

СТАЛИЙ РОЗВИТОК РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ УКРАЇНИ

Ринок туристичних послуг, з одного боку, є системою відносин, що за рахунок мультиплікативного та акселераційного ефекту самостійно стимулює власний розвиток, а з іншого, регулюється певними державними важелями. Повоєнне бурхливе зростання потребує стійкого фундаменту, який в змозі забезпечити суб'єктам реальні економічні вигоди, але не приводити до значних екологічних та соціальних проблем. Цим обумовлюється необхідність врахування теорії сталого розвитку під час формування концепцій взаємодії суб'єктів туристичного ринку з акцентом у якість і орієнтацією на суспільство. Вперше термін «сталий розвиток» був у доповіді «Наше спільне майбутнє» у 1987 році. Спеціальна Комісія ООН під керівництвом експрем'єра Норвегії охарактеризувала його як розвиток, що задовольняє потреби нинішнього покоління, не заважаючи можливостям наступних поколінь задовольняти свої.

Сьогодні концепція сталого розвитку охоплює економічне зростання в гармонійному поєднанні із соціальними та екологічними факторами впливу. Сталий розвиток – тривалий процес, що гармонійно поєднує використання ресурсів, інноваційні процеси, напрями інвестування та інституційні зміни з потребами теперішнього і майбутніх поколінь. Як новий та якісний тип розвитку, спрямованість якого базується на врахування інтересів кількох поколінь людства, сталий розвиток має багатоцільове призначення. Сталий розвиток трактується як система ефективних 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». Також, сталий розвиток – це злагоджене існування людини поряд з природою на довгостроковій, стабільній основі через забезпечення рівномірного співвідношення економічних інтересів, соціальних потреб та природних ресурсів. Всі перераховані визначення зосереджуються на тому, що концепція сталого розвитку описує підхід до економічного розвитку з орієнтацією екологію та на охорону навколишнього середовища, що дає змогу задовольняти потреби нинішнього покоління, не позбавляючи при цьому майбутні покоління можливості задовольняти їх власні потреби [1].

Концептуальні засади усталеності доповнюють особливості розвитку новою рисою: до спрямованої трансформації об'єктів додається

гармонійність взаємодії кількох різних за змістовними ознаками сфер (економічна, соціальна, екологічна). Особливо актуальним впровадження концепції сталого розвитку є для сфери туризму [2]. В цьому разі ринок туристичних послуг є унікальною платформою, що за природою поєднує економічні, соціальні та екологічні аспекти життєдіяльності будь-якої держави. Глобальні проблеми природокористування стають особливо гострими в контексті розвитку рекреаційних комплексів світу, ресурси яких також є обмеженими. Динамічне зростання ринку туристичних послуг сприяє активізації трансформаційних процесів в таких галузях, як інфраструктура, сільське господарство, індустрія розваг, екологія. При цьому метою його існування є розв'язання актуальних соціальних проблем, серед яких слід назвати підвищення рівня життя населення, комфортний та доступний відпочинок без географічних та расових обмежень. Такі економічні стимули, як формування сприятливого ринкового середовища, інвестиційна привабливість, створюють базові критерії, що обумовлюють запровадження концепції сталого розвитку у сфері туризму.

Ринок туристичних послуг України належить до системи задоволення потреб населення у відпочинку та функціонує за принципами та механізмами світового ринку послуг. Під останнім у широкому сенсі прийнято розуміти розгалужену систему ринків з вузькою спеціалізацією, де відношення купівлі-продажу будуються на основі дій, що приносить користь іншому [3]. Доцільно оцінити його як платформу для відносин між виробниками і споживачами послуг, де відбувається взаємодія продавців і покупців послуг, визначаються ціни, необхідна кількість та якість послуг, встановлюються і підтримуються господарські зв'язки, соціально-економічні контакти з різними цільовими аудиторіями в процесі створення і споживання послуг. Зроблено висновок, що світовий ринок послуг туризму як економічна категорія характеризується як система багатоаспектних, поліструктурних та багаторівневих відносин. Одним із сегментів цього великого ринку є ринок туристичних послуг України.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Цвілий С. М. Маркетинг в туризмі : навч. посіб. / С. М. Цвілий, Т. С. Кукліна, В. М. Зайцева. – Запоріжжя : НУ «Запорізька політехніка», 2022. – 260 с.
2. Zaitseva V. Postcoronavirus formation of tourist micro-business of the region on the basis of economic security / V. Zaitseva, S. Tsviliy, D. Gurova, O. Korniienko, D. Mamotenko // Management, finance, economics: modern problems and ways of their solutions: monograph. – USA. Boston: Primedia eLaunch, 2021. – P. 169–202.

3. Potential of international cooperation of Ukraine in the geoeconomic space of the tourist industry / S. M. Tsviliy [et al.] // GeoJournal of Tourism and Geosites. – 2023. – No. 49(3). – P. 946–961.