

УДК 338.48

**ФОРМУВАННЯ КОНЦЕПЦІЇ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ
РОЗВИТКОМ ПОТЕНЦІАЛУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ
В УКРАЇНІ ТА ЇЇ РЕГІОНАХ**

Юлія Юхновська

*Дніпропетровський національний університет залізничного транспорту
імені академіка В. Лазаря, Дніпро, Україна*

***Резюме.** Викладено результати досліджень щодо розвитку та формування концепції стратегічного управління розвитком потенціалу туристичної галузі. На основі досліджень виявлено проблеми щодо розроблення теоретичних та прикладних досліджень у напрямку формування та розвитку концепції стратегічного управління розвитком потенціалу туристичної галузі в Україні та її регіонах. Запропоновано систему заходів щодо формування концепції управління розвитком туристичної галузі, яка включає етапи: визначення місії та мети розвитку потенціалу туристичної галузі в державі, регіоні та суб'єктів туристичної діяльності; вибір напрямку руху на основі принципів сталого розвитку та аналізу середовища туристичної галузі; оцінювання результатів розвитку потенціалу туристичної галузі; розроблення концепції розвитку потенціалу туристичної галузі; формування та вибір стратегії розвитку потенціалу туристичної галузі; реалізація стратегії розвитку потенціалу туристичної галузі (розроблення програми бюджетів та процедур); розвиток туристичної галузі країни та її регіонів. Досліджено показники розвитку потенціалу туристичної галузі. Запропоновано концепцію стратегічного управління розвитком туристичної галузі в Україні та її регіонах. Виявлено чинники, які впливають на розвиток потенціалу туристичної галузі країни та її регіонів.*

***Ключові слова:** стратегія, розвиток, туристична галузь, потенціал, регіон, концепція, управління.*

**CONCEPTUALIZATION OF STRATEGIC POTENTIAL
DEVELOPMENT MANAGEMENT OF THE TOURIST INDUSTRY
IN UKRAINE AND ITS REGIONS**

Yulia Yukhnovska

*Dnipropetrovsk National University of Railway Transport named after
Academician V. Lazarya, Dnipro, Ukraine*

***Summary.** The article presents the research results on the conceptualization of strategic potential growth management of the tourism industry in Ukraine. Based on the studies, problems have been identified regarding the development of theoretical and applied research in the direction of formation and development of the concept of strategic management of the tourism industry potential growth in Ukraine and its regions. The system of measures for the formation of the concept of management of development of tourism industry, which includes such stages as: definition of the mission and the goal of tourism industry potential growth in the state, region and subjects of tourism activity, is proposed. The author demonstrates the direction of movement based on the principles of sustainable development and analysis of the tourism industry; assessment of tourism sector potential development; formation and selection of a tourism development potential strategy; realization of the tourism*

development potential growth strategy (development of the program of budgets and procedures); development of tourism industry of the country and its regions. The indicators of development of tourism industry potential are studied. The concept of strategic management of tourism industry development in Ukraine and its regions is proposed. The factor influencing the development of the potential of the tourist industry of the country and its regions is revealed.

Key words: *strategy, development, tourism industry, potential, region, concept, management.*

Постановка проблеми. Для вітчизняної туристичної галузі та наявних природно-кліматичних, культуро-історичних, національно-етнографічних ресурсів країни, окремих її регіонів, які створюють передумови для розвитку диференційованих туристичних послуг на основі використання туристичного потенціалу, неможливим є процес ефективного управління без удосконаленого методичного інструментарію та управління розвитком туристичної привабливості держави. Ефективне формування концепції стратегічного управління розвитком потенціалу туристичної галузі в Україні та її регіонів є важливим для отримання синергетичного ефекту, який, насамперед, базується на сукупності економічного, екологічного, інноваційного й соціального результатів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Інтерес до проблем формування концепції стратегічного управління розвитком потенціалу туристичної галузі в Україні та її регіонів і управління з боку держави як на макро-, так і на мікрорівні з кожним роком зростає. Проблема розвитку туризму, його регулюванням та управлінням було присвячено праці таких вчених, як І. Антоненко [2], В. Вакуленко [12], А.Б. Здорова [4], І.В. Зоріна [5], О.В. Музиченко-Козловської [7], К.В. Сіренко [9], Т.І. Ткаченко [10], О.С. Трегубова [11], І.М. Школа [6] та ін.

Мета статті – розробити основні положення формування концепції стратегічного управління розвитком потенціалу туристичної галузі в Україні та її регіонах.

Постановка завдання. Наукові засади формування й розвитку концепції стратегічного управління розвитком потенціалу туристичної галузі в Україні та її регіонах як передумови нарощення конкурентоспроможності територіальних суспільних систем досліджені не у повністю. Тому на сучасному етапі розвитку регіональної економіки України нагальною проблемою є розроблення теоретичних та прикладних досліджень у напрямку формування та розвитку концепції стратегічного управління розвитком потенціалу туристичної галузі в Україні та її регіонах.

Виклад основного матеріалу. На сьогодні особливо актуальною є побудова ефективної стратегії розвитку туристичного бізнесу, тобто розроблення загальної концепції стратегічного управління розвитком потенціалу туристичної галузі в Україні та її регіонах і цільових програм, для реалізації яких необхідні час і значні фінансові ресурси.

Зростання ринку туристичних послуг зумовлене, з одного боку, зростанням їх попиту, з іншого – зростанням пропозиції. До причин зростання попиту варто віднести: зростання мобільності населення планети; збільшення доходів та зменшення вільного часу сучасної людини; підвищення стандартів життя в розвинених країнах світу; відкритість зовнішнього світу (особливо відчутним є фактор для країн пострадянського простору); соціально-психологічну переорієнтацію населення на комфорт та пізнання культурних цінностей; посилення ролі туристичних послуг для підтримки іміджу особи та ін. Зростання пропозиції спричинене, в основному, розвитком підприємництва, зумовленим високим рівнем оборотності та рентабельності капіталу сфери, її конкурентним потенціалом. В умовах економічних змін туристична галузь, як і будь-яка галузь, що виробляє товари або послуги, стикається з безліччю проблем. Джерелами

підвищеної складності управління туристичною галуззю є: високий ступінь невизначеності ринкової ситуації; сезонна нестабільність попиту на туристичні послуги; посилення конкуренції в туристичному бізнесі; брак фінансових (оборотних) ресурсів тощо.

Виходячи з цього, туристичні підприємства не можуть обмежуватися лише поточним плануванням і оперативним управлінням своєю діяльністю. Виникає необхідність стратегічного мислення, яке має втілитися в програму дій, що уточнює цілі та засоби реалізації обраного шляху розвитку.

На основі результатів аналізу розвитку потенціалу туристичної галузі України та її регіонів, а також досвіду країн з розвиненою індустрією туризму, варто запропонувати систему заходів [11], що могла б стати основою для формування концепції управління розвитком потенціалу туристичної галузі країни та регіонів. Ці заходи спрямовані на вирішення певних завдань:

По-перше, це формування концептуальних управлінських завдань на локальних рівнях, досягнення яких дозволило б покращити інфраструктуру туризму рекреаційних територій, що відповідала б новим ринковим умовам з урахуванням євроінтеграційного вектора розвитку держави.

По-друге, створення умов для розвитку туристичної індустрії з метою досягнення поставлених державних цілей, у тому числі створення механізмів стимулювання розвитку матеріальної бази (фінансування пріоритетних туристичних та рекреаційних зон).

По-третє, удосконалення нормативного забезпечення розвитку вітчизняної туристичної галузі [6].

Формуванню концепції удосконалення інструментарію управління розвитком туристичної привабливості території повинно передувати оцінювання туристичного потенціалу і можливостей регіонів, стану і тенденцій розвитку диференційованих видів туризму та туристично-рекреаційного забезпечення, а також наявності інвестиційних проектів та розроблення державних програм з розвитку туризму [8].

Концепція управління має стати планом дій для стратегічного планування розвитку туристичної галузі та суміжних з нею галузей економіки, з відповідним коригуванням державних програм розвитку туризму. Основними цілями концепції управління розвитку туристичної привабливості територій є забезпечення умов для вирішення проблем розвитку туристичної галузі задля підвищення її конкурентоспроможності у місцевому, регіональному та світовому контекстах [7].

Процес формування стратегій дуже трудомісткий, він складається із динамічної сукупності етапів, які виконуються послідовно та логічно. Існує сталий зворотний зв'язок і вплив кожного етапу на інші та на всю їх сукупність. Аналіз літератури виявив різні підходи до формування стратегії розвитку і етапів стратегічного управління. І. Ансофф виділяє таку групу рішень при формуванні стратегії [1]: внутрішнє оцінювання; оцінювання зовнішніх можливостей; формулювання цілей і вибір завдань; рішення про портфельну стратегію; конкурентну стратегію; створення альтернативних проектів, їх відбір та реалізацію. За М. Месконом, процес формування стратегії складається з таких етапів: розроблення місії і цілей; оцінювання та аналіз зовнішнього середовища; управлінське обстеження сильних і слабких сторін; аналіз стратегічних альтернатив; вибір стратегії, реалізація та оцінювання стратегії.

Важливим аспектом дослідження концепції стратегічного управління розвитком потенціалу туристичної галузі в Україні та її регіонах є визначення показників, які підтверджують основні принципи розвитку галузі (табл. 1).

Таблиця 1

Показники розвитку потенціалу туристичної галузі [3]

Table 1

Indicators for the development of tourism potential [3]

Групи показників	Показники
1. Макроекономічні показники розвитку туризму	Доходи в бюджет від суб'єктів туристичної діяльності
	Рівень зайнятості в туризмі
	Кількість суб'єктів туристичної діяльності
	Кількість іноземних громадян, які відвідали країну як туристи
	Кількість туристів, яких обслуговували суб'єкти туристичної діяльності
	Частка туризму та супутніх галузей у структурі ВВП країни
	Кількість вітчизняних туристів
	Обсяг інвестицій у розвиток туризму, у т.ч. іноземних
2. Кількісні показники розвитку туризму	Кількість подорожей, ночей та грошей, витрачених туристами
	Кількість відвідувачів на визначних туристичних об'єктах
	Щомісячна кількість людей в готелях
	Кількість транспорту в головних місцях відпочинку
	Кількість проектів з розвитку туризму, що отримують дозвіл на впровадження
	Кількість туристичних об'єктів, які відкриті цілий рік
	Кількість нових туристичних об'єктів, які пропонуються туристам
3. Якісні показники розвитку туризму	Відсоток задоволених туристів (усього та за типами туристичних послуг/місць)
	Кількість туристів, що повернулися знову
	Кількість отриманих скарг суб'єктами туристичної діяльності
	Відсоток заповненості готелів та інших закладів розміщення у динаміці
	Кількість відвідувачів-туристів у закладах харчування у динаміці
	Покращення чи погіршення рівня якості надання туристичних послуг порівняно з минулим роком
	Кількість робочих місць в туризмі – на повний день, з частковою зайнятістю, на весь рік, сезонно
	Кількість сертифікованих підприємств
Кількість підприємств, що використовують місцевий продукт	
4. Показники реакції громади на розвиток туризму	Відсоток опитаних жителів, які задоволені діяльністю місцевих суб'єктів туристичної діяльності
	Кількість скарг від жителів, пов'язаних з туристичною діяльністю в їхній місцевості
	Кількість місцевих закладів розміщення та харчування туристів, що припинили свою діяльність через спротив громади
5. Екологічні показники розвитку туризму	Показники якості повітря та води у туристичному регіоні чи дестинації (рівень викидів/скидів)
	Рівень та види забруднень головних місць відпочинку туристів
	Кількість туристів, що прибувають громадським транспортом на місця відпочинку
	Витрати місцевих органів влади на охорону та раціональне використання природних ресурсів у туристичних регіонах (дестинаціях)
	Кількість туристичних підприємств, що вживають заходи для захисту довкілля, наприклад, здійснюють повторну переробку сміття

В Україні дані макроекономічних показників розвитку туризму та кількісних показників розвитку туризму обліковуються регулярно. А показники якісних показників розвитку туризму та екологічних показників розвитку туризму, за якими можна розрахувати деякі інші показники розвитку потенціалу туристичної галузі країни та регіонів, практично не публікуються. Наприклад, кількість туристів, що повернулися знову, відсоток задоволених туристів (усього та за типами туристичних послуг/місць) чи кількість туристичних підприємств, що вживають заходи для захисту довкілля, адже

багато суб'єктів туристичної діяльності та місцевих державних органів влади просто не обліковують окремих первинних даних.

Щодо показників реакції громади на розвиток потенціалу туристичної галузі, то в нашій державі місцева громада просто не займається збором та аналізом таких даних. Концепція стратегічного управління розвитком потенціалу туристичної галузі в Україні та її регіонах повинна повністю відображати позицію регіону відносно стратегії розвитку туристичної галузі на довготермінову перспективу і включати конкретні заходи з її реалізації.

Формування стратегії розвитку потенціалу туристичної галузі, як і будь-якої іншої стратегії, є складним комплексом взаємопов'язаних етапів. Результати аналізу праць багатьох науковців свідчать, що виділяють приблизно однакову кількість цих етапів.

На наш погляд, стратегія розвитку потенціалу туристичної галузі має послідовно формуватися за певними етапами, або стадіями (рис. 1): визначення місії та мети розвитку потенціалу туристичної галузі в державі, регіоні та суб'єктах туристичної діяльності; вибір напрямку руху на основі принципів сталого розвитку та аналізу середовища туристичної галузі; оцінювання результатів розвитку потенціалу туристичної галузі; розроблення концепції розвитку потенціалу туристичної галузі; формування та вибір стратегії розвитку потенціалу туристичної галузі; реалізація стратегії розвитку потенціалу туристичної галузі (розроблення програми бюджетів та процедур); розвиток туристичної галузі країни та її регіонів.

Перше, що необхідно сформувавши для формування концепції стратегічного управління розвитком потенціалу туризму в країні та її регіонах, – визначення місії та мети розвитку потенціалу туристичної галузі в державі, регіоні та суб'єктів туристичної діяльності. Тобто сенс існування, основного функціонального призначення та ролі галузі в довготерміновому періоді. Основною метою стратегічного управління потенціалом туристичної галузі має бути підвищення ефективності функціонування туристичної галузі України та її регіонів, створення сучасної конкурентоспроможної туристичної галузі, яка забезпечить значний внесок у розвиток національної економіки (збільшення обсягів реалізації туристичних послуг, валютних надходжень, надходжень до бюджетів, створення додаткових робочих місць, упровадження ефективної моделі інвестиційної політики в галузі туризму тощо).

Наступним етапом, безперечно, є діагностика стану потенціалу туристичної галузі країни та її регіонів, вибір напрямку руху на основі принципів сталого розвитку та аналізу внутрішнього та зовнішнього середовищ туристичної галузі. Цей аналіз проводиться для визначення сильних та слабких сторін галузі.

Стратегія розвитку туризму характеризується спрямованістю, чітко визначеними пріоритетами, логічно побудованою програмою перспективних заходів для досягнення поставленої мети, набором принципів її формування. До принципів формування стратегії розвитку туризму належать: оптимальність, наукова обґрунтованість, системність, об'єктивність, динамічність, адаптивність, активність, комплексність, цілісність, адекватність, пріоритетність, конкурентність мети, забезпечення законодавчою базою, конкретність, логічність, прозорість, легітимність, вимірність, контрольованість та підконтрольність.

Другий етап оцінювання результатів розвитку потенціалу туристичної галузі є основою для уточнення місії, цілей і завдань та вибору стратегії. На цьому етапі відбувається стратегічний аналіз потенціалу розвитку, досліджуються показники розвитку галузі туризму, макро- та мікросередовища функціонування, оцінюється стан, фактори розвитку туризму, відбувається пошук конкурентних переваг галузі.

Метою оцінювання стратегії розвитку потенціалу туристичної галузі є формування результуючої інформації щодо розвитку галузі, такої, що відповідає певним характеристикам та є корисною для управління розвитком потенціалу туристичної галузі з позицій прийняття рішень про забезпечення або підтримку цього розвитку.

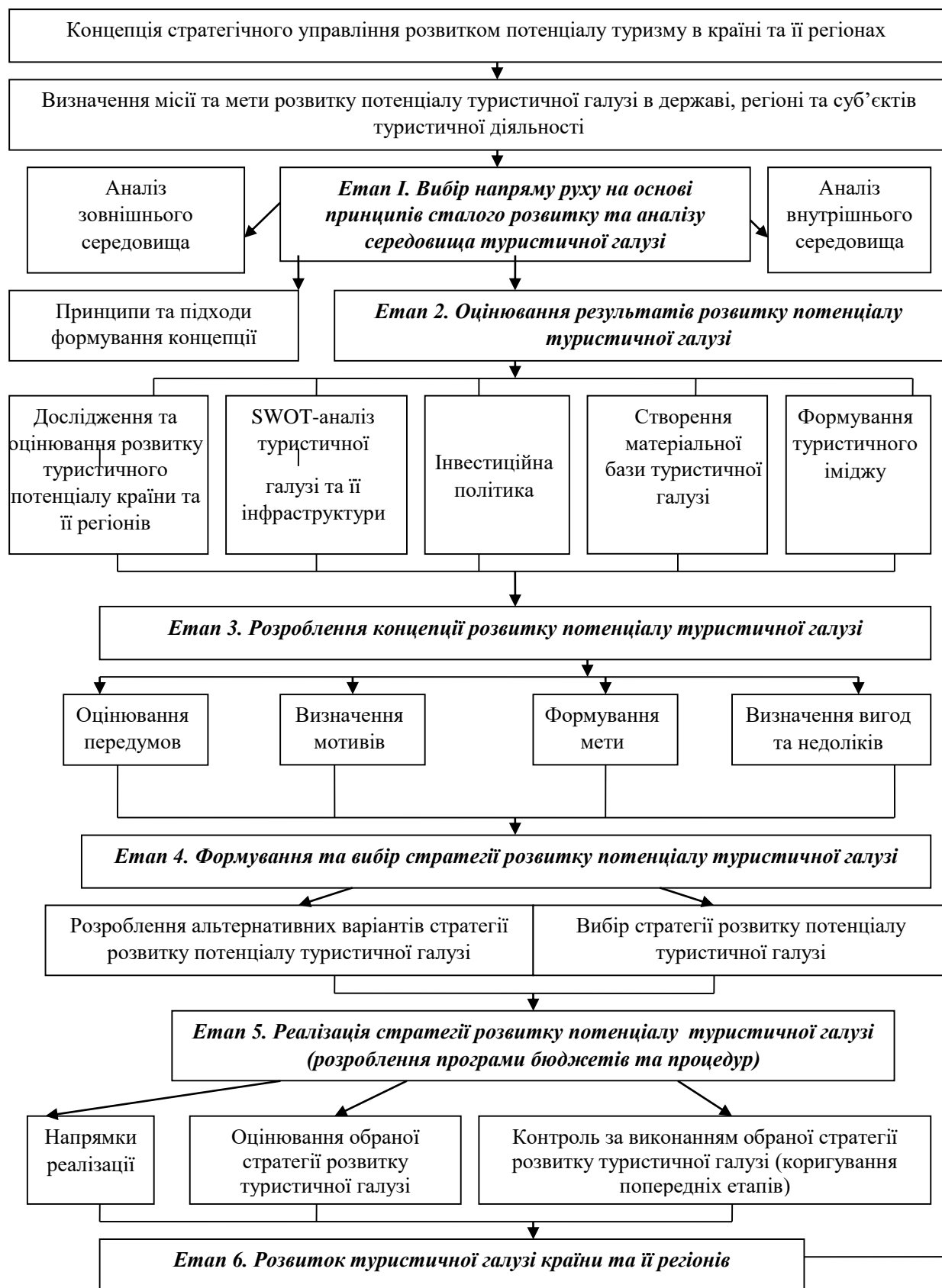


Рисунок 1. Концепція стратегічного управління розвитком туристичної галузі в Україні та її регіонах
 [Джерело: Власна розробка автора]

Figure 1. Concept of strategic management of development of tourism industry in Ukraine and its regions
 [Source: Author's own development]

Досягнення мети стратегії розвитку потенціалу туристичної галузі потребує виконання окремих завдань. Усі завдання, які необхідно вирішити, поділені на дві різні за змістом та призначенням групи: організаційні та імплементаційні.

Організаційні завдання включають: вибір інструмента (інструментів) оцінювання розвитку підприємства; налагодження вибраного інструменту шляхом його пристосування до туристичної галузі; визначення необхідної первинної інформації, що потрібна в оцінюванні розвитку підприємства.

Імплементаційні завдання включають: організацію збору первинної інформації, що потрібна в оцінюванні розвитку туристичної галузі; формування проміжної та результуючої інформації для оцінювання розвитку туристичної галузі; інтерпретацію результатів оцінювання розвитку туристичної галузі та подання її у форматі, придатному для прийняття подальших управлінських рішень.

Якщо результати оцінювання та діагностики задовольняють, то здійснюється наступний етап – розроблення концепції розвитку потенціалу туристичної галузі. Тобто здійснюється оцінювання передумов розвитку потенціалу туристичної галузі країни та її регіонів, визначаються та обираються потенційні партнери, типи управління, визначаються вигоди та недоліки галузі, встановлення терміну діяльності.

На четвертому етапі – формування та вибір стратегії розвитку потенціалу туристичної галузі – аналіз стратегічних альтернатив і вибір стратегії – відбувається розроблення та формування альтернативних варіантів розвитку (стратегічні альтернативи), моделювання й оцінювання можливостей реалізації стратегії за цими напрямками, вибір найдосконалішої стратегічної альтернативи (основна, оптимальна стратегія, головна альтернатива) для реалізації та побудови на основі цього варіанта загальної траєкторії розвитку туризму. Стратегічні альтернативи передбачають не лише формулювання стратегій, а й шляхи їх досягнення, заходи реалізації, необхідні ресурси, оцінювання ризиків тощо.

На цьому етапі використовується спеціальний інструментарій, методи сценарного розвитку подій. Сценарії допускають різні картини розвитку потенціалу туристичної галузі, які дозволяють підготувати альтернативні плани, оцінити, наскільки вони відповідають поставленим цілям, забезпечують максимальні економічні вигоди, мінімізують негативні наслідки для середовища. Сценарій може бути «оптимістичний», «песимістичний» і «реалістичний».

На п'ятому етапі – реалізація стратегії розвитку потенціалу туристичної галузі (розроблення програми бюджетів та процедур) – відбувається впровадження стратегії згідно із планом конкретних дій (розробляються програми розвитку туристичної галузі, бюджети і процедури, які можна розглядати як середньотермінові й короткотермінові плани реалізації стратегії), проводяться стратегічні зміни, організовується виконання стратегічних завдань, затверджених індикаторів та показників. Досягнення значень індикаторів, критеріїв ефективності реалізації стратегії забезпечується за допомогою механізмів (взаємопов'язана сукупність прийомів, методів і важелів впливу на суб'єкти господарювання в туристичній галузі для досягнення визначених цілей) і напрямів реалізації стратегії (ключові стратегічні лінії змін, комплекс конкретних заходів, які виражають суть нової стратегії). Також на цьому етапі здійснюється контроль за виконанням обраної стратегії розвитку туристичної галузі (здійснюється постійно від початку формування стратегії за допомогою критеріїв оцінювання формування стратегії, серед яких: кількісні та якісні характеристики, стандарти, що відповідають рівню досягнення цілей, з якими за визначеними правилами порівнюються отримані результати реалізації стратегії) та коригування попередніх етапів за необхідністю.

На завершальному етапі – розвиток туристичної галузі країни та її регіонів порівнюються із цілями, аналізується ефективність і результативність стратегії, за

допомогою системи зворотного зв'язку. Якщо після оцінювання реалізована стратегія вважається успішною, то вона втілюється в життя й надалі. Якщо ж обрана стратегія виявляється недієздатною, то необхідно розробити заходи з коригування цієї стратегії або взагалі потрібен її перегляд на етапі обрання.

На нашу думку, формування стратегії розвитку потенціалу туристичної галузі країни та її регіонів не закінчується на етапі її реалізації. Воно здійснюється безперервно і на подальших етапах у вигляді коригування стратегії згідно з виявленими недоліками або новими умовами її реалізації.

З метою забезпечення стійкого економічного розвитку підприємства в довготерміновому періоді недостатньо тільки сформувати ефективну стратегію розвитку. Особливо важливим є також проведення оцінювання стратегії розвитку підприємства з метою підвищення її ефективності в майбутньому та забезпечення стійкого економічного розвитку туристичної галузі країни та її регіонів.

Отже, стратегічне управління розвитком туристичної галузі дає змогу органам управління туризмом підтримувати зростання економічної та інших видів ефективності, вивести галузь на інноваційні, організаційно-економічні міжнаціональні рівні розвитку ринку туристичних послуг.

Стратегічний розвиток туризму – багатоаспектне та складне завдання, важливий компонент розвитку економіки держави загалом, що потребує чітких і виважених кроків. Стратегія розвитку туристичного бізнесу повинна охоплювати як економічні дії, пов'язані з ринковими процесами, так і позаринкову діяльність на різних рівнях державного і недержавного управління.

Цей документ повинен бути доволі еластичним, тобто давати можливість швидко реагувати на зміни макро- чи мікросередовища.

Основними перешкодами для розвитку туристичної галузі в регіоні є економічна, політична і соціальна нестабільність. Однак розроблення концепції розвитку туризму в регіоні може значно збільшити притік туристів в регіон, тим самим забезпечити розвиток самої галузі та соціально-економічний розвиток регіону в цілому.

В процесі розроблення концепції стратегічного управління розвитком туристичної галузі в регіоні з метою досягнення оптимального результату дуже важливо враховувати переваги й недоліки регіону, а також можливості й інтереси споживачів туристичного продукту. Урахування цих обставин дозволить правильно визначити пріоритети розвитку, форми та методи залучення інвестицій і оцінити їх обсяги.

На реалізацію політики розвитку потенціалу туристичної галузі значно впливає загальний стан економіки регіону та існуючий тип відновлення виробництва, які суттєво діють на формування туристичного іміджу регіону.

Висновки. Українська туристична галузь на сьогодні функціонує в умовах жорсткої світової конкуренції. Будучи важливою складовою економіки нашої держави як фактор, що не лише залучає до вироблення туристичного продукту більшість галузей вітчизняної економіки, а й стимулює їх розвиток, туристична сфера вимагає ґрунтовних науково-методичних досліджень, зокрема аналізу нинішнього стану розвитку, вирішення різноманітних проблем державного регулювання, прогнозування та запобігання можливим ризикам і загрозам. Нинішній стан туризму в Україні потребує негайного вдосконалення механізмів державної туристичної політики.

Україна володіє значним туристичним потенціалом, що сприяє розвитку підприємництва та зацікавленості споживачів у туристичній привабливості регіонів. Але існуючий туристичний потенціал не використовується належним чином, і саме регіони не користуються зацікавленістю серед споживачів. Розвиток туристичної галузі гальмується багатьма проблемами правового, організаційно-економічного регулювання, управління туристичною привабливістю територій і регіонів. З метою ефективного

використання туристичного потенціалу регіонів та рекреаційно-курортної індустрії необхідно на державному рівні сформувавши стратегічну концепцію управління розвитком туристичної привабливості територій з визначенням пріоритетності територій та відповідним фінансуванням.

Conclusions. The Ukrainian tourism industry currently operates in a harsh world of competition. Being an important component of the economy of our country as a factor that not only attracts most of the sectors of the national economy to the development of tourism products but also stimulates their development, the tourism sector requires thorough scientific and methodological research, in particular analysis of the current state of development, solving various problems of state regulation, forecasting and preventing possible risks and threats. The current state of tourism in Ukraine requires the immediate improvement of the mechanisms of state tourism policy.

Ukraine has a significant tourist potential, which promotes entrepreneurship and consumer interest in the tourist attractiveness of the regions. But the existing tourist potential is not being used properly, and the regions themselves are not interested in consumers. Development of tourism industry is hampered by many problems of legal, organizational and economic regulation, management of tourist attractiveness of territories and regions. In order to effectively use the tourist potential of the regions and the recreational and resort industry, it is necessary to formulate at the state level the strategic concept of management of the development of the tourist attractiveness of the territories, with the determination of the priority of the territories and the corresponding financing.

Список використаної літератури

1. Ансофф И. Новая корпоративная стратегия. СПб.: Питер, 1999. 416 с.
2. Антоненко І. Туристична рента в лісоресурсній сфері. Туризм в Україні: сучасний стан та пріоритети розвитку: матеріали Всеукраїнської НПК. Львів, 2005. С. 132–138.
3. Збереження і сталий розвиток Карпат: навчальний посібник зі сталого туризму. URL: http://www.heifer.org.ua/heifer/files/Staly_rozvytok_Karpat.pdf.
4. Здоров А. Б. Экономика туризма: учебник. М.: Финансы и статистика, 2004. 272 с.
5. Зорин И. В., Зорин А. И., Ирисова Т. А. и др. Менеджмент туризма. Туризм и отраслевые системы: учебник / под ред. В. А. Квартальнова. М.: Финансы и статистика, 2001. 272 с.
6. Менеджмент туристичної індустрії: навч. посібник / за ред. проф. І. М. Школи. Чернівці: ЧТЕІ КНТЕУ, 2003. 662 с.
7. Музиченко-Козловська О. В. Економічне оцінювання туристичної привабливості території: монографія. Львів: Новий світ, 2000, 2012. 176 с.
8. Про затвердження Державної стратегії регіонального розвитку на період до 2015 року: постанова Кабінету Міністрів України від 21.07.2006 № 1001. Офіційний вісник України. 2006. № 30. С. 36–78.
9. Сіренко К. В. Аналіз туристичного ринку України в сучасних умовах розвитку економіки. Актуальні проблеми економіки. 2010. № 12. С. 70–74.
10. Ткаченко Т. І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: монографія. К.: Київський національний торговельно-економічний університет, 2006. 537 с.
11. Трегубов О. С. Удосконалення організаційно-управлінських механізмів підприємств туристичної сфери. Ефективна економіка: Електронне наукове фахове видання // www.economy.nauka.com.ua
12. Вакуленко В., Валентюк І., Грибан В. та ін. Туризм і охорона культурної спадщини: український досвід: монографія / за заг. ред. Ю. Лебединського, В. Вакуленка, М. Онисько. К.: КІС, 2003. 176 с.

References

1. Ansoff I. (1999) Novaya korporativnaya strategiya [New corporate strategy] SPb.: Piter. (In Russian).
2. Antonenko I. Turystychna renta v lisoresursniy sferi [Tourism rent in the forest-resource sphere] Proceedings of the Turyzm v Ukrayini: suchasnyy stan ta priorytety rozvytku (Ukraine, Lviv, 2005) Lviv, 2005. pp. 132–138.
3. Zberezhennya i stalyy rozvytok Karpat: navchalnyy posibnyk zi staloho turyzmu [Preservation and sustainable development of the Carpathians: a manual on sustainable tourism] Available at: http://www.heifer.org.ua/heifer/files/Staly_rozvytok_Karpat.pdf.

4. Zdorov A.B. (2004) Ekonomika turizma: Uchebnik [Tourism economics:]. M.: Finansy i statistika. (In Russian).
5. Zorin I.V., Zorin A.I., Irisova T.A. (2001) Menedzhment turizma. Turizm i otraslevyye sistemy: Uchebnik [Tourism management. Tourism and sectoral systems] M.: Finansy i statistika. (In Russian).
6. Shkola I.M. (2003) Menedzhment turystychnoyi industriyi: Navch. posibnyk [Management of the tourism industry] Chernivtsi: CHTEI KNTEU. (In Ukrainian).
7. Muzychenko-Kozlovska O.V. (2012) Ekonomichne otsynuvannya turystychnoyi pryvablyvosti terytoriyi: Monohrafiya. [Economic assessment of the tourist attractiveness of the territory: Monograph] Lviv: Novyy svit - 2000. (In Ukrainian).
8. Pro zatverdzhennya Derzhavnoyi stratehiyi rehionalnoho rozvytku na period do 2015 roku: Postanova Kabinetu Ministriv Ukrayiny vid 21.07.2006 №1001 Ofitsiynyy visnyk Ukrayiny. No. 30., pp. 36–78.
9. Sirenko K.V. (2010) Analiz turystychnoho rynku Ukrayiny v suchasnykh umovakh rozvytku ekonomiky [Analysis of the tourist market of Ukraine in the current conditions of economic development] Aktualni problemy ekonomiky. No. 12., pp. 70–74.
10. Tkachenko T.I. (2006) Stalyy rozvytok turyzmu: teoriya, metodolohiya, realiyi biznesu: Monohrafiya. [Sustainable tourism development: theory, methodology, business realities: monograph] K.: Kyivskyy natsionalnyy torhovelno-ekonomichnyy universytet. (In Ukrainian).
11. Trehubov O.S. Udoskonalennya orhanizatsiyno-upravlinskykh mekhanizmiv pidpryemstv turystychnoyi sfery [Improvement of organizational and managerial mechanisms of tourism industry enterprises] Efektyvna ekonomika [Effective economy] Available at: www.economy.nayka.com.ua
12. Vakulenko V., Valentyuk I., Hryban V., Lebedynskuy YU., Onysko M. (2003) Turyzm i okhrona kulturnoyi spadshchyny: ukrayinskyy dosvid: Monohrafiya [Tourism and the protection of cultural heritage: Ukrainian experience: Monograph]. K.: KIS. (In Ukrainian).

Отримано 17.03.2019

УДК 378:331:338

АНАЛІЗ ОСВІТНІХ ДИСПРОПОРЦІЙ У СИСТЕМІ НАЦІОНАЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА УКРАЇНИ

Тетяна Майборода

Сумський державний університет, Суми, Україна

Резюме. Досліджено сутність ринку праці як важливої складової системи національного господарства країни та тісно взаємопов'язаного сектора з освітньою галуззю, детально розглянуто його об'єкт – робочу силу та специфічні її риси, особливості регулювання на різних рівнях. Детально проаналізовано основні показники ринку праці в загальному по Україні в динаміці за 2000 – 2017 роки, а саме: зміну індикатора економічно активного населення країни, чисельності зайнятих та безробітних осіб, а також основні тенденції за віковими групами серед безробітних, загальну потребу роботодавців у працівниках (тобто попит на робочу силу) та відповідне навантаження на одне вільне робоче місце. Особливий акцент зроблено на сформовані внаслідок цього освітні диспропорції, що існують у структурі зайнятості та безробітті, кількості наявних вакансій на ринку праці за різними професійними групами працівників та щодо навантаження на одне вільне робоче місце для осіб з різним рівнем освіти. Наведені дані дозволяють зробити висновок про наявність значних освітніх диспропорцій у системі національного господарства України, що полягають у наступному: в цілому по Україні зменшується кількість як зайнятих, так і безробітних осіб; частка молодіжного безробіття залишається на досить високому рівні; серед безробітних домінуючими є групи з професійно-технічною та вищою освітою; не зважаючи на це, попит роботодавців на робочу силу скорочується, що вплинуло і на зменшення навантаження на вільне робоче місце; найбільший попит на ринку праці існує саме на осіб з професійно-технічним рівнем освіти (кваліфіковані працівники), а найбільше навантаження на вакантну посаду у сфері сільського господарства та менеджменту. Охарактеризовані дисбаланси негативно впливають на систему національного господарства країни та потребують подальшого вирішення, що можливо передусім за втручання держави.