

УДК 338.48

Економіка

**Голод Андрій Петрович**

*доктор економічних наук, професор,  
завідувач кафедри туризму*

*Львівський державний університет фізичної культури імені Івана Боберського*

**Holod Andrii**

*Doctor of Economic Sciences, Professor,  
Head of the Tourism Department*

*Lviv State University of Physical Culture named after Ivan Bobersky*

*ORCID: 0000-0001-9022-3475*

**Графська Орислава Іванівна**

*доктор економічних наук, доцент,  
доцент кафедри готельно-ресторанного бізнесу*

*Львівський державний університет фізичної культури імені Івана Боберського*

**Hrafaska Oryslava**

*Doctor of Economic Sciences, Docent,  
Associate Professor of the Hotel and Restaurant Business Department*

*Lviv State University of Physical Culture named after Ivan Bobersky*

*ORCID: 0000-0002-8134-3771*

**Головчук Юлія Олександрівна**

*кандидат економічних наук,  
доцент кафедри маркетингу та реклами*

*Вінницький торговельно-економічний інститут ДТЕУ*

**Holovchuk Yuliia**

*Candidate of Economic Sciences,  
Associate Professor of the Marketing and Advertising Department*

*Vinnitsia Trade and Economic Institute of STEU*

*ORCID: 0000-0002-4516-109X*

**Дудаш Олександр Іванович**

*аспірант*

*Львівського університету бізнесу та права*

**Dudash Oleksandr**

*Postgraduate Student of the*

*Lviv University of Business and Law*

*ORCID: 0000-0002-2738-3131*

**Крижанівський Тарас Ярославович**

*аспірант*

*Львівського університету бізнесу та права*

**Kryzhanivskyi Taras**

*Postgraduate Student of the*

*Lviv University of Business and Law*

**МОДЕРНІЗАЦІЯ РЕГІОНАЛЬНИХ ТУРИСТИЧНИХ СИСТЕМ НА  
ЗАСАДАХ СТАЛОГО РОЗВИТКУ  
MODERNIZATION OF REGIONAL TOURIST SYSTEMS BASED ON  
SUSTAINABLE DEVELOPMENT**

***Анотація.** У статті узагальнено наявні та обґрунтовано нові наукові підходи до розвитку регіональних туристичних систем в умовах нестабільності на засадах сталості. За результатами аналізу сучасних наукових підходів відзначено, що регіональна туристична система є складною та динамічною системою, яка включає комплекс компонентів, що взаємодіють для підтримки розвитку туризму в окремому регіоні. Основні риси регіональної туристичної системи: туристичний попит (туристичні потоки), туристичні пам'ятки, інфраструктура та туристичні послуги, менеджмент та маркетинг дестинацій, місцеві громади, туристична освіта та наука. Встановлено, що для модернізації*

регіональної туристичної системи в умовах нестабільності необхідно враховувати кілька факторів: зосередитися на довгострокових економічних і соціальних вигодах від туризму, а не на короткострокових цілях, розвивати туристичні продукти і послуги унікальні для регіону, інвестувати в інфраструктуру та об'єкти, необхідні для підтримки сталого розвитку туризму, забезпечувати належний рівень надання транспортних послуг, послуг розміщення та рекреаційних засобів. За результатами аналізу світового досвіду виділено вісім основних принципів сталого розвитку туризму на регіональному рівні: регіональне планування та управління, економічний розвиток, охорона навколишнього середовища, соціальна та культурна сталість, доступ і рівність, розвиток потенціалу, довгострокове бачення, контроль та оцінка. Наголошено на ролі місцевих громад у сталому розвитку регіональних туристичних систем. Запропоновано такі шляхи залучення територіальних громад до сталого розвитку туризму: консультації та громадська активність, громадсько-орієнтований туризм, розподіл благ, збереження культурної спадщини, освіта і наука. В умовах поширення інформаційного суспільства зростає значення маркетингових інструментів у регіональній туристичній політиці. Виокремлено такі інструменти маркетингу, які можна використовувати для модернізації регіональних туристичних систем на засадах сталості: брендинг дестинацій, пропаганда відповідального туризму, зелена сертифікація та маркування, інновації у розробці та дизайні реклами продуктів і послуг екологічного туризму, залучення стейкхолдерів, цифровий маркетинг. Зроблено висновок про те, що модернізація регіональних туристичних систем в умовах нестабільності вимагає формування довгострокової перспективи, яка збалансує економічні, соціальні та екологічні аспекти туристичної діяльності.

**Ключові слова:** регіональна туристична система, модернізація, сталий розвиток, регіональна економіка, маркетинг туризму.

**Summary.** *The article summarizes existing and justified new scientific approaches to developing regional tourism systems in conditions of instability based on sustainability. According to the results of the analysis of modern scientific approaches, it was noted that the regional tourism system is a complex and dynamic system that includes a complex of components that interact to support the development of tourism in a separate region. The main features of the regional tourism system are tourist demand (tourist flows), tourist attractions, infrastructure, and tourist services, management and marketing of destinations, local communities, tourism education, and science. It has been established that several factors must be taken into account in order to modernize the regional tourism system in conditions of instability: focus on long-term economic and social benefits from tourism rather than short-term goals, develop tourism products and services unique to the region, invest in infrastructure and facilities necessary to support the sustainable development of tourism, to ensure the appropriate level of provision of transport services, accommodation services, and recreational facilities. According to the results of the analysis of world experience, eight main principles of sustainable development of tourism at the regional level are highlighted: regional planning and management, economic development, environmental protection, social and cultural sustainability, access and equality, capacity development, long-term vision, control, and evaluation. The role of local communities in the sustainable development of regional tourism systems is emphasized. The following ways of involving territorial communities in the sustainable development of tourism are proposed: consultations and public activity, community-oriented tourism, distribution of benefits, preservation of cultural heritage, education, and science. In the conditions of the spread of the information society, the importance of marketing tools in regional tourism policy is increasing. The following marketing tools are singled out that can be used to modernize regional tourism systems based on sustainability: branding of destinations, promotion of*

*responsible tourism, green certification, and labeling, innovations in the development and design of advertising of ecological tourism products and services, involvement of stakeholders, digital marketing. It was concluded that the modernization of regional tourism systems in conditions of instability requires the formation of a long-term perspective that balances the economic, social, and ecological aspects of tourism.*

**Key words:** *regional tourism system, modernization, sustainable development, regional economy, tourism marketing.*

**Постановка проблеми.** Концепція регіональних туристичних систем (РТС) охоплює різні елементи та взаємозв'язки, що формуються під час здійснення туристичної діяльності в межах конкретного регіону. Її застосування впливає із розуміння того, що туризм – це не лише окремі визначні пам'ятки чи напрямки, а й взаємодія між різними складниками регіональної економіки, такими як транспортні системи, заклади розміщення і харчування, місцеві громади, природні й культурні ресурси та туристи. Ключові характеристики регіональної туристичної системи – зосередженість на співпраці та партнерстві між зацікавленими сторонами, визнання взаємозалежності між різними елементами системи, необхідність збалансування економічних, соціальних та екологічних міркувань, а також важливість сталого розвитку.

Загалом, концепція регіональних туристичних систем забезпечує цінну основу для розуміння складності та взаємозалежності туризму та може допомогти ефективно управляти сталим розвитком туризму у конкретному регіоні. Однак, враховуючи постійну зміну умов зовнішнього середовища, глобалізаційні виклики та кризові явища, сучасні РТС, зокрема в Україні, потребують модернізації.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Концепція регіональних туристичних систем розроблена та використовується багатьма вченими у

сфері економіки, географії та туризмознавства. Сучасні дослідження відповідного спрямування базуються на раніше розроблених методологічних засадах регіонального розвитку туризму, сформульованих у працях таких вчених, як Річард Батлер [5], Джафар Джафарі [6], Джеффри Уолл [8] та ін. Розвиток регіональних туристичних систем був предметом досліджень окремих українських вчених, таких як В. Папп [3], О. Підвальна [4] та ін., а також перебував у фокусі уваги і наших попередніх досліджень [1; 2].

У той же час, через зростання глобальної нестабільності, спричиненої пандемією COVID-19, а тепер і війною, концепція регіональних туристичних систем потребує оновлення та подальшого структурування та диверсифікації, щоб відповісти на нові виклики сьогодення та забезпечити сталий розвиток регіонів.

**Формулювання цілей статті (постановка завдання).** Мета статті полягає в узагальненні наявних та обґрунтуванні нових наукових підходів до розвитку регіональних туристичних систем в умовах нестабільності на засадах сталого розвитку.

**Виклад основного матеріалу.** За результатами аналізу сучасних наукових підходів можна відзначити, що регіональна туристична система є складною та динамічною системою, яка включає комплекс компонентів, що взаємодіють для підтримки розвитку туризму в окремому регіоні. Деякі з основних рис регіональної туристичної системи включають:

1. Туристичний попит (туристичні потоки). Рівень і характеристики туристичного попиту є критичними складовими РТС. Туристичні потоки формують такі фактори, як кількість і тип туристів, які відвідують регіон, їх мотивації та потреби, а також сезонність попиту.

2. Туристичні пам'ятки. Природні, культурні та інші пам'ятки регіону мають важливе значення для розвитку РТС. Туристичні пам'ятки включають національні парки, музеї, історичні місця, фестивалі та інші

унікальні особливості регіону, які приваблюють туристів.

3. Інфраструктура та туристичні послуги. Наявність і якість інфраструктури та послуг є важливими компонентами РТС. Інфраструктура та туристичні послуги формують такі чинники, як транспортні мережі, послуги розміщення і харчування, рекреаційні заклади.

4. Менеджмент та маркетинг дестинацій, які є критично важливими компонентами РТС. Вони включають такі види діяльності, як брендинг, промоція та ціноутворення, а також координацію та співпрацю між різними стейкхолдерами в індустрії туризму.

5. Місцеві громади. Ставлення до туризму, поведінка та інтереси місцевих громад також можуть відігравати важливу роль у РТС. Місцеві громади формують такі фактори, як участь громади та підтримка нею розвитку туризму, а також вплив туризму на місцеву економіку та культуру.

6. Туристична освіта та наука. Така діяльність відіграє важливу роль у структурі регіональних туристичних систем, надаючи знання та навички, необхідні для ефективного менеджменту та сталого розвитку туризму.

Компоненти регіональної туристичної системи взаємопов'язані та динамічні, а їх розуміння і ефективне управління ними є життєво важливими для сталого розвитку туризму в конкретному регіоні.

Розвиток регіональних систем туризму в умовах нестабільності може бути складним завданням. Тим не менш, сталий розвиток є важливою концепцією, яка може допомогти забезпечити довгостроковий успіх індустрії туризму в таких ситуаціях. Сталість у туризмі базується на збалансованості економічних, соціальних та екологічних аспектів для забезпечення того, щоб розвиток туризму був екологічно, соціально відповідальним та економічно життєздатним у довгостроковій перспективі.

В умовах нестабільності, таких як політичні конфлікти, економічні кризи або стихійні лиха, необхідність модернізації регіональної системи туризму на засадах сталості стає ще більш критичною. Це пов'язано з тим, що індустрія туризму часто є одним із перших секторів регіональної економіки, які страждають від нестабільності, оскільки зниження кількості туристів і доходів туристичної індустрії має значні економічні та соціальні наслідки для регіону.

З огляду на це, для модернізації регіональної туристичної системи в умовах нестабільності необхідно враховувати кілька факторів. По-перше, важливо зосередитися на довгострокових економічних і соціальних вигодах від туризму, а не на короткострокових цілях. Розвиток туристичних продуктів і послуг унікальних для регіону сприяє поширенню місцевої культури та традицій і пропонує відвідувачам очікувані позитивні враження. Крім того, важливо інвестувати в інфраструктуру та об'єкти, необхідні для підтримки сталого розвитку туризму. Забезпечення належного транспортування, розміщення та рекреаційних засобів, а також результат практик сталого туризму мінімізує негативний вплив такої діяльності на навколишнє середовище.

Цінним завданням також є залучення місцевих громад до розвитку РТС та управління ними. Ця діяльність включає оптимальне використання локальних туристичних ресурсів та залучення місцевих громад до планування і реалізації туристичних ініціатив. Залучаючи місцеві громади до функціонування РТС, вигоди від туризму можна максимізувати, а негативний вплив туризму на локальні спільноти і екосистеми зменшити.

Нарешті, дуже важливо співпрацювати з такими стейкхолдерами РТС як державні установи, неурядові організації та туристичний бізнес. Цей принцип може допомогти побудувати партнерство, що сприятиме сталому розвитку туризму та надасть підтримку і ресурси регіональній економіці в часи нестабільності.



Туризм – це сфера, яка може відігравати важливу роль у сталому розвитку, надаючи економічні вигоди, зберігаючи культурну спадщину та природне середовище. Сталий туризм, який часто визначають як «туризм, який поважає як мешканців, так і мандрівників, культурну спадщину та навколишнє середовище» (UNWTO, 2017), спрямований на мінімізацію негативного впливу та максимізацію позитивного внеску індустрії туризму в навколишнє середовище та місцеву громаду.

Ініціативи сталого туризму можуть включати такі види діяльності, як підтримка місцевої економіки шляхом використання місцевих підприємств і сприяння легальній торгівлі; мінімізація впливу на навколишнє середовище шляхом зменшення рівня забруднення та збереження природних ресурсів; збереження культурної спадщини шляхом заохочення толерантності та розуміння серед туристів щодо підтримки збереження історичних об'єктів та культурних пам'яток; сприяння громадській активності та розширення її можливостей шляхом залучення місцевих громад до планування розвитку туризму та ухвалення рішень.

Важливо зазначити, що індустрія туризму може як негативно, так і позитивно впливати на сталий розвиток регіону. Отже, ключовим є збалансування розвитку РТС так, щоб вигоди були максимальними, а негативні наслідки мінімізовані. Такий баланс може бути оптимально досягнутим, враховуючи концепцію безпеки туризму [1].

За результатами аналізу світового досвіду можна виділити вісім основних принципів сталого розвитку туризму на регіональному рівні (табл. 1).

*Таблиця 1*

### **Принципи сталого розвитку туризму на регіональному рівні**

Принципи	Значення
1. Регіональне планування та управління	Розвиток туризму має бути інтегрованим у загальне регіональне планування та процеси прийняття рішень. Ця стратегія передбачає залучення місцевих громад і стейкхолдерів до планування та управління туристичною діяльністю

2. Економічний розвиток	Туризм має використовуватись як інструмент економічного розвитку регіону, створення робочих місць та збільшення доходів для місцевих громад
3. Охорона навколишнього середовища	Розвиток туризму має бути сумісним із збереженням природних і культурних ресурсів і мінімізувати негативний вплив на навколишнє середовище
4. Соціальна та культурна сталість	Розвиток туризму має поважати культуру та спосіб життя місцевої громади та не призводити до соціальної деградації чи іншого негативного впливу на громаду
5. Доступ і рівність	Розвиток туризму має бути інклюзивним і доступним для всіх, особливо для груп людей з особливими потребами
6. Розвиток потенціалу	Необхідно надавати підтримку місцевим громадам та іншим зацікавленим сторонам для розвитку їхнього потенціалу, для планування та управління сталим розвитком туризму
7. Довгострокове бачення	Розвиток туризму необхідно планувати та керувати ним у довгостроковій перспективі, щоб забезпечити постійну сталість розвитку індустрії туризму в регіоні
8. Контроль та оцінка	Повинна існувати система моніторингу наслідків розвитку туризму та оцінки ефективності ініціатив сталого туризму.

Потрібно наголосити на ролі місцевих громад у сталому розвитку РТС. Такі громади часто безпосередньо зацікавлені у розвитку туризму і мають багато важелів впливу на нього.

На основі дослідження проблем модернізації розвитку туризму у 2017-2019 роках у регіонах України [1; 2] ми запропонували такі шляхи залучення територіальних громад до сталого розвитку туризму:

1. Консультації та громадська активність. Слід проводити консультації з місцевими громадами та залучати їх до процесів планування та прийняття рішень щодо розвитку туризму в їхній місцевості. Ця діяльність може включати розробку туристичних проєктів, вибір локацій для розвитку туризму, а також управління туристичною діяльністю.

2. Громадсько-орієнтований туризм. Це форма розвитку туризму, яка передбачає центральне місце місцевих громад у його організації, що дозволяє їм отримувати прямі вигоди від туристичної діяльності.

3. Розподіл благ. Місцеві громади повинні мати можливість ділитися перевагами розвитку туризму. Ці переваги включають можливості працевлаштування, дохід від бізнесу, пов'язаного з туризмом, і

підтримку проєктів розвитку громади.

4. Збереження культурної спадщини. Місцеві громади можуть допомогти зберегти та популяризувати свою культурну спадщину, беручи участь у туристичних заходах, які демонструють культуру та історію регіону.

5. Освіта і наука. Місцеві громади повинні мати доступ до освітніх та наукових програм, які можуть допомогти їм оптимізувати розвиток туризму та ефективно організовувати туристичну діяльність.

Залучаючи місцеві громади до сталого розвитку туризму, РТС може підтримувати економічне зростання регіону та покращувати рівень життя місцевого населення, зберігаючи при цьому культурну спадщину та природне середовище.

В умовах поширення інформаційного суспільства зростає значення маркетингових інструментів у регіональній туристичній політиці. Інструменти маркетингу також можна використовувати для модернізації РТС на засадах сталості.

Перш за все, важливим є брендинг дестинацій, оскільки розробка сильного бренду може допомогти підвищити сталість туризму, висвітлюючи унікальні культурні, природні та історичні ресурси дестинацій на засадах сталості. Пропаганда відповідального туризму також може підвищити обізнаність туристів про практики сталого туризму та заохотити їх брати участь у більш екологічних подорожах.

Роль зеленої сертифікації та маркування також важлива. Екосертифікація та маркування можуть інформувати туристів про сталість певного туристичного продукту чи послуги, наприклад еко-готелю чи туроператора. Ця діяльність може допомогти відрізнити сталі туристичні продукти та послуги від менш сталих альтернатив. Поряд з цим, інновації у розробці та дизайні реклами продуктів і послуг екологічного туризму також важливі, оскільки вони повинні бути зручними та легко

впізнаваними.

Залучення стейкхолдерів (турагентів, туроператорів, ЗМІ) є обов'язковим маркетинговим інструментом промоції сталого туризму. Усі зацікавлені сторони, а також органи влади та освітні й наукові установи повинні базувати свою діяльність на дослідженні ринку, яке може допомогти визначити потреби, переваги та поведінку його цільових сегментів і зрозуміти фактори, що впливають на вибір туристами подорожей. Такий процес може допомогти розробити ефективніші маркетингові стратегії для сталого туризму.

Конкурентоспроможність як окремих суб'єктів туристичної діяльності, так і регіонів загалом у сучасних умовах значною мірою залежить від ефективності цифрового маркетингу. Соціальні мережі, веб-сайти та інформаційні портали також можна успішно використовувати для промоції сталого туризму та спілкування з туристами.

Отже, маркетинг може бути потужним інструментом для модернізації РТС на засадах сталості та стимулювання попиту на продукти і послуги сталого туризму. Однак важливо переконатися в тому, що маркетингові зусилля узгоджуються з принципами сталого розвитку та не створюють хибного ефекту, коли туристична діяльність насправді не є сталою, але продається під таким брендом.

**Висновки і перспективи подальших досліджень.** Отже, модернізація регіональних туристичних систем в умовах нестабільності вимагає формування довгострокової перспективи, яка збалансує економічні, соціальні та екологічні аспекти туристичної діяльності. Зосереджуючись на унікальних характеристиках регіону, інвестуючи в екобезпечну інфраструктуру та практики засновані на сталості, залучаючи місцеві громади та будуючи партнерські стосунки з іншими стейкхолдерами, можна сформувати сталу індустрію туризму, яка зможе забезпечити соціально-економічне зростання регіону в довгостроковій

перспективі.

Дослідження сталого розвитку та безпеки туризму на прикладі регіонів України довели необхідність зміни парадигми розвитку туризму на регіональному рівні від об'єктної до суб'єктної. Згідно з новою парадигмою, центральну роль у регулюванні розвитку туризму в регіоні мають відігравати не органи виконавчої влади та туристичні підприємства, а місцеві громади та інститути громадянського суспільства. Тільки за таких умов можлива часткова саморегуляція і саморозвиток. Тому модернізація регіональних туристичних систем в умовах зовнішніх загроз і скорочення державного фінансування розвитку туризму в Україні є чи не єдиним шляхом гарантування міжнародної конкурентоспроможності національного туристичного комплексу.

### **Література**

1. Голод А. П. Теоретико-методологічні засади модернізації регіональних туристичних систем: автореф. дис. на здобуття наук. ступеня д-ра екон. наук: 08.00.05. Чернігів, 2017. 38 с.
2. Мороз С. Р., Голод А. П. Феленчак Ю. Б. Підходи до аналізу санаторно-курортного господарства у структурі регіональних туристичних систем. Сталий розвиток економіки. 2019. Вип. 2(43). С. 118–124.
3. Папп В. В. Фактори конкурентоздатності регіональної туристичної системи. Економічний простір. 2015. №100. С. 47–56.
4. Підвальна О. Г. Інноваційні напрями розвитку сільського туризму у структурі регіональних туристичних систем. Інфраструктура ринку. Одеса. 2020. №43. С. 334–337.
5. Butler R. W. The concept of a tourist area cycle of evolution: Implications for management of resources. *The Canadian Geographer/Le Géographe canadien*. 1980. 24(1). P. 5–12.

6. Jafari J. Tourism models: The sociocultural aspects. *Tourism Management*. 1989. 10(2). P. 145–161.
7. UNWTO's Global Code of Ethics for Tourism. URL: <https://www.unwto.org/code-of-ethics-for-tourism>
8. Wall G. The geography of tourism and recreation: Environment, place and space. Psychology Press, 1997. 326 p.

### **References**

1. Holod, A. P. (2017), "Theoretical and methodological principles of modernization of regional tourism systems": avtoref. dys. na zdobuttia nauk. stupenia d-ra ekon. nauk: 08.00.05, Chernihiv, 38 p.
2. Moroz, S. R., Holod, A. P. Felenchak, Yu. B. (2019), "Approaches to the analysis of the sanatorium-resort economy in the structure of regional tourism systems", *Stalyi rozvytok ekonomiky*, 2(43), pp. 118–124.
3. Papp, V. V. (2015), "Factors of competitiveness of the regional tourism system", *Ekonomichnyi prostir*, 100, pp. 47–56.
4. Pidvalna, O. H. (2020), "Innovative directions of development of rural tourism in the structure of regional tourism systems", *Infrastruktura rynku*, №43, pp. 334–337.
5. Butler, R. W. (1980), The concept of a tourist area cycle of evolution: Implications for management of resources, *The Canadian Geographer/Le Géographe canadien*, 24(1), pp. 5–12.
6. Jafari, J. (1989), Tourism models: The sociocultural aspects, *Tourism Management*, 10(2), pp. 145–161.
7. UNWTO's Global Code of Ethics for Tourism, <https://www.unwto.org/code-of-ethics-for-tourism>
8. Wall, G. (1997), The geography of tourism and recreation: Environment, place and space, Psychology Press, 326 p.