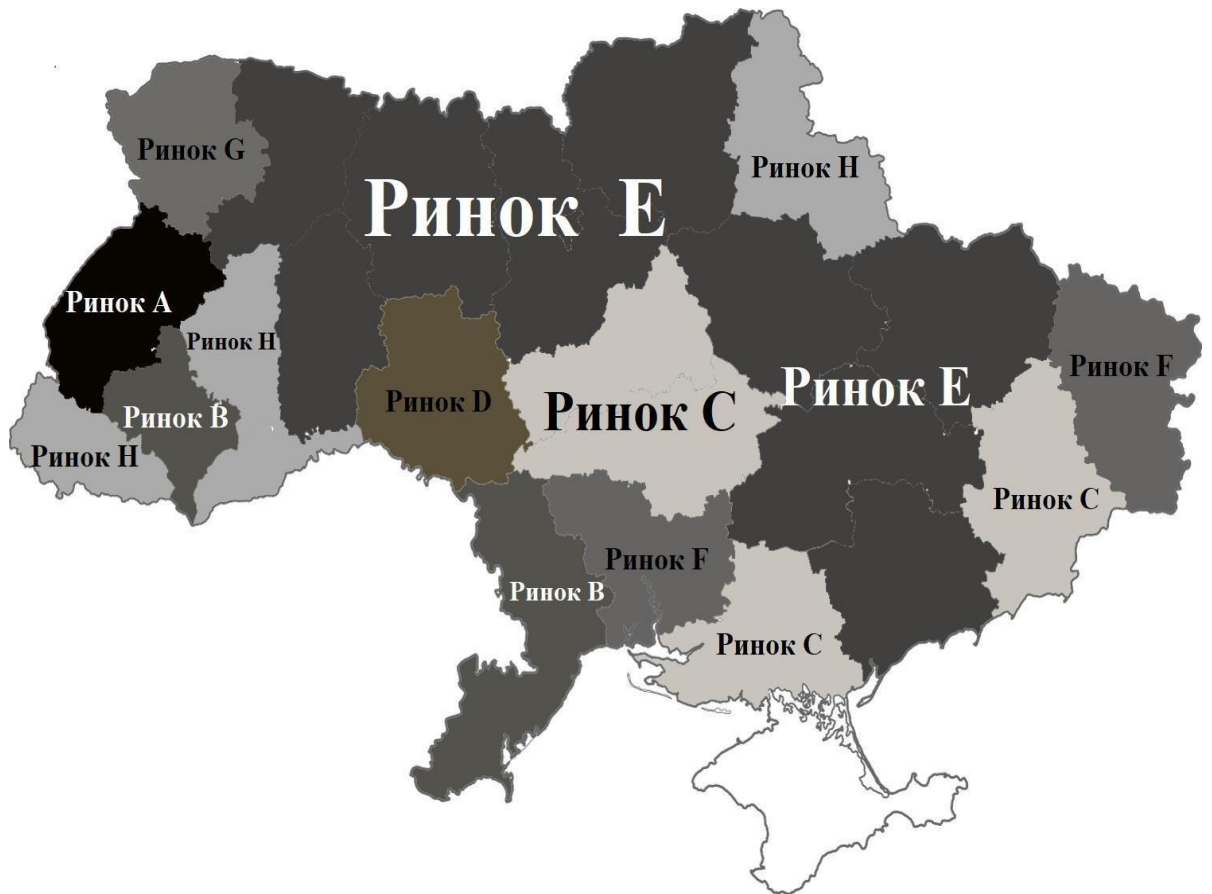


Рис. 2.11. Просторовий розподіл регіональних туристичних систем України

Джерело: сформовано автором

Така регіональна диференціація суттєво впливає на особливості застосування принципів сталого розвитку у ринок туристичних послуг. При цьому існує пряма залежність: інтенсивніший розвиток туризму в регіоні вимагає більш ефективної взаємодії між суб'єктами туристичного бізнесу та органами влади різних рівнів.

Аналіз динаміки структури туристичних потоків за досліджуваний період виявив позитивні тенденції для кластерів А (зростання на 1%), В (на 2%), D (на 3%), F (на 1%) та особливо Е (на 9%). Помітне зростання частки кластера Е відображає посилення євроінтеграційного вектору розвитку українського туризму, чому значною мірою сприяло запровадження безвізового режиму з Європейським Союзом.

Аналіз даних, представлених на рис. 2.11, свідчить про те, що у 2021 році чотири туристичні кластери (С, Н, Е, F) зазнали істотного зниження

туристичних потоків через військово-політичну ситуацію в країні. Найбільш відчутне падіння спостерігалось у кластерах С та F, де показники скоротилися на 63% та 67% відповідно порівняно з 2013 роком, оскільки ці регіони опинилися в епіцентрі конфлікту. Проте вже 2020 рік продемонстрував позитивну динаміку відновлення - всі кластери, окрім В, показали зростання туристичного потоку в середньому на 20%. Ця тенденція до відновлення зберегла свій тренд і в 2021 році.

Детальний аналіз кількісних показників обслуговування туристів за регіональними туристичними системами України представлено в таблиці 2.2.

Таблиця 2.2

Динаміка туристичних потоків за регіональними кластерами України, осіб

Ринки туристичних послуг на регіональному рівні	2013	2019	Темп приросту у % до 2013 р.	2020	Темп приросту у % до 2018 р.	2021	Темп приросту у % до 2020 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 D	26383	38634	146,44	42178	109,17	51790	122,79
Вінницька	26383	38634	146,44	42178	109,17	51790	122,79
Ринок G	14657	17047	116,31	21807	127,92	27403	125,66
Волинська	14657	17047	116,31	21807	127,92	27403	125,66
Ринок H	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 E	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: сформовано автором за [62]

Найбільш динамічний розвиток продемонстрували туристичні кластери F (приріст на 72,6% у 2020 році та 40,4% у 2021 році), H (зростання на 51% у 2020 році та 25,6% у 2021 році) та C (збільшення на 57% у 2020 році та 28,4% у 2021 році).

Водночас, кластер В, незважаючи на свій високий рівень розвитку, показав негативну динаміку у 2020 році - скорочення туристичного потоку на 5,8% порівняно з 2019 роком. Таке зниження показників можна пояснити територіальною близькістю цих регіонів до європейських країн та впливом запровадження безвізового режиму з ЄС у другій половині 2019 року, що спонукало частину потенційних внутрішніх туристів обрати закордонні подорожі.

Розглянемо другий етап аналізу - дослідження фінансових потоків на ринку туристичних послуг (табл. 2.3).

Прибуток від діяльності ринку туристичних послуг включають валову виручку від реалізації послуг (без ПДВ), надходження від участі в діяльності інших організацій та інші операційні й позареалізаційні доходи. Згідно з даними таблиці 2.9, у 2019 році туристичні кластери С, Е та F зафіксували зниження доходів порівняно з 2013 роком через нестабільну політичну ситуацію та збройний конфлікт. Натомість інші кластери демонстрували майже двократне зростання доходів, що пояснюється як підвищенням вартості туристичних послуг, так і зростанням привабливості регіонів з активним бізнес-середовищем.

З 2021 року спостерігається стабільне зростання доходів у більшості туристичних регіонів, чому сприяли активізація інтеграційних процесів та підвищена мобільність ресурсів в умовах глобалізації. Найвищу динаміку продемонстрували кластери:

- А (приріст 28,2% за 2021 рік та понад 200% порівняно з 2013 роком)
- D (зростання на 37,4% за 2021 рік та 18,9% за 2019 рік)
- E (збільшення на 61,1% за 2021 рік та 15,5% за 2020 рік)

Водночас кластери С та В показали негативну динаміку, що для кластера С пов'язано з переорієнтацією туристичних потоків з Донецької області, яка є окупованою до більш безпечних курортних зон. Аналіз обсягів реалізації туристичних путівок як індикатора споживчого попиту демонструє суттєві трансформації на регіональних туристичних ринках України. У 2021 році обсяг реалізації путівок ліцензованими туроператорами для внутрішнього туризму досяг 7,2 млрд грн, що на 36,8% вище 2020 року та у шість разів вище рівня 2013 року.

Таблиця 2.3

**Динаміка надходжень від туристичної діяльності в розрізі
туристичних регіонів**

Ринки туристичних послуг на регіональному рівні	2013 р	2019 р	Темп приросту у % до 2013 р	2020 р	Темп приросту у % до 2019 р	2021 р	Темп приросту у % до 2020 р
Ринок А	102550,3	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: сформовано автором за [62]

Аналіз показників туристичного споживання виявив відсутність стійких тенденцій у розвитку регіональних туристичних систем (табл. 2.4). За величиною реалізації туристичних путівок у 2019 р. порівняно з 2018 р. 4 кластери продемонстрували значне зростання, зокрема: кластер С зріс у 4 рази, кластер Н зріс у 3 рази, кластер Е зріс у 8 разів та кластер F зріс у 3 рази. Проте у довгостроковій перспективі (порівняно з 2013 роком) лідерами стали кластери А та В, які показали десятикратне зростання, тоді як кластер С зафіксував падіння обсягів реалізації.

Таблиця 2.4

Територіальна структура продажу туристичних путівок в Україні

Ринок туристичних послуг на регіональному рівні	2013		2020		2021	
	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: сформовано автором за [62]

Вартість реалізованих туристичних путівок показує нерівномірну динаміку змін. У 2019 році всі туристичні регіони продемонстрували зростання, з найвищими темпами у кластерах С, Н, G та E (понад 30%). У довгостроковому порівнянні з 2011 роком найбільше зростання вартості путівок спостерігалось у кластерах А, В, G та Н (більше ніж десятикратне), тоді як інші регіони показали двократне збільшення показника.

Підсумовуючи аналіз туристичного споживання, можна визначити кластер А як найбільш стабільний та впливовий, що характеризується сталою позитивною динамікою як за кількісними, так і за вартісними показниками реалізації туристичних путівок.

Проведений статистичний аналіз основних індикаторів розвитку туристичної сфери України дозволив виокремити 8 регіональних туристичних кластерів, що характеризуються значною асиметрією розвитку. Така диференціація суттєво впливає на особливості впровадження принципів сталого розвитку в діяльність суб'єктів туристичного бізнесу.

Туристична галузь України виразно відображає соціально-економічні та політичні трансформації в країні. Зокрема, анексія Криму та російська військова агресія призвели до суттєвого скорочення в'їзного туризму. Економічні потрясіння 2014-2015 років (інфляція та девальвація національної валюти) спричинили зменшення виїзного туризму, водночас стимулювавши розвиток внутрішнього туристичного ринку. Ці процеси вплинули на

перерозподіл туристичних потоків між регіонами. Спостерігається переорієнтація туристичних преференцій із східних регіонів, що межують з Російською Федерацією, на користь західних областей України. Така тенденція обумовлена активізацією євроінтеграційних процесів та зростанням мобільності населення. Як результат, провідні позиції у туристичній галузі посіли Львівська та Івано-Франківська області, що суттєво вплинуло на розвиток відповідних туристичних регіонів.

Регіональні туристичні системи України мають значний потенціал розвитку, проте його реалізація потребує вирішення низки проблем, зокрема: модернізації інфраструктури, створення єдиної інформаційної системи, вдосконалення маркетингових стратегій та активізації інвестиційної діяльності. Для покращення наявного потенціалу необхідно посилити державну підтримку ринку туристичних послуг, забезпечити імплементацію принципів сталого розвитку та активізувати міжрегіональну співпрацю для досягнення синергетичного ефекту на національному та міжнародному рівнях.

РОЗДІЛ 3.

СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ ТА МЕХАНІЗМИ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ УКРАЇНИ

3.1 Концептуальні засади формування стратегії сталого розвитку національного ринку туристичних послуг

Трансформація туристичної сфери до рівня сучасних глобальних викликів XXI століття вимагає розробки та імплементації комплексної стратегії сталого розвитку. Пріоритетним завданням є створення ефективного інструментарію стратегічного планування на всіх рівнях управління - від національного до локального.

Аналіз національної практики формування стратегій сталого розвитку туристичної галузі виявляє суттєві недоліки. Зокрема, "Стратегія сталого розвитку України до 2030 року" (2017) не містить чіткого визначення концепції сталого розвитку туристичної сфери та не передбачає конкретних механізмів регулювання галузі [152]. Аналогічні прогалини характерні для "Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року". Спостерігається також неузгодженість між програмними документами різних рівнів управління та недосконалість процесів програмно-цільового планування.

"Стратегія розвитку туризму та курортів до 2026 року" не визначає чіткого механізму розподілу повноважень та відповідальності між центральними і місцевими органами влади щодо розробки та реалізації програмних документів, обмежуючись лише моніторингом виконання та оцінкою досягнення цільових показників [153].

Ключові недоліки чинних стратегій сталого розвитку туристичної галузі включають:

- Формальний підхід до створення інституційних механізмів реалізації

- Низький рівень залучення бізнес-структур до стратегічного планування
- Застосування застарілих методологічних підходів
- Ігнорування специфіки відмінностей між стратегічним і традиційним довгостроковим плануванням
- Шаблонний підхід до регіонального стратегічного планування без урахування територіальних особливостей
- Відсутність дієвої системи стратегічного управління
- Недостатньо розвинена система моніторингу ефективності реалізації стратегії

- Неefективне впровадження сучасних інформаційних технологій

Подолання цих системних проблем є базовою передумовою для формування конкурентоспроможної та сталої туристичної галузі в Україні.

Розробка стратегії сталого розвитку туристичної сфери ґрунтується на трьох фундаментальних аспектах:

1. Соціально-економічний аспект - передбачає глибокий аналіз закономірностей розвитку соціально-економічних процесів. Розуміння цих закономірностей та їх характеристик формує наукове підґрунтя для стратегічного прогнозування та планування розвитку туристичної галузі.

2. Методологічний аспект - включає інструментарій стратегічного планування в туристичній сфері, що забезпечує аналіз соціально-економічних процесів та імплементацію отриманих результатів у практичні заходи сталого розвитку галузі.

3. Організаційний аспект - охоплює комплекс управлінських завдань органів стратегічного планування, включаючи визначення їх функціональних обов'язків, організацію діяльності та формування оптимальної структури для досягнення стратегічних цілей.

Пріоритетним завданням розвитку туристичної сфери України є формування довгострокової стратегії (на 15-20 років) з чітким відображенням

принципів розвитку, галузевої спеціалізації, актуальних проблем та напрямів трансформації на національному та регіональному рівнях.

Для підвищення ефективності стратегічного планування необхідна імплементація комплексних середньострокових заходів, що створить основу для прийняття обґрунтованих управлінських рішень.

Формування стратегії доцільно здійснювати за триетапним алгоритмом, який забезпечить системний підхід до розвитку туристичної галузі.

Процес формування стратегії сталого розвитку туристичної сфери включає три послідовні етапи:

1. Діагностично-аналітичний етап:

- комплексна оцінка стану туристичної галузі з виявленням її конкурентних переваг та слабких місць

- аналіз ключових факторів впливу (соціально-економічних, політико-правових, екологічних, технологічних)

- визначення запитів та потреб основних стейкхолдерів (туристів, бізнесу, місцевих громад)

2. Стратегічно-проектувальний етап:

- визначення стратегічного бачення, місії та цілей розвитку туристичної галузі

- моделювання сценаріїв розвитку з урахуванням потенційних можливостей та загроз

- окреслення пріоритетних векторів розвитку (модернізація інфраструктури, екологізація галузі, посилення регіонального туризму)

3. Імплементаційно-моніторинговий етап:

- розробка дорожньої карти реалізації стратегічних цілей

- координація взаємодії всіх зацікавлених сторін (органів влади різних рівнів, бізнес-структур, громадськості)

- забезпечення постійного моніторингу ефективності впровадження стратегії

- коригування стратегічних напрямів відповідно до змін зовнішнього середовища та отриманих результатів.
 Ці етапи дозволяють створити чітку та адаптивну стратегію для сталого розвитку ринку туристичних послуг (рис.3.1).

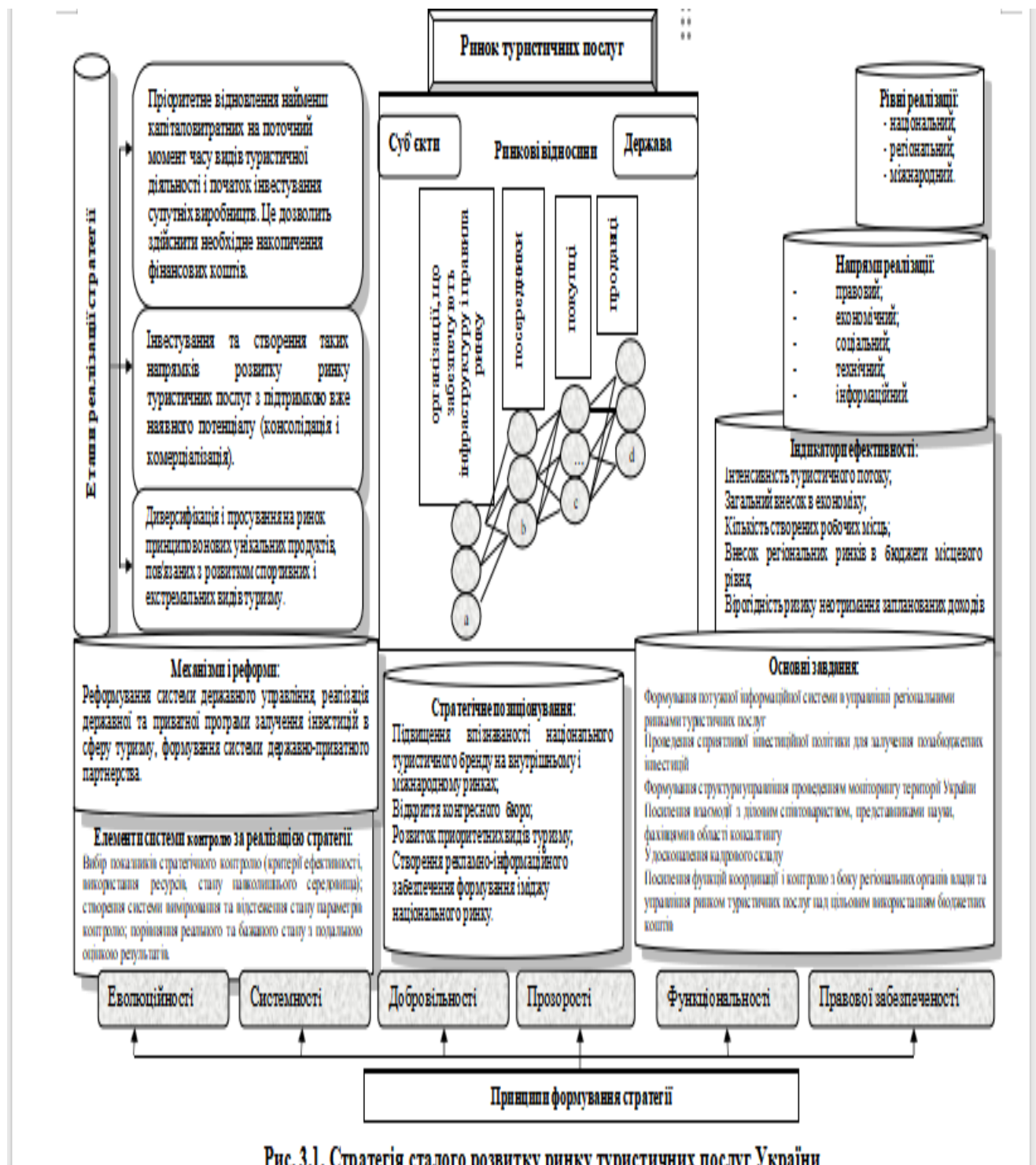


Рис. 3.1. Стратегія сталого розвитку ринку туристичних послуг України

Джерело: побудовано автором

Як бачимо, стратегія сталого розвитку туристичної галузі спрямована на формування сприятливого середовища для активізації діяльності всіх учасників туристичного ринку з дотриманням міжнародних стандартів якості та європейських цінностей. Основною метою є трансформація туристичної сфери України в конкурентоспроможну, високорентабельну галузь, інтегровану до глобальної економічної системи, що стане каталізатором соціально-економічного розвитку як окремих регіонів, так і держави загалом.

Реалізація стратегії також орієнтована на досягнення більш широких суспільних цілей: покращення якості життя населення, забезпечення збалансованого розвитку суспільства та посилення позицій української туристичної індустрії на міжнародному ринку.

Досягнення поставлених стратегічних цілей вимагає реалізації комплексу взаємопов'язаних заходів:

- підвищення якісних характеристик туристичного продукту;
- забезпечення збереження культурної спадщини при розробці нових туристичних пропозицій;
- формування сприятливого інвестиційного клімату та вдосконалення регіонального законодавства;
- чітке позиціонування регіональних туристичних продуктів на міжнародному ринку;
- розробка ефективних маркетингових стратегій для кожного регіону;
- оптимізація системи просування регіональних туристичних продуктів на зовнішніх ринках;
- стимулювання розвитку внутрішнього туризму;
- створення потужних територіальних туристичних брендів.

Забезпечення комплексного розвитку та раціонального використання туристичних ресурсів є ключовим завданням стратегічного управління галуззю. При цьому розвиток туристичної сфери України має фокусуватися на тих видах та формах туризму, які забезпечують максимально ефективне використання наявних ресурсів при збереженні природного та культурного середовища.

Стратегія сталого розвитку туристичної сфери ґрунтується на таких ключових принципах:

1. Еволюційність - передбачає поступовий розвиток галузі через послідовні цикли, що потребують тривалого часу. Хоча досягнення стратегічних цілей в короткостроковій перспективі в сучасних умовах України є складним завданням, позитивна динаміка показників навіть у період нестабільності свідчить про потенційну успішність виваженої стратегії, орієнтованої на вирішення критичних завдань.

2. Системність - розглядає проблеми та можливості як елементи цілісної системи розвитку. Цей принцип передбачає сприйняття туристичної галузі як комплексної системи з розгалуженою мережею внутрішніх і зовнішніх зв'язків, що впливають на її структуру та функціонування.

3. Функціональність - забезпечує узгодження цілей розвитку з завданнями управління, які мають бути чітко визначені та інституційно закріплені. Попри суттєві реформи в системі державного управління, галузь потребує подальшого вдосконалення функціональних механізмів.

4. Добровільність - передбачає консенсусний підхід до реформування галузі з урахуванням інтересів усіх учасників ринку. При цьому державні органи забезпечують координацію процесів та оцінку доцільності запланованих змін.

5. Прозорість - досягається через активний діалог з громадянським суспільством та залучення фахівців державного управління до обговорення проблем та шляхів їх вирішення.

6. Правова забезпеченість - створює нормативно-правове підґрунтя для розвитку не лише туристичної сфери, але й суміжних галузей економіки, сприяючи гармонізації трудових відносин та вирішенню потенційних конфліктів.

Формування стратегії сталого розвитку туристичної сфери України є комплексним процесом стратегічного планування, що передбачає розробку прогнозів, програм і планів, спрямованих на забезпечення довгострокової

ефективності галузі та її адаптивності до змін зовнішнього середовища. Цей процес має специфічне змістовне наповнення, що охоплює як базові принципи, так і механізми їх реалізації через систему стратегічного планування.

Враховуючи динамічний розвиток туристичної галузі України та її вагомий внесок у формування національного доходу, стратегія сталого розвитку має включати комплексну систему стратегічного контролю, що охоплює:

- індикатори оцінки ефективності реалізації стратегії
- методологію моніторингу ключових параметрів розвитку
- механізми порівняльного аналізу досягнутих та планових показників

Така система контролю забезпечує оцінку результативності стратегічних програм та своєчасне впровадження необхідних коригувальних заходів.

Стратегія виконує триєдину роль: слугує інструментом реалізації регіональної туристичної політики, визначає стратегічні орієнтири розвитку галузі та виступає індикатором соціально-економічного розвитку країни

Важливою метою стратегії є стимулювання підприємницької ініціативи туристичних організацій при збереженні їх орієнтації на загальнонаціональні інтереси. Це дозволяє бізнес-структурам стати рівноправними партнерами держави у розвитку галузі.

Розробка стратегічних рішень базується на інтегрованому міжгалузевому підході з використанням системного та кластерного аналізу. При цьому програмні заходи різних рівнів управління узгоджуються в рамках єдиної системи стратегічних цілей.

Ключове завдання стратегії - створення сприятливого середовища для ефективної взаємодії всіх суб'єктів туристичної сфери. Успішна реалізація стратегії потребує впровадження сучасної інформаційної системи управління, забезпечення безпеки туристів та досягнення міжнародних стандартів якості послуг. Вирішення цих завдань визначатиме успішність сталого розвитку туристичної галузі України як у короткостроковій, так і довгостроковій перспективі.

3.2. Організаційно-економічні механізми імплементації стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг

Імплементація стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг вимагає комплексної інтеграції регіонального та галузевого управління з урахуванням глобалізаційних процесів у туристичному бізнесі.

Ключові принципи реалізації стратегії на галузевому, регіональному та національному рівнях включають:

1. Оптимальність управлінської структури як визначальний фактор ефективності, життєздатності та розвитку всієї системи;
2. Відповідність організаційної структури стратегічним цілям та тактичним заходам їх досягнення;
3. Чітке розмежування прав та відповідальності між усіма елементами системи на різних рівнях управлінської ієрархії;
4. Узгодженість цілей суб'єктів управління різних рівнів в рамках єдиної стратегічної системи;
5. Врахування зовнішніх інституційних обмежень (державних регуляторів, міжнародного законодавства та усталених традицій) при формуванні системи управління на регіональному та галузевому рівнях.

Імплементація стратегії сталого розвитку туристичної сфери України має забезпечувати економічні та соціальні вигоди при збереженні рекреаційних ресурсів для майбутніх поколінь. Це потребує ефективної координації інтересів трьох ключових стейкхолдерів: держави як власника ресурсів, бізнесу як користувача ресурсів та місцевих громад як хранителів середовища проживання. Одним з дієвих механізмів такої взаємодії може стати державно-приватне партнерство.

Реалізація стратегії вимагає гармонізації довгострокових цілей розвитку територій з тактичними рішеннями, забезпечення послідовності політики при зміні керівництва, а також врахування ресурсних обмежень при прийнятті інфраструктурних рішень.

Міжгалузевий характер туристичної сфери, її тісний зв'язок з індустрією гостинності, транспортом, освітою та наукою, вимагає розробки комплексних програм розвитку та створення сприятливих умов для формування регіональних кластерів. При цьому виникають специфічні соціальні виклики: забезпечення доступності рекреаційних ресурсів, управління міжкультурною взаємодією, збалансоване використання об'єктів культурної спадщини та природних екосистем.

Практика управління галуззю підкреслює зростаючу роль науково-методичного забезпечення, розвитку кадрового потенціалу та вдосконалення методів стратегічного управління.

Пріоритетними напрямками розвитку методології реалізації стратегії є:

- аналіз взаємодії туристичної сфери із зовнішнім середовищем;
- використання конкурентних переваг та ключових факторів успіху;
- оцінка ефективності стратегічних рішень;
- управління галузевими трансформаціями;
- розвиток людського капіталу.

На початковому етапі доцільно зосередитись на впровадженні стратегічних рішень на рівні окремих суб'єктів туристичного ринку.

Імплементація стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг України, окресленої в пункті 3.1, передбачає три послідовні етапи:

Етап 1. Активізація найбільш рентабельних напрямів туристичної діяльності з одночасним інвестуванням у супутню інфраструктуру. Пріоритетний розвиток отримують пляжний та лікувально-оздоровчий туризм, спираючись на наявну модернізовану інфраструктуру узбережжя Чорного та Азовського морів, а також мережу санаторно-курортних комплексів біля лікувальних джерел. Це створить фінансову базу для реалізації наступних етапів розвитку.

Етап 2. Інвестиційна підтримка розвитку гірського та науково-пізнавального туризму з акцентом на консолідацію та комерціалізацію існуючого потенціалу. Наявність високогірних баз відпочинку європейського

рівня та розвинена екскурсійна інфраструктура створюють сприятливі умови для розвитку цих напрямів.

Етап 3. Розширення туристичної пропозиції через впровадження інноваційних продуктів у сфері спортивного та екстремального туризму. Особлива увага приділяється розвитку гірськолижного спорту, рафтингу, скелелазіння та альпінізму. Карпатський регіон, маючи базову інфраструктуру, потребує її подальшої модернізації та розширення.

Успішна реалізація цих етапів створює передумови для якісно нового рівня розвитку туристичної галузі України.

Ключовим механізмом реалізації стратегії виступає державно-приватне партнерство, що забезпечує ефективну взаємодію між власниками рекреаційних ресурсів та суб'єктами туристичного ринку. Незважаючи на складні економічні та політичні умови, така співпраця сприяє гармонізації використання рекреаційних ресурсів та розвитку туристичної інфраструктури.

Для подолання наявних прогалин у політиці сталого розвитку туристичної сфери, особливо щодо соціальних реформ та раціонального використання природних ресурсів, пропонується комплексний механізм реалізації стратегії, що інтегрує правові, економічні та соціальні аспекти (рис. 3.2).

У складних політико-економічних умовах внутрішні реформи туристичної галузі потребують доповнення активною міжнародною співпрацею. Україна має посилити участь у спільних програмах розвитку туризму з країнами ЄС, Туреччиною та іншими партнерами, а також поглибити інтеграцію в міжнародні туристичні організації.

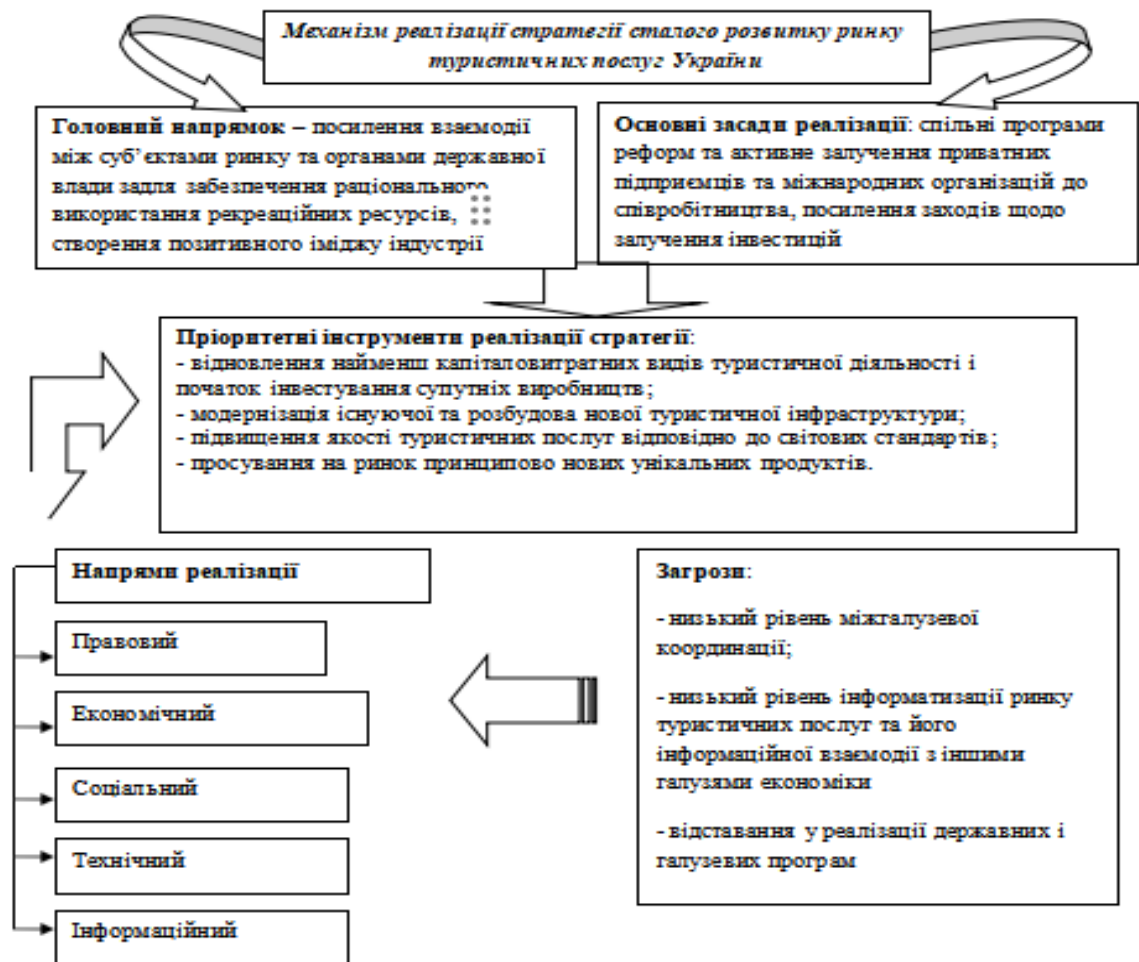


Рис. 3.2. Механізм реалізації стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг України

Джерело: сформовано автором

Стратегічні пріоритети розвитку туристичної сфери України включають:

- оптимізацію використання рекреаційних ресурсів;
- формування позитивного міжнародного іміджу;
- модернізацію існуючої та створення нової туристичної інфраструктури;
- підвищення ефективності використання туристичних об'єктів;
- посилення міжгалузевої взаємодії в туристичному секторі.

Успішна реалізація стратегії потребує розробки комплексу програм, механізмів та інструментів її впровадження.

Однак сучасний стан туристичної галузі України характеризується недостатньою готовністю до реалізації більшості стратегічних завдань через:

- недосконалість нормативно-правової бази;
- дефіцит інвестиційних ресурсів;

- погіршення стану інфраструктури;
- виснаження рекреаційних ресурсів;
- зниження якості туристичних послуг;
- погіршення екологічної ситуації.

В умовах глобалізації ці проблеми можуть призвести до скорочення туристичних потоків, що становить загрозу економічній безпеці країни. Тому критично важливим є розробка чітких етапів реалізації стратегії за кожним напрямом розвитку туристичної сфери.

У правовому аспекті реалізація стратегії сталого розвитку туристичної сфери України передбачає такі етапи:

1. Розробка та затвердження Стратегії сталого розвитку туристичної галузі України, спрямованої на активізацію міжгалузевої інтеграції та створення механізмів регулювання економічних, соціальних та політичних взаємовідносин.

2. Створення міжвідомчих робочих груп для координації реалізації стратегії через налагодження прямої взаємодії між міністерствами, експертними комісіями та департаментами Кабінету Міністрів.

3. Формування механізмів адаптації нормативно-правової бази регулювання туристичної діяльності.

4. Гармонізація стандартів функціонування суб'єктів туристичного ринку з міжнародними нормами якості.

Розвитку туристичної сфери сприяють глобалізаційні процеси, уніфікація принципів сталого розвитку, зростання туристичних потоків та перспективи державно-приватного партнерства. Кінцевою метою є просування українського туристичного продукту на міжнародному ринку.

У соціальному вимірі стратегія має забезпечити захист культурної спадщини через удосконалення нормативної бази, що сприятиме підвищенню якості та конкурентоспроможності послуг.

Інформатизація галузі відбувається недостатньо динамічно, що стримує міжнародну інтеграцію. Необхідне створення єдиної інформаційної системи для всіх учасників ринку через:

- розвиток мережі туристично-інформаційних центрів;
- покращення комунікації між суб'єктами ринку щодо міжнародного просування;
- створення єдиної бази туристичної інфраструктури;
- налагодження співпраці з міжнародними центрами.

Враховуючи стратегічну важливість галузі, пропонується посилити роль Департаменту туризму та курортів як центрального органу управління з розширеними функціями:

- управління інвестиційною діяльністю;
- розвиток туристичної інфраструктури;
- формування позитивного іміджу галузі;
- інформаційно-інституційне забезпечення.

Структура Департаменту може адаптуватися відповідно до змін економічного середовища (рис.3.3).

Департамент туризму та курортів фокусується на розвитку та просуванні регіональних туристичних продуктів і формуванні позитивного іміджу України на глобальному туристичному ринку.

Стратегічні функції Департаменту охоплюють:

1. формування концептуальних засад розвитку галузі;
2. стратегічне планування різних видів туристичної діяльності;
3. моніторинг ринку та маркетингові дослідження;
4. розробка інвестиційних пропозицій для розвитку інфраструктури;

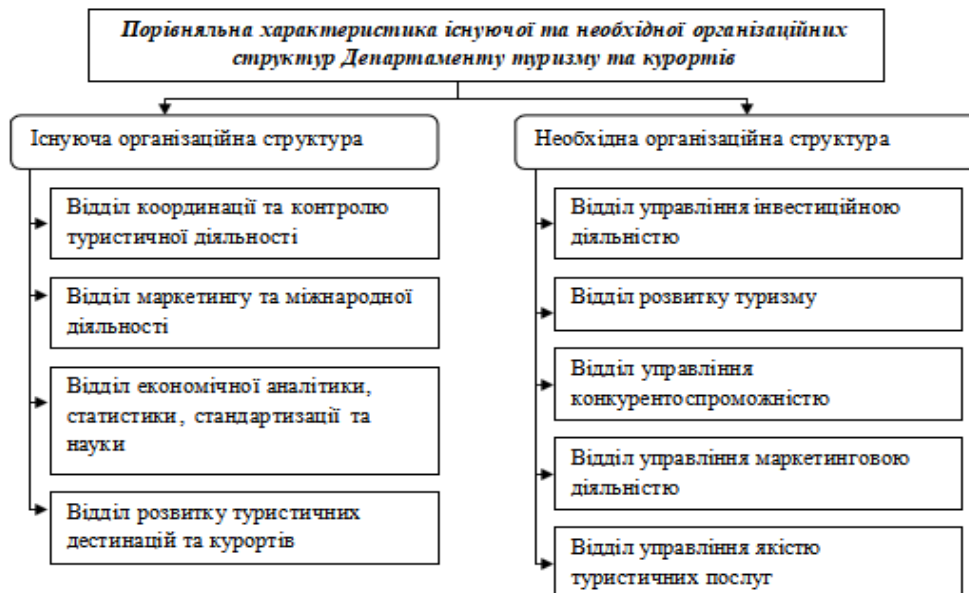


Рис. 3.3. Порівняльна характеристика існуючої та необхідної організаційних структур Департаменту туризму та курортів

Джерело: сформовано автором

5. сприяння консолідації учасників ринку для реалізації масштабних проєктів;
6. залучення позабюджетних інвестицій;
7. формування сталого іміджу туристичних регіонів;
8. захист рекреаційних ресурсів;
9. екологізація галузі та підвищення якості послуг;
10. маркетингова підтримка туристичних продуктів;
11. ліцензування та контроль якості послуг;
12. подолання негативних тенденцій у галузі.

Департамент виступає головним регулятором реалізації стратегії сталого розвитку туристичної сфери України.

Наразі відбувається формування конкурентоспроможної моделі функціонування ринку туристичних послуг на засадах сталого розвитку. Євроінтеграційний курс вимагає створення ефективних регіональних туристичних систем, здатних інтегруватися до глобального ринку та посилювати геополітичні позиції держави.

Комплексний підхід до розвитку ринку туристичних послуг базується на трьох ключових факторах: економічне пожвавлення, зростання попиту на туристичні послуги та глобалізаційні трансформації. Запропоновані механізми реалізації стратегії враховують як внутрішні пріоритети розвитку, так і зовнішні геополітичні виклики.

3.3. Методичний інструментарій оцінювання ефективності реалізації стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг

Ринок туристичних послуг є вагомим джерелом доходів як для національної економіки загалом, так і для регіонів та окремих суб'єктів господарювання. Відповідно, оцінка ефективності стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг України має базуватися на максимізації результатів для всіх стейкхолдерів.

Система моніторингу, представлена в підрозділі 3.1, включає індикатори результативності та ефективності впровадження стратегії, що дозволяють відстежувати стан галузі, її відповідність визначеним критеріям та своєчасно коригувати управлінські рішення.

Ключовим індикатором є інтенсивність туристичного потоку. Цей динамічний та керований показник найбільш комплексно відображає результативність розвитку туристичної сфери. Його оцінка базується на двох параметрах:

Абсолютний приріст (зменшення) - показує кількісну зміну туристичного потоку в осіб

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

Темп зростання - відображає відносну динаміку зміни потоку відвідувачів

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

Аналіз туристичного потоку доцільно проводити за трьома ключовими сегментами (рис. 3.4):

1. Географічний розподіл - аналіз структури внутрішніх та іноземних туристів

2. Демографічна структура - сегментація за віковими групами

3. Споживчі преференції - групування за мотивацією та стилем подорожування

Такий багатовимірний підхід дозволяє отримати комплексне розуміння структури та динаміки туристичних потоків.

Споживчі уподобання виступають ключовим критерієм серед усіх характеристик, оскільки саме вони визначають популярність туристичних напрямків, тоді як демографічні та географічні фактори мають другорядне значення.



Рис. 3.4. Структурна сегментація туристичних потоків за ключовими ознаками

Джерело: сформовано автором

«Допитливі глядачі» - це переважно люди старшого віку з традиційними поглядами. Їх вирізняє достатній рівень доходу, висока освіченість, консервативність і прихильність до традицій. Вони цінують класичну культуру, місцеві кулінарні традиції, народну творчість та організовані туристичні

активності. Надають перевагу завчасному плануванню подорожей та груповим турам з професійним супроводом.

Для цієї категорії важливі комплексні туристичні пакети, особливі регіональні заходи та комбіновані програми, що охоплюють місто та околиці. Зазвичай подорожують парами, родинами або групами, мають середній бюджет і стандартну структуру витрат. Їхні маршрути можуть змінюватися залежно від попереднього досвіду, актуальних трендів та транспортної доступності.

«Шукачі саморозвитку» - це здебільшого постмодерністи та інтелектуали середнього віку з різним рівнем доходу та високою освіченістю. Їхні культурні інтереси формуються під впливом обраного напрямку, повсякденного життя та професійної діяльності. Віддають перевагу альтернативному мистецтву та автентичній кухні, самостійно планують подорожі на основі власних досліджень. Їх приваблюють унікальні події та вигідні транспортні пропозиції. Подорожують переважно самостійно або з друзями, повертаються до місць, що викликали особливий інтерес, мають різноманітний діапазон бюджету. Шукають неординарні напрямки та індивідуалізовані послуги.

«Шукачі розваг» - це переважно молодь з невисоким доходом та освітнім рівнем, орієнтована на гедоністичні цінності. Їх приваблює нічне життя міста, молодіжні локації. Вони самостійно купують квитки, не планують заздалегідь та обирають бюджетне житло. Їх мотивують доступні ціни на квитки, альтернативні культурні події та рекомендації знайомих. Подорожують компаніями, економлять на проживанні та транспорті, але витрачаються на розваги.

«Сибарити» - це зазвичай люди середнього віку зі стабільним становищем, високим доходом та середньою освітою; сучасні гедоністи з усталеним способом життя. Цінують класичне мистецтво, мальовничі краєвиди, shopping, привітну атмосферу та вишукану кухню. Зацікавлені в економних, але насичених пакетних пропозиціях та спонтанних подорожах. Реагують на вигідні авіаквитки та комплексні пропозиції. Подорожують парами та не обмежують себе у витратах.

Для успішного розвитку українського туристичного ринку важливо позиціонувати його як єдиний привабливий туристичний центр, враховуючи особливості та потреби різних сегментів ринку.

Для оптимізації управління туристичним ринком пропонується створення конгрес-бюро. Ця некомерційна маркетингова структура виступатиме посередником між міжнародними та національними учасниками туристичного ринку. Її роль полягатиме в популяризації конгресних можливостей країни, участі в конкурсах на проведення конгресів та наданні безоплатної підтримки організаторам заходів, включаючи консультації та ознайомчі візити.

Конгрес-бюро зазвичай формується як спільна ініціатива державного та приватного секторів, що передбачає їхню взаємодію в керуванні та фінансуванні для забезпечення сталого розвитку туристичного ринку.

Ключові функції конгрес-бюро включають просування туристичної інфраструктури країни на міжнародному ринку та сприяння організації міжнародних подій.

Діяльність конгрес-бюро базується на трьох фундаментальних принципах:

- неприбутковий характер роботи, що гарантує об'єктивність у виборі постачальників послуг;
- офіційне визнання урядом як представника на міжнародному ринку;
- надання безкоштовних послуг організаторам міжнародних заходів

Порушення будь-якого з цих принципів може підірвати довіру до організації та негативно вплинути на її ефективність.

Організаційна модель конгрес-бюро передбачає партнерство між державою та комерційними суб'єктами туристичного ринку з спільною участю в управлінні та фінансуванні. Така структура, поєднуючи некомерційний статус із залученням різних стейкхолдерів, забезпечує неупередженість, яку цінують організатори міжнародних заходів.

Впровадження конгрес-бюро дозволяє оптимізувати процес прийняття управлінських рішень та знизити вартість послуг (рис.3.5). Прискорення

обробки замовлень сприяє підвищенню якості обслуговування, зростанню лояльності туристів та розвитку довготривалої співпраці.



Рис. 3.5. Організаційно-функціональна структура конгрес-бюро

Джерело: сформовано автором

Сервісний пакет повинен охоплювати надання довідкових матеріалів про дозвільні можливості регіону, консультування щодо вибору сервіс-провайдерів, попередню резервацію готельних номерів, організацію оглядових візитів для представників оргкомітетів, а також підготовку тендерної документації з детальним описом конференц-можливостей регіону та готельної мережі.

Для підвищення привабливості туристичних пропозицій в Україні рекомендуються такі ініціативи:

- впровадження розважальних комплексів (водні парки, кінні центри, торгово-розважальні зони, інтерактивні музеї);
- створення мережі тематичних парків на базі існуючих та нових садово-паркових комплексів;
- розбудова індустрії розваг.

Для розвитку культурно-пізнавального туризму пропонується активізувати реконструкцію історичних пам'яток для екскурсійних маршрутів, розширювати виставкові та музейні простори, диверсифікувати музейні послуги (освітні заходи, сувенірна торгівля), включати релігійні об'єкти та меморіали до екскурсійних програм та підтримувати культурні заклади у залученні міжнародної допомоги.

Для покращення туристичного досвіду необхідно:

- підтримувати належний стан туристичних зон;
- відновлювати архітектурні елементи;
- модернізувати освітлення;
- облаштовувати пляжі;
- вдосконалювати зовнішню рекламу туристичних об'єктів.

У сфері спортивного туризму планується оновлювати спортивну інфраструктуру, збільшувати кількість спортивних подій, включати спортивні об'єкти до екскурсійних маршрутів, розвивати велоінфраструктуру та підтримувати екстремальні види спорту.

Для розвитку лікувально-курортного туризму пропонується наступне: модернізувати курортну інфраструктуру, розширювати можливості санаторіїв, розвивати курортну інфраструктуру, забезпечувати екологічну безпеку, впроваджувати екологічний моніторинг та розвивати медичний туризм.

Реалізація цих заходів сприятиме збільшенню туристичного потоку та прибутковості галузі. Запропоновані інформаційно-рекламні заходи допоможуть сформувати позитивний імідж українського туризму та інтегруватися в європейський інформаційний простір. Розроблено також рекомендації щодо створення ефективної інформаційної системи для підтримки сталого розвитку туристичного ринку.

Розроблені рекомендації щодо створення ефективної інформаційної системи передбачають:

- впровадження єдиної цифрової платформи для координації всіх учасників туристичного ринку;
- створення централізованої бази даних про туристичні об'єкти та послуги;
- розробку системи моніторингу та аналітики туристичних потоків;
- впровадження сучасних технологій для збору та обробки статистичних даних;
- забезпечення прозорості та доступності інформації для всіх стейкхолдерів;

- інтеграцію з міжнародними туристичними інформаційними системами;
- створення механізмів оперативного оновлення інформації.

Така інформаційна система стане надійним фундаментом для підтримки сталого розвитку туристичного ринку, забезпечуючи ефективну взаємодію між усіма учасниками ринку, оперативне реагування на зміни попиту та пропозиції, а також прийняття обґрунтованих управлінських рішень на основі актуальних даних.

ВИСНОВКИ

Проведене дослідження спрямоване на розв'язання важливого науково-практичного питання - вивчення українського ринку туристичних послуг та розробку механізмів для його стабільного розвитку. Ключові висновки можна представити таким чином:

Концепція стабільного розвитку передбачає суспільний поступ через раціональне використання ресурсів, модернізацію виробничих процесів та активізацію творчого потенціалу суспільства. Запропоновано новий підхід до оцінки особливостей стабільного розвитку, який охоплює відтворювальні, еволюційні, інтеграційні та функціональні аспекти. Визначено основні перешкоди розвитку (від політичних до техногенних) та інструменти їх подолання.

Розширено теоретичне розуміння поняття "стабільний розвиток туристичного ринку". Його визначено як процес трансформації взаємин між учасниками ринку при здійсненні туристичних операцій, що базується на принципах вільного вибору та відповідальності, враховуючи обмеженість природних ресурсів та необхідність їх збереження.

Запропоновано механізм забезпечення стабільного розвитку туристичного ринку, який включає екологічні, організаційні, фінансові, соціальні, правові, економічні та інформаційні компоненти. Мета механізму - збалансований розвиток усіх аспектів туристичної діяльності з урахуванням ресурсних обмежень.

За допомогою кластерного аналізу виділено 8 регіональних туристичних об'єднань та проведено їх класифікацію за рівнем розвитку. Виявлено значну нерівномірність у розвитку регіональних туристичних систем України, зумовлену соціально-економічними та політичними чинниками. Відзначено зміщення туристичних потоків із східних регіонів до західних областей, де Львівська та Івано-Франківська області стали провідними туристичними центрами.

Розроблено стратегію стабільного розвитку українського туристичного ринку, яка ґрунтується на принципах еволюційності, системності та прозорості. Стратегія націлена на створення умов для активної діяльності учасників ринку відповідно до міжнародних стандартів та європейських цінностей.

Запропоновано створення конгрес-бюро як некомерційної організації для покращення управління туристичним ринком. Ця структура має стати сполучною ланкою між міжнародними асоціаціями та державою, просуваючи конгресні можливості України на міжнародному рівні.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. 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: 08.11.2024).
2. Суспільний вектор сталого розвитку (питання теорії та практики) : монографія /В. І. Куценко, В. П. Удовиченко, Я. В. Остафійчук та ін. Чернігів, 2013. 336 с.
3. Брундланд Г. Наше спільне майбутнє: Міжнародна комісія з навколишнього середовища і розвитку. Оксфорд: Оксфорд Юніверсіті Пресс, 1987. 125 с.
4. Глинська А. Є. Особливості сталого розвитку систем в залежності від їх масштабності. *Вісник ХНУ*. 2006. № 4. Т. 3. С. 159–161.
5. Бутирська І. В. Управління еколого-економічним розвитком регіону в контексті сталості. *Регіональна економіка*. № 2. 2007. С. 155–164.
6. Васильченко Л. С. Еколого-економічні аспекти сталого розвитку регіону. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. Вип. 11. Ч. 1. 2015. С. 100–103.
7. Згуровський М. З. Сталий розвиток у глобальному і регіональному вимірах: аналіз за даними 2005 р. К.: НТУУ «КПІ», 2006. 84 с.
8. Борблік К. Е. Зміст, принципи та детермінанти забезпечення сталого розвитку. *Economic and law paradigm of modern society*. 2019. № 1. С. 1-8
9. Доповідь Брундтланд. Екологія та соціальний захист. Програма сталого розвитку України: веб-сайт. URL: http://www.esz.org.ua/?page_id=3129 (дата звернення: 08.11.2024).

10. Кононенко О. Ю. Актуальні проблеми сталого розвитку : навч. посіб. Київ: ДП «Прінт сервіс». 2016. 109 с.
11. Dennis L. Meadows (1977). Alternatives to growth-I: a search for sustainable futures: papers adapted. p. 309.
12. Meadows D. Beyond the Limits. Vermont, 1992.
13. Pestel E. Beyond the Limits to Growth. Paris, 1988
14. Tinbergen J. Reshaping the International Order. N. Y., 1976.
15. Laslo E. et al. Goals for Mankind. N. Y., 1977.
16. 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: 08.11.2024).
17. Прийма Л. Р., Кулиняк І. Я. Розвиток підприємства: сутність поняття. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2012. Вип. 22.10. С. 236-241.
18. Розвиток : академічний тлумачний словник української мови (1970-1980). URL: <http://www.sum.in.ua/s/rozvytok> (дата звернення: 08.11.2024).
19. Раєвнева О.В. Управління розвитком підприємства: методологія, механізми, моделі : монографія. Харків, 2006. 496 с.
20. Шумпетер Й. А. Теорія економічного розвитку: Дослідження прибутків, капіталу, кредиту, відсотка та економічного циклу / Пер. з англ. В. Старка. - К.: Видавничий дім «Києво-Могилянська академія», 2011. 242с.
21. Філософський енциклопедичний словник : енциклопедія / НАН України, Ін-т філософії ім. Г. С. Сковороди ; голов. ред. В. І. Шинкарук. Київ : Абрис, 2002. 742 с.
22. Словник-довідник з курсу «Філософії» для студентів 2, 3, 4 курсів усіх спеціальностей денної та заочної форм навчання / Укл. А.Г. Чичков, О.М.Башкеєва, О.М. Патеріло. Дніпропетровськ: ДВНЗ УДХТУ, 2014.20 с.
23. Пономаренко В.С., Тридід О.М., Кизим М.О. Стратегія розвитку підприємства в умовах кризи: Монографія. Х.: Видавничий Дім «ІНЖЕК», 2003. 328 с.

24. Головня О. М. Вплив глобалізаційних процесів на соціально-економічне зростання України: оцінка загроз та можливостей. *Економіка та держава*. 2010. № 6. С. 6-9
25. Мочерний С. В. *Методологія економічного дослідження: монографія*. Львів: Світ, 2001. 416 с.
26. Реутов В. Є. Згладжування розбіжностей у міжбюджетних відносинах як механізм регіональної конвергенції економічного розвитку. *Економіка та держава*. 2010. № 8, С. 16–22.
27. Страхов О. Механізм державного управління інноваційного розвитку на рівні регіонів. *Акт. пробл. держ. упр.: зб.наук.пр. Д.: ДРІДУ НАДУ*, 2007. Вип. 1 (27). С. 172-178
28. Гречаник Н. Ю. Сталий розвиток та об'єктивна необхідність його формування. *Вісник Прикарпатського університету. Економіка*. 2014. Вип. X. с. 36-40.
29. 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.
30. Суспільний вектор сталого розвитку (питання теорії та практики) : монографія /В. І. Куценко, В. П. Удовиченко, Я. В. Остафійчук та ін. Чернігів, 2013. 336 с.
31. World Travel and Tourism Council. Travel and Tourism – Global Economic Impact and Trends 2020. URL: <https://wtcc.org/Portals/0/Documents/Reports/2020/Global%20Economic%20Impact%20Trends%202020.pdf?ver=2021-02-25-183118-360> (дата звернення: 09.11.2024)
32. World Tourism Organization. Basic tourism statistics. URL: <https://www.unwto.org/statistic/basic-tourism-statistics> (дата звернення: 09.11.2024)
33. Дядечко Л. П. *Економіка туристичного бізнесу : навчальний посібник*. Київ: Центр учбової літератури, 2007. 224 с.

34. 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: 09.11.2024).
35. Борблік К. Е. Теоретичні засади дослідження функціонування ринку туристичних послуг. *Глобальні та національні проблеми економіки*. 2018. Вип. 22.С. 142-145.
36. Черниш І. В. Роль туристичної галузі у розвитку національної економіки. *Економічний аналіз*. 2013. т. 14(1). С. 159–166.
37. Горіна Г. О. Ринок туристичних послуг: управління розвитком в умовах просторової поляризації: монографія. Кривий Ріг : ДонНУЕТ ім. Туган Барановського, 2016. 305 с.
38. Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти). Київ : Альтпрес, 2002. 436 с.
39. Ринки туристичних послуг: стан і тенденції розвитку : монографія / Герасименко В. Г. та ін. ; за ред. В. Г. Герасименко. Одеса, 2013. 334 с.
40. Красавцева Л. Ю. До проблеми визначення понятійного поля туристичної діяльності. *Наукові записки Інституту законодавства Верховної Ради України*. 2014. № 2. С. 157–162.
41. 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-LinesInternational-Association-Report-Calls> (дата звернення: 10.11.2024).
42. Колесник О. О. Статистичний аналіз ринку туристичних послуг : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : 08.00.10. Київ, 2011. 20 с.
43. 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.*

44. Грабовенська С. П. Аналіз і структура ринку туристичних послуг в Україні. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі*. 2013. № 1 (56). С. 226–234.
45. Кирилова О. Маркетинг на ринку туристичних послуг. *Маркетинг в Україні*. 2009. № 3. С. 57–59.
46. 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.
47. Слюсарчук О. П. Застосування принципів сталого розвитку в державному управлінні рекреаційно-туристичною сферою. *Державне управління: теорія та практика*. 2014. № 2. С. 27-33.
48. In World That Says It's Cutting Nutrient Pollution, Progress Is Lacking. World Resources Institute : веб-сайт. URL: <https://www.wri.org/> (дата звернення: 10.11.2024)
49. 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.
50. 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.
51. Миронов Ю. Б. Сутність та чинники сталого розвитку туризму в регіоні. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2013. Вип. 23.11. С.117-122.
52. 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.
53. 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.

54. Стратегія сталого розвитку (туристична галузь) / Ісаєнко В. М. та ін. Київ, 2014. 295 с.
55. Борблік К.Е. Формування стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг України: дис. ... д-ра філос.: 051 Економіка / Тавр. держ. агротех. ун-т. Кривий Ріг, 2020. 209 с.
56. Ковальчук С. В., Миколишина В. В. Поняття туристичного ринку та особливості його функціонування. *Вісник Хмельницького національного університету*. 2011. № 6. С. 60-65.
57. Ткаченко Т. І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: монографія. Київ : нац. торг.-економ. ун-т, 2009. 463 с.
58. Трегобчук В. М. Концепція сталого розвитку для України. *Вісник Національної академії наук України*. 2002. № 2. С. 31-40.
59. Мельниченко О. А., Шведун В. О. Особливості розвитку індустрії туризму в Україні: монографія. Харків : НУЦЗУ, 2017. 153 с.
60. 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.
61. 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.
62. Туризм. Державна служба статистики України: веб-сайт. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 14.11.2024).
63. 2020-й: Куди подорожували найчастіше українці, звідки прибували іноземці. Державна прикордонна служба України. URL: <https://dpsu.gov.ua/ua/news/2020-y-Kudi-podorozhuvali-naychastishe-ukrainci-zvidkipribuvali-inozemci/> (дата звернення: 15.11.2024).
64. 4,2 млн. іноземців та 14,7 млн. українців: дані про перетин державного кордону за 2021 рік. Державне агентство розвитку туризму. URL:

<https://www.tourism.gov.ua/blog/4-2-mln-inozemciv-ta-14-7-mln-ukrayincivdani-pro-peretin-derzhavnogo-kordonu-za-2021-rik> (дата звернення: 15.11.2024).

65. Україна межує зі Шрі-Ланкою та Ямайкою в Індексі конкуретноспроможності туризму. URL: <https://www.radiosvoboda.org/a/news-turyzm-v-ukrayini/30145809.html> (дата звернення: 16.11.2024).

66. Аналіз ринку туристичних послуг в Україні: проблеми і перспективи. Koloro. Brend Design: веб-сайт. URL: <https://koloro.ua/ua/blog/issledovaniya/analiz-rynkaturistichestikh-uslug-v-Ukraine.html> (дата звернення: 16.11.2024).

67. Tourism Marketing. *Concepts of Tourism Marketing* : веб-сайт. URL: <http://docshare01.docshare.tips/files/17407/174070795.pdf> (дата звернення: 25.11.2024).

68. 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.

69. 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: 25.11.2024).

ДОДАТКИ

Додаток А

Таблиця 1 Динаміка показників діяльності суб'єктів ринку туристичних послуг України, тис. грн

Показники	2011	2015	Темп приросту у % до 2011 р	2017	Темп приросту у % до 2016 р	2018	Темп приросту у % до 2017 р	2019	Темп приросту у % до 2018 р	2020	Темп приросту у % до 2019 р
Дохід від надання туристичних послуг	4685427,1	4797731,6	102,40	18502975	385,66	21625921	450,75	32700176	176,73	27617877,3	84,46
Сума комісійних, агентських і інших винагород	307497,3	771181,7	250,79	708966	91,93	969551,5	125,72	1086118,7	153,20	817335,9	75,41
Операційні витрати	1436669,1	4513433,2	314,16	14900951	330,15	17925878	397,17	19060638	127,92	14098654	73,96
матеріальні витрати	483066	746488,8	154,53	12441525	1666,67	14386905	1927,28	14784680	118,83	9876567	66,8
витрати на оплату праці	177223,2	255051,3	143,92	412343,6	161,67	567112,9	222,35	649189,8	157,44	398756,9	61,42
відрахування на соціальні заходи	62208	78460,3	126,13	91569,4	116,71	123291,4	157,14	146705,8	160,21	97633,9	66,55
суми нарахованої амортизації	25447,6	20509,8	80,60	699429,9	3410,22	729848,4	3558,53	88990,2	12,72	58869,3	66,15

Початкові дані для проведення 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 розміщення	Кількість місць у колективних засобах розміщення	Кількість реалізованих туристичних путівок	Вартість реалізованих туристичних путівок
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

Результати розподілу регіонів України на кластери за показниками розвитку ринків туристичних послуг

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 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

