

УДК 338.001.36

DOI: <https://doi.org/10.32782/2520-2200/2019-1-10>**Борблік К.Е.**аспірант кафедри міжнародної економіки та туризму  
Донецького національного університету економіки і торгівлі  
імені Михайла Туган-Барановського**Borblik Karyna**Donetsk National University of Economics and Trade  
named after Mykhailo Tugan-Baranovsky**СТАЛИЙ РОЗВИТОК РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ:  
СУТНІСТЬ, ЦІЛІ ТА ОСОБЛИВОСТІ****SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF THE MARKET  
OF TOURISM SERVICES: ESSENCE, GOALS AND FEATURES**

У статті розглянуто поняття сталого розвитку ринку туристичних послуг та його концептуальне впровадження до сфери туризму, забезпечення його економічного зростання, раціонального використання рекреаційних ресурсів. Розглянуто підходи науковців та міжнародних організацій до визначення сутності поняття «сталий туризм». Висвітлено понятійну категорію «ринок туристичних послуг», запропоновано його класифікацію. Проаналізовано особливості поєднання сталого розвитку та ринку туристичних послуг з урахуванням впливу тенденцій, закономірностей та цілей його подальшого впровадження до індустрії туризму. Простежено вплив апарату державного управління на сталий розвиток ринку туристичних послуг, який формує цілі його функціонування та обумовлюється економічною потребою забезпечення рентабельності туристичного бізнесу під час урахування обмеженості природних ресурсів.

**Ключові слова:** сталий розвиток, світовий ринок послуг, ринок туристичних послуг, туризм, туристична індустрія.

В статье рассмотрены понятие устойчивого развития рынка туристических услуг и его концептуальное внедрение в сферу туризма, обеспечение его экономического роста, рационального использования рекреационных ресурсов. Рассмотрены подходы ученых и международных организаций к определению сущности понятия «устойчивый туризм». Освещена понятийная категория «рынок туристических услуг», предложена его классификация. Проанализированы особенности сочетания устойчивого развития и рынка туристических услуг с учетом влияния тенденций, закономерностей и целей его дальнейшего внедрения в индустрию туризма. Прослежено влияние аппарата государственного управления на устойчивое развитие рынка туристических услуг, который формирует цели его функционирования и обуславливается экономической необходимостью обеспечения рентабельности туристического бизнеса при учете ограниченности природных ресурсов.

**Ключевые слова:** устойчивое развитие, мировой рынок услуг, рынок туристических услуг, туризм, туристическая индустрия.

The article discusses the concept of sustainable development of the tourist services market and its conceptual implementation in the field of tourism, ensuring its economic growth, rational use of recreational resources. Its rapid growth, however, requires a manageable and stable foundation that is able to provide real economic benefits to the subjects, but does not lead to significant environmental and social problems. This necessitates taking into account the theory of sustainable development in the formation of mechanisms and concepts of interaction between participants of the tourism services market with an emphasis on quality and a focus on society. The introduction of the concept of sustainable development is especially relevant for the tourism industry. In this case, the tourism market is a unique platform, which by its nature combines the economic, social and environmental aspects of the life of any state. The approaches of scientists and international organizations to the definition of the essence of the concept "sustainable tourism" and conceptual conditions necessary for the development of special retail are considered: to a directed transformation aimed at harmonizing in society, including the world economy, economy, society. The conceptual category "tourism services market" is highlighted and its classification is proposed. The features of the combination of sustainable development and the tourist

services market are analyzed, taking into account the influence of trends, patterns and objectives for its further implementation in the tourism industry. The work monitors the influence of the state administration on the sustainable development of the tourist services market, which forms the goals of its operation and is conditioned by the economic need to ensure the profitability of the tourism business, taking into account the limited natural resources.

**Key words:** sustainable development, world market of services, market of tourism services, tourism, tourism industry.

**Постановка проблеми.** Ринок туристичних послуг, з одного боку, є системою відносин, що за рахунок мультиплікативного та акселераційного ефекту самостійно стимулює власний розвиток, а з іншого боку, регулюється певними державними важелями [1, с. 224]. Проте його бурхливе зростання потребує керованого та стійкого фундаменту, який в змозі забезпечити суб'єктам реальні економічні вигоди, але при цьому не приводить до значних екологічних та соціальних проблем. Цим обумовлюється необхідність врахування теорії сталого розвитку під час формування механізмів та концепцій взаємодії учасників ринку туристичних послуг з акцентом на якість та орієнтацією на суспільство.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Велика радянська енциклопедія пропонує розглядати розвиток як закономірний процес, спрямований на зміну матеріальних та нематеріальних об'єктів, що не має зворотної дії [2, с. 592]. О.Л. Гапоненко, А.П. Панкрухин у своїх роботах акцентують увагу на динамізмі як основній особливості змістовної складової розвитку. Вони розглядають його як появу нових характеристик та параметрів об'єкта, що приводять до його вдосконалення та еволюції [3, с. 11]. Українські вчені Л.Р. Прийма та І.Я. Кулиняк під розвитком розуміють процес, що обов'язково приводить до формування нового стану об'єкта, що проявляється як зміна в його складі або структурі [4, с. 237].

**Метою** статті є визначення головної характеристики сталого розвитку, його сутності, а саме об'єктивної зміни об'єкта; обґрунтування стихійного, самостійного та цілеспрямованого видів розвитку, а також їх взаємозв'язку зі сталим розвитком ринку туристичних послуг [5]; розкриття типів сталого розвитку ринку туристичних послуг в умовах глобалізації та активізації інтеграційних процесів і визначення межі розвитку в певних умовах природних ресурсів, демографічних та екологічних проблем на планеті.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Вперше термін «сталий розвиток» прозвучав в 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 [6, с. 36–40]. Сьогодні концепція сталого розвитку охоплює економічне зростання в гармонійному поєднанні із соціальними та екологічними факторами впливу. Н.Ю. Гречаник під поняттям «сталый розвиток» розуміє «тривалий процес, що гармонійно поєднує використання ресурсів, інноваційні процеси, напрями інвестування та інституційні зміни з потребами теперішнього і прийдешніх поколінь» [7, с. 29]. Як новий та якісний тип розвитку, спрямованість якого характеризується врахуванням інтересів кількох поколінь людства, сталий розвиток розглядає Т.В. Кожухова, акцентуючи увагу на багатозальному призначенні цього поняття [8, с. 494]. 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» [9, с. 62–74]. І.М. Вахович зазначає, що сталий розвиток – це злагоджене існування людини поряд з природою на довгостроковій, стабільній основі через забезпечення рівномірного співвідношення економічних інтересів, соціальних потреб та природних ресурсів [10]. Всі перераховані визначення зосереджуються на тому, що концепція сталого розвитку описує підхід до економічного розвитку з орієнтацією на охорону навколишнього середовища, що дає змогу задовольняти потреби нинішнього покоління, не позбавляючи при цьому майбутні покоління можливості задовольняти їх власні потреби, як узагальнює відомі підходи Е.Ю. Какутич [10].

Отже, 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. В цьому разі ринок туристичних послуг є унікальною платформою, що за своєю природою поєднує економічні, соціальні та екологічні

аспекти життєдіяльності будь-якої держави. Глобальні проблеми природокористування стають особливо гострими в контексті розвитку рекреаційних комплексів світу, ресурси яких також є обмеженими. Динамічне зростання ринку туристичних послуг сприяє активізації трансформаційних процесів в таких галузях, як інфраструктура, сільське господарство, індустрія розваг, екологія. 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 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 [11, с. 174]. Проте з огляду на необхідність розгляду ринку послуг як складної системи, що включає елементи регулювання, ціноутворення, комунікацій тощо, доцільно оцінити його як платформу для «відносин між виробниками і споживачами послуг <...>, де відбувається взаємодія продавців і покупців послуг, визначаються ціни, необхідна кількість та якість послуг, встановлюються і підтримуються господарські зв'язки й соціально-економічні контакти з різними цільовими аудиторіями в процесі створення і споживання послуг». Ю.В. Соколова зазначає, що «світовий ринок послуг як категорія міжнародної економіки функціонує відповідно до основних законів ринкового господарства, а саме закону вартості, закону попиту та пропозиції, закону росту продуктивності праці, закону нагромадження, закону пропорційного розвитку». Отже, можна зробити висновок, що світовий ринок послуг як економічна категорія характеризується як система багатоаспектних, поліструктурних та багаторівневих відносин. Одним із сегментів цього ринку є ринок туристичних послуг.

Як свідчить аналіз літературних джерел, сьогодні серед дослідників не існує єдиної позиції щодо змісту поняття «ринок туристичних послуг». Деякі дослідники не виділяють цю категорію зі структури терміна «туризм» або «туристична індустрія», інші розглядають його в структурі економічного комплексу країни, а деякі ототожнюють ринок послуг з ринком

туристичного продукту. Різноманітність точок зору на особливості та зміст поняття «ринок туристичних послуг» можна звести до кількох позицій, що представлені в табл. 1.

Узагальнюючи підходи до визначення сутності поняття «ринок туристичних послуг», відзначимо, що спільною рисою тлумачень ринку туристичних послуг в рамках структурного підходу є виявлення його елементів (туристичний продукт, економічні відносини в ланцюгу «покупець – продавець – посередник» та інші елементи відповідно до заданої мети); функціональний підхід акцентує увагу на сферах реалізації головної функції ринку, що полягає у забезпеченні зв'язку між виробниками та споживачами; системний підхід наголошує на взаємопов'язаності елементів мережі, що функціонують в умовах певної спрямованості; організаційний підхід підкреслює особливості формування цього ринку; процесний підхід приділяє увагу процесам перетворення, що на ньому відбуваються в рамках діяльності основних суб'єктів. Окремо кожний з підходів лише констатує наявність тих чи інших елементів чи зв'язків між ними, не вказуючи на їх якість та мету функціонування. Таким чином, виникає необхідність використання більш широкого поняття, яке враховувало би всі зазначені вище підходи.

Зважаючи на вищезазначене, визначимо ринок туристичних послуг як поліструктурну систему взаємовигідних відносин щодо купівлі-продажу у грошовій формі певного матеріального чи нематеріального блага у сфері туризму, яка заснована на децентралізованому управлінні, безособовому механізмі визначення кількості та ціни.

Як вже зазначалося, сталий розвиток туристичної сфери базується на балансі економічної ефективності туристичної діяльності, збереженні рекреаційних природних ресурсів та взаємодії культур та національної самобутності народів. Такої думки дотримуються багато вчених, серед яких слід назвати Л.М. Побоченко, яка зауважує, що «завдання сталого розвитку висувають нові вимоги щодо забезпечення ефективної співдії туристичної та природоохоронної діяльності, а також щодо організації туризму в напрямі екологізації відтворювального процесу» [14]. Необхідність впровадження концепції сталого розвитку в основу функціонування ринку туристичних послуг підкреслює О.П. Слюсарчук, який зазначає, що таке «дієве державне управління рекреаційно-туристичної сферою дасть змогу раціонально використовувати рекреаційний потенціал <...> і посилити роль рекреації та туризму у ВВП» [14]. Все більше вчених погоджуються з тим, що запро-

## Класифікація підходів до сутності поняття «ринок туристичних послуг»

Назва підходу	Тлумачення сутності	Представники
Структурний	Сфера реалізації специфічних туристичних продуктів [12].	В.Г. Герасименко
	Сукупність конкретних економічних відносин та зв'язків між туристами (покупцями), виробниками (продавцями), а також торговельними посередниками щодо руху туристичних продуктів та грошей, що відбиває економічні інтереси суб'єктів ринкових відношень [12].	С.С. Галасюк
	Кінцеве розмаїття функціональних елементів та відносин між ними, що виділяється із середовища, відповідно до заданої мети в межах певного часового інтервалу [12].	Л.Ю. Красавцева
Функціональний	Суспільно-економічне явище, що об'єднує попит і пропозицію для забезпечення купівлі-продажу специфічних туристичних товарів та послуг у даний час і в даному місці [12].	Міжнародна асоціація круїзних ліній
	Сукупність економічних відносин між туристами, туристичними підприємствами та іншими суб'єктами господарювання щодо виробництва, реалізації та споживання туристичних продуктів і послуг, а також руху грошей, що відбиває інтереси суб'єктів ринкових відносин у межах певного регіону (міста, області, країни, світу) [12].	О.О. Колесник
Системний	Державно-регульована система, в якій сформовані та діють (або формуються) ринкові структури, діяльність яких забезпечена індустрією туризму певного рівня розвитку [12].	Л.Ю. Красавцева
	Інтегрована система перетворення природно-рекреаційних ресурсів на грошові кошти в процесі економічних відносин між суб'єктами туристичного бізнесу щодо виробництва, реалізації, споживання туристичних продуктів та послуг в умовах мінливого зовнішнього середовища та багатоаспектного впливу історично сформованих базових та інноваційних детермінант [13, с. 27].	Г.О. Горіна
Організаційний	Механізм, що утворився внаслідок виникнення потреб населення щодо змістовного проведення дозвілля, а також включає автоматичні регулятори безпосередньої взаємодії виробників та споживачів [13, с. 28].	В.Г. Герасименко
	Економічні відносини між місцями та підприємствами, які приймають туристів, і місцями та підприємствами, що їх відправляють.	С.Г. Нездоймінов, О.О. Єрьоменко, В.В. Кошелюк
Процесний	Система світових господарських зв'язків, де здійснюється процес перетворення туристично-екскурсійних послуг на грошові кошти та зворотного перетворення грошових коштів на туристично-екскурсійні послуги.	С.П. Грабовенська
	Соціально-економічна система з високим рівнем саморегуляції, основу якої складають високо локалізовані взаємовідносини, пов'язані з виробництвом, збутом та споживанням туристичних послуг або комплексного туристичного продукту в межах певної території, причому критерієм виділення регіонального ринку виступає як місце купівлі туристичного пакету, так і місце споживання туристичних послуг.	О.В. Кирилова

вадження концепції сталого розвитку у сферу туризму сприятиме зростанню туристичної та інвестиційної привабливості територій через збереження природного середовища. Актуалізують такий синергізм також дослідження та прогнози таких міжнародних організацій, як Світове товариство охорони природи (IUCN),

Всесвітня туристична організація, Організація Об'єднаних Націй (ООН). Так, урядами країн активно розробляються стратегії розвитку екологічного туризму, а дані Світового Інституту Ресурсів свідчать про те, що якщо в майбутньому зростання ринку туристичних послуг становитиме близько 4% на рік, то динаміка

поширення екологічного туризму збільшуватиметься приблизно на 10% [13, с. 63].

Необхідність забезпечення сталого розвитку ринку туристичних послуг обумовлюється економічною потребою забезпечення рентабельності туристичного бізнесу під час врахування обмеженості природних ресурсів та висування вимог щодо їх збереження задля задоволення потреб сучасного та майбутніх поколінь людства. Вперше поняття усталеності розвитку ринку туристичних послуг використано ще у 80-х роках ХХ століття під час проведення конференції «Тіні зеленого кольору». В Брундтланській доповіді йшлося про діяльність, яку сьогодні називають «сталий туризм» [13, с. 165]. Вже у 1992 році Конвенцією з питань біологічного різноманіття сферу туризму додано до загального переліку елементів міжнародної політики захисту навколишнього середовища.

Під час розгляду поняття «сталий розвиток ринку туристичних послуг» необхідно розмежувати його зміст із сутністю терміна «екотуризм», що є лише окремою сферою туристичної діяльності. Головна відмінність полягає в тому, що засади сталого розвитку мають бути ефективними та результативними під час впровадження в будь-який сегмент туристичного ринку, тоді як екологічний туризм обмежується певними практичними рамками.

В рамках дослідження усталеності ринку туристичних послуг доцільно розглянути підходи науковців та міжнародних організацій до визначення сутності поняття «сталий туризм» (табл. 2).

Погоджуючись з наявністю тісної кореляції між змістом та значущістю понять «сталий туризм» та «сталий розвиток ринку туристичних послуг», визначимо, що дослідження останнього має здійснюватися на основі прин-

Таблиця 2

## Підходи до визначення поняття «сталий туризм»

Автори	Назва підходу	Сутність
Всесвітня Туристична Організація	Як концепція управління	Туристична діяльність, за якої управління всіма ресурсами проходить таким чином, що економічні, соціальні, естетичні потреби задовольняються, зберігаються культурна складова, екологічні процеси, біологічне різноманіття та системи підтримки життя.
Ю.Б. Миронов, І.І. Тучковська		Такий вид туризму, за якого 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.
Г.Ш. Уварова		Процес, можливий за умови перш за все збалансованого освоєння та використання природних рекреаційно-туристичних ресурсів.
Хартія зі сталого туризму	Як інструмент екологізації	Сталый туризм базується на критерії сталості, тобто це означає, що він має бути екологічно нешкідливим в довготривалій перспективі, економічна доцільним та соціально рівним для місцевих громад.
Порядок денний на ХХІ століття для галузі подорожей і туризму		Здатність туризму упродовж тривалого періоду зберігати свої кількісні та якісні показники, тобто виправдовувати очікування резидентів та туристів як у короткий, так і в більш тривалий періоди без шкоди довкіллю тієї території, яка зацікавлена в його розвитку.
Ю.Б. Миронов	Як стратегія реагування на потреби суспільства	Такий розвиток туристичної галузі, який дає змогу задовольнити потреби туристів сьогодні з урахуванням інтересів регіону щодо збереження можливості надання рекреаційно-туристичних послуг у майбутньому.
І.Я. Цуцман		Повинен забезпечувати потреби нинішніх туристів без втрат для майбутніх поколінь, ґрунтуватись на чотирьох основних аспектах, а саме соціальному, природоохоронному, економічному та культурному.
Л.М. Шульгіна, А.І. Бондар	Як трансформаційна модель	Перехід від моделі масового туризму до індивідуалізованого туристичного продукту, що зумовлене необхідністю змін у структурі туристичного ринку, внаслідок чого виникають нові види туризму.

ципів сталого розвитку, зокрема в туристичній сфері, які отримали велике поширення в роботах вітчизняних та іноземних вчених.

Ринок туристичних послуг закономірно залежить від різноманітних економічних, соціальних та політичних факторів [15, с. 151–153], запровадження в його функціонування концепції сталого розвитку додає групу екологічних факторів. Сучасний його стан щодо маркетингу визначається як персоналізований, що пов'язане зі спрямованістю будь-якої діяльності виробників туристичних продуктів на задоволення запитів та цілей подорожі для різних категорій туристів. Наявні види туристичних послуг, що реалізуються на ринку (рис. 1), стають підґрунтям визначення цілей, що переслідують виробники туристичного продукту у своїй діяльності, а відомі види туристів (рис. 1) визначають цілі споживачів.

Імплементация цілей в галузі сталого розвитку до сфери туризму дала змогу визначити пріоритетні цілі та завдання сталого розвитку ринку туристичних послуг, серед яких слід назвати:

– забезпечення стабільного розвитку ринкової туристичної інфраструктури, підвищення

якості туристичного обслуговування та покращення якості туристичного сервісу;

– створення якісних туристичних послуг, що здатні максимально задовольнити широке коло потреб туристів з різним рівнем доходу;

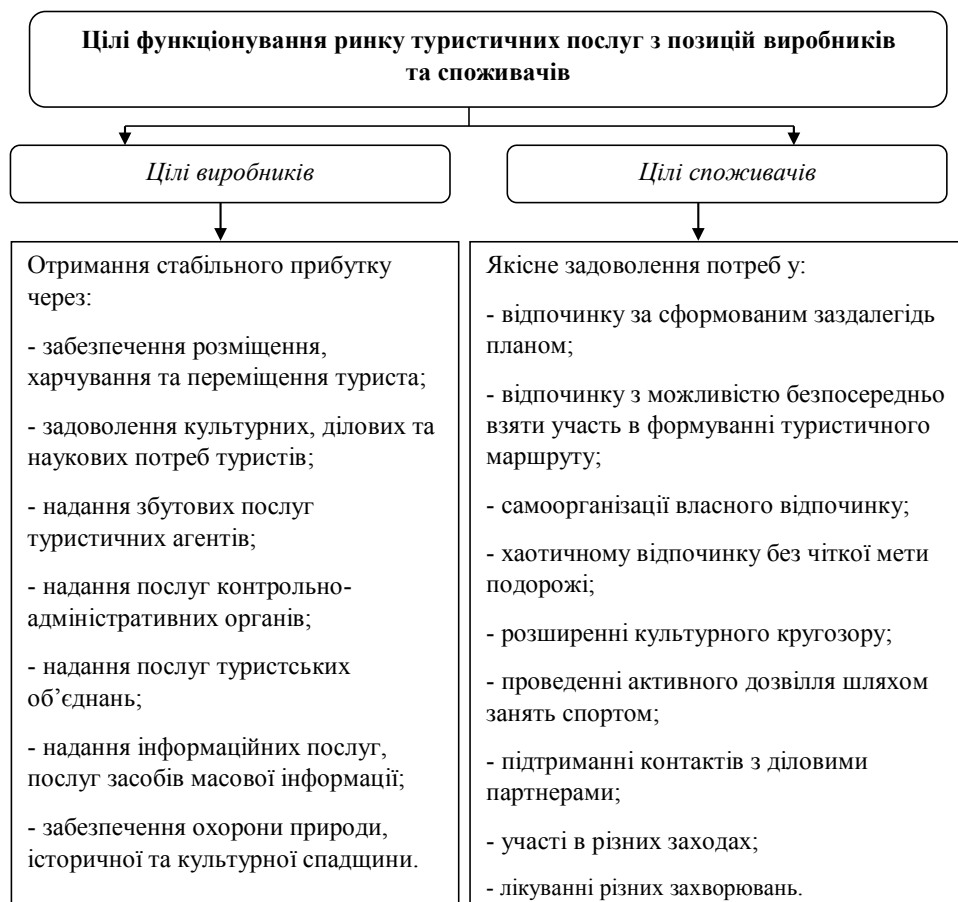
– посилення рекреаційного, кадрового забезпечення функціонування ринку;

– реалізацію стратегічної маркетингової компанії задля популяризації захисту навколишнього середовища, формування позитивного туристичного іміджу територій та виробників туристичних послуг;

– створення туристичних послуг, під час реалізації яких забезпечуватимуться підвищення рівня зайнятості населення, збереження та розвиток рекреаційного потенціалу, охорона навколишнього природного середовища;

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

– забезпечення підвищення якості життя населення;



**Рис. 1. Цілі функціонування ринку туристичних послуг з позицій виробників та споживачів**

*Джерело: складено автором з використання джерела [16]*

- створення конкурентоспроможних туристичних продуктів на засадах екологічного маркетингу;

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

- удосконалення інформаційної інфраструктури туристичних послуг.

Варто зазначити, що деякі дослідники акцентують увагу на тому, що виконання цілей сталого розвитку ринку туристичних послуг неможливе без участі державних інститутів. Так, Т.І. Ткаченко наголошує на тому, що «державне управління сферою рекреації та туризмом необхідно розглядати як складну систему в єдності соціальної, економічної та екологічної компонент, подальший генезис якої і базуватиметься на концепції сталості» [17]. О.П. Слюсарчук зазначає, що «державне управління рекреаційно-туристичною сферою покликано встановити і підтримувати рівновагу між збереженням природних та історико-культурних ресурсів, економічними інтересами й соціальними потребами та розвитком рекреації». Головним тезисом у визначенні ролі держави в сталому розвитку ринку туристичних послуг в цьому разі можна назвати те, що управління має на меті формування комплексних умов для розвитку ринку під час забезпечення підвищення якості життя населення на загальнодержавному рівні.

Необхідність врахування впливу апарату державного управління на сталий розвиток ринку туристичних послуг формує кілька додаткових цілей його функціонування:

- активізація розвитку суміжних ринків та сфер економіки (торгівля, житлово-комунальне господарство тощо);

- збільшення надходжень до бюджету;

- відродження національної культури, формування національної свідомості.

З огляду на взаємозв'язок ринку туристичних послуг та державного управління можна зазначити, що відносини між цими двома категоріями характеризуються прямою залежністю. Такої позиції дотримуються С.В. Ковальчук, В.В. Миколишина, І.Т. Балабанов. Останній підкреслює, що «туристичний ринок по відношенню до економіки будь-якої країни характеризується двоциклічністю». Так, розвинутий туристичний ринок, що ефективно функціонує на засадах сталого розвитку, обов'язково приводить до збільшення інвестиційної привабливості держави, надходжень до бюджетів усіх рівнів, національного багатства країни загалом, тоді як недостатній розвиток ринку туристичних послуг у сучасних економічних умовах обумовлює низькі показники функціонування держави та її економічної системи.

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

- 1) забезпечення раціонального використання туристично-рекреаційного потенціалу, що є ключовим елементом формування ринку туристичних послуг, підтримуючи природні явища та процеси в туристичних екосистемах та забезпечуючи збереження їх природної спадщини й біологічного різноманіття;

- 2) сприяння утриманню довгострокового ефекту від соціально-економічних дій, що реалізуються на ринку туристичних послуг, задля підтримки стабільно високого рівня зайнятості населення, забезпечення отримання доходу та переваг для туристичних зон, що приймають туристів; у довгостроковій перспективі виконання такого завдання має привести до скорочення масштабів бідності на світовому рівні;

- 3) реалізацію права населення туристичної зони, що приймає туристів, на соціально-культурну автентичність; стимулювання міжкультурного порозуміння та толерантності.

Таким чином, функціонування ринку туристичних послуг на засадах сталого розвитку має в основі не тільки збереження навколишнього середовища та забезпечення охорони туристично-рекреаційних ресурсів, але й економічні вигоди, що, безумовно, мають отримати виробники туристичних послуг під час урахування культурної самобутності та національної спадщини туристичної зони, що для туриста є безпосереднім місцем споживання послуги.

Сьогодні виділяють більше десятка видів туризму, отже, сегментів ринку туристичних послуг, кожний з яких за певного державного втручання має бути спрямований в систему збалансованого, гармонійного розвитку. Це можна забезпечити за рахунок оптимального щодо обережності споживання туристично-рекреаційних ресурсів за дотримання поваги до особливостей національної культури туристичної зони.

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

1) Туристичні послуги мають дуальний характер, що виявляється в наслідках їх споживання. Так, турист приносить економічні вигоди виробникам туристичних послуг, однак не завжди забезпечує захист природних ресурсів, що задіяні в процесі надання послуги. Таким чином, споживаючи нематеріальний товар, вигоди від якого обмежені в часі, турист іноді може спричинити матеріальні екологічні збитки, при цьому не завжди буде нести за них відповідальність.

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

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

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

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

**Висновки з проведеного дослідження.** Отже, сталий розвиток ринку туристичних послуг забезпечується ефективною та рівноправною взаємодією його суб'єктів за засадах забезпечення економічного зростання, раціонального використання рекреаційних ресурсів та соціальної справедливості за врахування природних та соціально-історичних особливостей певних туристичних зон. З огляду на динамічні темпи розвитку туризму, його вплив на соціальний та економічний розвиток, глобальні проблеми людства та вичерпність природних ресурсів, що є ключовими у формуванні інфраструктури туристичного ринку, запровадження засад сталого розвитку є об'єктивною необхідністю. Таким чином, ефективність ринку туристичних послуг, що функціонує на засадах сталого розвитку, залежить від якості послуги, що пропонується, а також рівня забезпеченості рівноваги між економічними вигодами, соціальними та екологічними потребами туристичної зони в процесі споживання такої послуги.

#### Список використаних джерел:

1. Дядечко Л.П. Економіка туристичного бізнесу : навчальний посібник. Київ : Центр учбової літератури, 2007. 224 с.
2. Большая советская энциклопедия / гл. ред. А.М. Прохоров. 3-е изд., перераб. и доп. Москва : Современная энциклопедия, 1975. 592 с.
3. Гапоненко А.Л., Панкрухин А.П. Стратегическое управление : учебник для студентов вузов. Москва : ОМЕГА-Л, 2006. 220 с.
4. Прийма Л.Р., Кулиняк І.Я. Розвиток підприємства: сутність поняття. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2012. Вип. 22.10. 237 с.
5. Процес розвитку особистості. URL: <http://studies.in.ua/ru/pedagogika-shpargalki/1408-process-rozvitku-osobistost.html>.
6. Гречаник Н.Ю. Сталий розвиток та об'єктивна необхідність його формування. *Вісник Прикарпатського університету. Економіка*. 2014. С. 36–40.
7. Куценко В.І., Удовиченко В.П., Остафійчук Я.В. та ін. Суспільний вектор сталого розвитку (питання теорії та практики) : монографія. Чернігів : видавець Лозовий В.М., 2013. 29 с.
8. Вахович І.М. Теоретико-методологічні засади формування та реалізації регіональної політики фінансового забезпечення сталого розвитку : дис. ... докт. екон. наук. Луцьк, 2008. 494 с.
9. Какутич Е.Ю. Устойчивое развитие как концептуальная основа трансформации мировой экономики. *Механізм регулювання економіки*. 2010. № 1. С. 62–74.
10. Світовий ринок послуг та особливості його розвитку в сучасних умовах. URL: [https://life-prog.ru/ukr/1\\_5284\\_svitoviy-rinok-poslug-ta-osoblivosti-yogo-rozvitku-v-suchasnih-umovah.html](https://life-prog.ru/ukr/1_5284_svitoviy-rinok-poslug-ta-osoblivosti-yogo-rozvitku-v-suchasnih-umovah.html).
11. Реутов В.Є. Згладжування розбіжностей у міжбюджетних відносинах як механізм регіональної конвергенції економічного розвитку. *Економіка та держава*. 2010. № 8. 174 с.
12. Економіка. URL: [http://www.rusnauka.com/21\\_NIEK\\_2007/Economics/24804.doc.htm](http://www.rusnauka.com/21_NIEK_2007/Economics/24804.doc.htm).
13. Горіна Г.О. Концептуальні засади формування та розвитку інноваційних секторів ринку туристичних послуг України. *Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія: Економічні науки*. 2016. № 5 (77). С. 27–63.



14. New Cruise Lines International Association Report Calls. URL: <https://www.businesswire.com/news/home/20120427005201/en/New-Cruise-Lines-International-Association-Report-Calls>.
15. Нездоймінов С.Г., Єрьоменко О.О., Коелюк В.В. Круїзні тури в Одеському регіоні. Проблеми та перспективи соціально-економічного розвитку України : матеріали міжвузівської науково-практичної конференції. Т. 1. Сімферополь : Кримський інститут бізнесу, 2010. С. 151–153.
16. Конвенція про охорону біологічного різноманіття від 1992 року. URL: [http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995\\_030](http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/995_030).
17. Миронов Ю.Б., Тучковська І.І. Сталий розвиток туризму: сутність, завдання та принципи. Актуальні проблеми економіки і торгівлі в сучасних умовах євроінтеграції : матеріали наукової конференції, Львів, 11–12 травня 2007 р. URL: [http://tourlib.net/statti\\_ukr/myronov7.htm](http://tourlib.net/statti_ukr/myronov7.htm).