

УДК 338.48

**ПЕРЕДУМОВИ ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЇ СТАЛОГО РОЗВИТКУ РИНКУ
ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ УКРАЇНИ**<http://orcid.org/0000-0002-4853-5907>

Борблік Карина Едуардівна, асистент кафедри інноватики та управління, Державний вищий навчальний заклад «Приазовський державний технічний університет», м. Маріуполь, аспірант Донецького національного університету економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського, м. Кривий Ріг, Україна, karyna.borblyk@gmail.com, +380968480505

Borblik Karyna, Assistant Professor, Department of Innovation and Management, State Higher Educational Institution "PRIAZOVSKYI STATE TECHNICAL UNIVERSITY" Mariupol, post-graduate student of Donetsk National University of Economics and Trade named after Mikhail Tugan-Baranovsky, Kryvyi Rih, Ukraine, e-mail: karyna.borblyk@gmail.com

K. Borblik, Prerequisites for forming a strategy for sustainable development of the tourist services market in Ukraine.

The purpose of the article is to determine the main aspects of forming a strategy for sustainable development of the tourist services market, which will ensure the competitiveness of the Ukrainian economy in modern conditions. The course of modernization involves the rationalization of the spatial organization of Ukrainian tourism and the effective transformation of its management system. The main purpose of the article is to monitor the implementation of the development strategy and to compare the results in terms of achieving the set goals. The dynamics of development of the tourist services market and structural changes in it, employment of the population, solving other social problems (level and quality of life, development of tourism infrastructure) are substantiated. Measures in the field of ecology, support of science, etc. are considered. The methodology of the European Expert Service Tacis EES is used, which must be tied to the conditions of Ukraine for the preparation of a strategy for the sustainable development of the tourist services market. It is proposed to use a methodological approach to the development of prerequisites for the formation of a strategy for sustainable development of the tourist services market of Ukraine. The article is based on the theory of jointly separated stages, recognition of tourism as a complex integrated human sphere, necessity of development of the market of tourist services in the conditions of fatigue.

Борблік К. Е. Передумови формування стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг України.

Метою статті є визначення основних аспектів формування стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг, що забезпечить конкурентоспроможність української економіки в сучасних умовах. Курс на модернізацію передбачає раціоналізацію просторової організації українському туризму і ефективну трансформацію системи його управління. Методологічно стаття базується на теорії сумісно розділених етапів, визнанні туризму як складної людинорозмірної інтегрованої сфери, необхідності розвитку ринку туристичних послуг в умовах усталеності. Основною метою статті є моніторинг реалізації стратегії розвитку та порівняння результатів у частині досягнення встановлених цілей. Обґрунтовано динаміку розвитку ринку туристичних послуг і структурних зрушень в ній, зайнятості населення, вирішенні інших соціальних проблем (рівня і якості життя, розвитку інфраструктури туризму). Розглянуто заходи у сфері екології, підтримки науки, тощо. Використана методологія Європейської експертної служби Tacis EES, яку необхідно прив'язати до умов України для підготовки стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг. В статті застосовано алгоритм формування концептуальних засад сталого розвитку ринку туристичних послуг. Запропоновано використовувати методологічний підхід до розробки передумов формування стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг України. Стаття базується на теорії сумісно розділених етапів, визнанні туризму як складної людинорозмірної інтегрованої сфери, необхідності розвитку ринку туристичних послуг в умовах усталеності.

Борблик К. Э. Предпосылки формирования стратегии устойчивого развития рынка туристических услуг Украины.

Целью статьи является определение основных аспектов формирования стратегии устойчивого развития рынка туристических услуг, что обеспечит конкурентоспособность украинской экономики в современных условиях. Курс на модернизацию предусматривает рационализацию пространственной организации украинского туризма и эффективную трансформацию системы его управления.

Методологически статья базируется на теории совместно разделенных этапов, признании туризма как сложной человекообразной интегрированной сферы, необходимости развития рынка туристических услуг в условиях устойчивости. Основной целью статьи является мониторинг реализации стратегии развития и сравнения результатов в части достижения установленных целей. Обосновано динамику развития рынка туристических услуг и структурных сдвигов в ней, занятости населения, решении других социальных проблем (уровня и качества жизни, развития инфраструктуры туризма). Рассмотрены меры в сфере экологии, поддержки науки и тому подобное. Использована методология Европейской экспертной службы Taxis EES, которую необходимо привязать к условиям Украины для подготовки стратегии устойчивого развития рынка туристических услуг. В статье применен алгоритм формирования концептуальных основ устойчивого развития рынка туристических услуг. Предложено использовать методологический подход к разработке предпосылок формирования стратегии устойчивого развития рынка туристических услуг Украины. Статья базируется на теории совместно разделенных этапов, признании туризма как сложной человекообразной интегрированной сферы, необходимости развития рынка туристических услуг в условиях устойчивости.

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

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Різноманітні економічні питання щодо сутності, ролі та специфіки формування стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг в Україні, визначення його місця у забезпеченні економічного зростання національної економіки розвивали відомі вітчизняні та зарубіжні вчені. Дослідження різних аспектів та підходів до формування стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг містяться у працях Н. В. Антонюк, І. О. Бочана, Г. О. Ворошилової [1], Л. П. Дяченко [2], Т. І. Ткаченко [3] та ін. В той же час у зв'язку із загостренням негативних наслідків економічної кризи, у тому числі кризою державних фінансів, можливості держави щодо стимулювання окремих сфер економічної діяльності є значно звуженими. Через вказане виникає необхідність поглибленого осмислення проблеми вибору допустимих напрямів та важелів формування стратегії розвитку ринку туристичних послуг, у тому числі використання можливостей, що не створюють додаткового тиску на видаткову частину бюджету.

Мета статті. Метою статті є моніторинг реалізації стратегії розвитку та порівняння результатів у частині досягнення встановлених цілей., у тому числі щодо застосування важелів стимулювання розвитку ринку туристичних послуг. Розробити заходи щодо сталого розвитку туризму на довгострокову перспективу (15-20 років) не тільки для державного рівня, а й для регіонального. Визначити головні завдання, що є ключовими для реалізації стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг України

Результати дослідження. Перехід ринку туристичних послуг у стан, що відповідає вимогам ХХІ століття, неможливий без формування і реалізації ефективної стратегії сталого розвитку, найважливіша функція якого - стратегічне планування на всіх рівнях: національному, регіональному і місцевому. Курс на модернізацію передбачає раціоналізацію просторової організації українського туризму і ефективну трансформацію системи його управління.

Варто відзначити, що національна практика формування стратегій сталого розвитку ринків, в тому числі і ринку туристичних послуг, далека від досконалості:

- використовуються застарілі методичні схеми і прийоми;
- при формуванні регіональних стратегій, довгострокових планів і програм розвитку не враховуються ключові відмінності між стратегічним і традиційним довгостроковим плануванням;

- регіональне стратегічне планування сталого розвитку ринку туристичних послуг будується за шаблоном стратегічного планування діяльності господарюючих суб'єктів, і при цьому не беруться до уваги специфічні особливості регіональних систем;

- стратегічне планування не підкріплюється реальним і ефективним стратегічним управлінням;

- практично відсутній моніторинг ефективності реалізації стратегій сталого розвитку ринку туристичних послуг;

- не достатньо ефективно використовуються сучасні можливості інформаційних технологій.

При формуванні стратегій сталого розвитку ринку туристичних послуг України виникає велика кількість проблем. Так, «Стратегія сталого розвитку України до 2030 року», затверджена у 2017 році, не надає цілісного визначення поняття «сталий розвиток ринку туристичних послуг України», не пропонує програмних документів, що регулювали б даний сектор економіки. [4] Подібні недоліки має і «Стратегія розвитку туризму та курортів на період до 2026 року». Існують розбіжності в кількості програмних документів, що розробляються на загальнодержавному рівні, рівні областей, документів, що розробляються в процесі програмно-цільового планування та в процесі прогнозування. В «Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року» не представлений цілісний механізм правового регулювання повноважень і відповідальності центральних та місцевих органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування за розробку, затвердження та реалізацію програмних документів. Стратегія передбачає тільки моніторинг реалізації стратегії розвитку та порівняння результатів у частині досягнення встановлених цілей. [5]

Найбільшим недоліком існуючих стратегій сталого розвитку туристичної галузі є їх формалізм, відсутність ефективних інституційних умов і механізмів реалізації, слабе залучення бізнес-структур в процеси стратегічного планування. В цілому розвиток стратегій сталого розвитку туристичної галузі поки здійснюється поза контекстом загальних системних перетворень суспільства, економіки та управління. Розробка і практична реалізація стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг актуальна і на загальнодержавному рівні, і на рівні регіонів.

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

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

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

Для вирішення даної проблеми може бути використана методологія Європейської експертної служби Taxis EES, яку необхідно прив'язати до умов України для підготовки стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг [6]. З урахуванням особливостей країни дану методологію можна визначити в такій редакції:

1. виконати моніторинг ринку туристичних послуг України з метою оцінки його потенційних можливостей;
2. за даними моніторингу провести економічний і інституційний аудит регіональних ринків туристичних послуг та сформувані безліч основних і альтернативних, згідно з наявними коштами, напрямків розвитку туристичної галузі;
3. виявити стійкі конкурентні переваги, на які може бути зорієнтована формована стратегія і на цій основі вибрати безліч ефективних напрямків сталого розвитку ринку туристичних послуг;
4. використовуючи обрані основні ефективні напрямки розвитку сформулювати їх базові цілі;
5. сформувані набір стратегічних можливостей реалізації ефективних напрямків розвитку;
6. згідно зі стратегією циклічного розвитку та стабілізації визначити для першого її етапу пакет, що включає 2-3 основних найбільш ефективних напрямків розвитку ринку туристичних послуг України;
7. сформувані модель альтернативних допустимих тенденцій розвитку економічного середовища держави і зовнішніх чинників, що впливають на його стан;
8. уточнити базові цілі для обраних найбільш ефективних шляхів сталого розвитку ринку туристичних послуг;
9. сформувані програми дій для досягнення кожної базової мети з урахуванням альтернативних тенденцій розвитку економічного середовища України.

За даними аналізу стану і тенденцій розвитку ринку туристичних послуг України, що був проведений у розділі 2, можна виділити наступні основні напрями активізації запровадження концепції сталого розвитку ринку туристичних послуг:

- підвищення ефективності державної політики управління ринком туристичних послуг;
- розробка і реалізація комплексу заходів, спрямованих на забезпечення безпеки туристів і зниження кримінальних ризиків;
- формування і проведення заходів, що дозволять забезпечити позитивний туристичний образ України, а також ефективно виконати просування регіональних туристичних продуктів на вітчизняному та міжнародних ринках туристичних послуг;
- розробка комплексу заходів щодо вирішення екологічних проблем, пов'язаних, перш за все, зі скидами брудних вод в річки та моря;
- відновлення туристичної інфраструктури, перш за все, в гірській місцевості і на узбережжі Чорного та Азовського морів;
- розробка та реалізація ефективної інвестиційної політики, що забезпечить максимально сприятливі умови для залучення приватних інвестицій у розвиток ринку туристичних послуг;
- створення на основі наявних потенційних можливостей і згідно з обраними шляхами розвитку оригінальних туристичних продуктів і здійснення їх просування на вітчизняних регіональних та зарубіжних ринках туристичних послуг з метою залучення нових груп туристів;
- активізація діяльності Департаменту туризму та курортів щодо проведення маркетингових досліджень ринку туристичних послуг на державному та міжнародному рівнях, розробки та впровадження рекомендацій щодо формування проектів сталого розвитку туристичної індустрії;
- забезпечення залучення місцевого населення в якості субпідрядників для вирішення завдань, пов'язаних з перевезенням туристів по території держави, розміщенням туристів, залучення громадян в якості провідників і гідів, а також для забезпечення підприємств галузі продуктами харчування та іншими необхідними ресурсами;

- розробка і реалізація ефективної кадрової політики в туристичній галузі шляхом забезпечення умов для навчання, перепідготовки та стажування фахівців відповідно до міжнародних стандартів.

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

Звісно ж, що вдосконалення розробки стратегії в певній мірі можливо за допомогою застосування алгоритму формування концептуальних засад сталого розвитку ринку туристичних послуг, що складається з 3 етапів (рис. 1.).



Рис. 1. Етапи формування концептуальних засад сталого розвитку ринку туристичних послуг. Джерело: складено автором

При цьому після завершення реалізації третього етапу здійснюється перехід ринку туристичних послуг України до нового витка розвитку і так кілька разів, до повного використання потенційних можливостей туристичної індустрії в країні.

Таким чином, одним з головних завдань при формуванні стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг є визначення базових цілей, серед яких:

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

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

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

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

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

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

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

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

Перераховані цілі можуть бути досягнуті тільки в результаті ефективної реалізації стратегії. У свою чергу ефективна реалізація може бути досягнута при розробці та реалізації необхідних для цього програм розвитку і механізмів, інструментів і заходів, пов'язаних з їх реалізацією (рис. 1.).

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

Звісно ж, що реалізація такого завдання визначається необхідністю проведенням таких комплексних заходів, як: підвищення якості туристичного продукту; прояв особливої уваги до вирішення завдань охорони культурної спадщини при розробці нових продуктів; створення умов для інвестування і вдосконалення регіонального інвестиційного законодавства; точне позиціонування територіального туристичного продукту на міжнародному ринку; розробка маркетингу регіону; підвищення результативності продажів регіонального туристичного продукту на міжнародних ринках; підтримання попиту і витрат на внутрішній туризм; створення територіального бренду туристського продукту [7].

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

Передумови формування стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг України являє собою особливий вид планової роботи, що складається в розробці стратегічних рішень (у формі прогнозів, проектів програм і планів), які передбачають висування таких цілей, реалізація яких забезпечує його ефективне функціонування в довгостроковій перспективі, швидку адаптацію до мінливих умов зовнішнього середовища. Формування стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг України, що розглядається як процес практичної діяльності відповідних суб'єктів управління, має свій зміст, що охоплює як саму його суть, так і його прояв і включає процедуру розробки стратегічних прогнозів, проектів стратегічних програм і планів [8, 9].

Методологічний підхід до розробки підходів до формування стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг України повинен полягати в наскрізному, логічно

пов'язаному плануванню розвитку структурних складових туристського сектора економіки, які впливають один на одного по технологічному ланцюжку.

Висновки: Таким чином, основним завданням стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг України є формування умов для нормального функціонування його суб'єктів, а саме створення ефективної системи державної підтримки галузі, орієнтованої на різні сегменти економіки за ціною і якістю.

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

Список використаних джерел:

1. Ворошилова Г. О. *Розвиток інвестиційних процесів у міжнародному туризмі. Проблеми розвитку зовнішньоекономічних зв'язків і залучення іноземних інвестицій: регіональний аспект.* Донецьк: ДонНУ, 2010. 1050 с.
2. Дядечко Л. П. *Економіка туристичного бізнесу.* К.: Центр навчальної літератури, 2007. 224 с.
3. Ткаченко Т. І. *Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: монографія.* К.: Київський національний торговельно-економічний університет, 2006. 537 с.
4. Офіційний сайт Програма розвитку ООН, 2017 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://www.undp.org/content/dam/ukraine/docs/SDGreports/UNDP_Strategy_v06-optimized.pdf
5. Офіційний сайт World Tourism Organization. UNWTO [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www2.unwto.org/ru>
6. Офіційний сайт Всесвітньої ради з подорожей і туризму. World Travel and Tourism Council WTTC [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.wttc.org>
7. Офіційний сайт UNWTO Tourism Highlights, 2015 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.eunwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284416899>
8. Офіційний сайт Eurostat [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://ec.europa.eu/eurostat/statisticsexplained/index.php/Tourism_statistics
9. Конференція ООН по торгівлі та розвитку. ЮНКТАД [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.unctad.org>

References:

1. Voroshylova Gh. O. (2010) *Rozvytok investytsijnykh procesiv u mizhnarodnomu turyzmi [Development of investment processes in international tourism]. Problemy rozvytku zovnishnjoekonomichnykh zvjazkiv i zaluchennja inozemnykh investytsij: rehional'nyj aspekt [The problem of development of foreign economic relations and attraction of foreign investments: the regional aspect].* Donecjk: DonNU, 1050 p.
2. Djadechko L. P. (2007) *Ekonomika turystychnogho biznesu [Economy of tourism business].* Kyiv: Centr navchal'noji literatury, 224 p.
3. Tkachenko T. I. (2006) *Stalij rozvytok turyzmu: teorija, metodologhija, realiji biznesu: monografija [Sustainable Tourism Development: Theory, Methodology, Business Realities: Monograph].* Kyiv: Kyjivskyj nacional'nyj torghovoekonomichnyj universytet, 537 p.
4. Official site of the United Nations Development Program, (2017), available at: www.undp.org/content/dam/ukraine/docs/SDGreports/UNDP_Strategy_v06-optimized.pdf (Accessed 29 October 2019).
5. Official site of the World Tourism Organization, (2016), available at: <http://www2.unwto.org/ru> (Accessed 29 October 2019).
6. The official site of the World Travel and Tourism Council, (2016), "World Travel and Tourism Council WTTC", available at: <http://www.wttc.org> (Accessed 28 October 2019).
7. Official site "UNWTO Tourism Highlights", (2016), available at <http://www.eunwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284416899> (Accessed 30 October 2019).
8. Official site "Eurostat", (2016), available at http://ec.europa.eu/eurostat/statisticsexplained/index.php/Tourism_statistics (Accessed 28 October 2019).
9. United Nations Conference on Trade and Development. UNCTAD, (2017), available at <http://www.unctad.org> (Accessed 29 October 2019).

Keywords: market of tourist services; prerequisites for the formation of a strategy for sustainable development of the tourist services market of Ukraine; stages for the formation of a strategy for sustainable development; conceptual bases for the formation of a strategy for sustainable development of the tourist services market.

Ключові слова: ринок туристичних послуг; передумови формування стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг України; етапи формування стратегії сталого розвитку; концептуальні засади формування стратегії сталого розвитку ринку туристичних послуг.

Ключевые слова: рынок туристических услуг; предпосылки формирования стратегии устойчивого развития рынка туристических услуг Украины; этапы формирования стратегии устойчивого развития; концептуальные основы формирования стратегии устойчивого развития рынка туристических услуг.

Рецензент: Логутова Т. Г., завідувач кафедри інноватики і управління, ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет», д. е. н., професор.

Перевірено на плагіат системою:

<https://corp.eu.unicheck.com/similarity/report/98614526b59041ff9dd9fd12a53308fd>