

**ВИЩИЙ НАВЧАЛЬНИЙ ЗАКЛАД
„УНІВЕРСИТЕТ імені АЛЬФРЕДА НОБЕЛЯ”**

ГОРІНА ГАННА ОЛЕКСАНДРІВНА



УДК: 338.48 (477)

**РОЗВИТОК РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ УКРАЇНИ
В УМОВАХ ПРОСТОРОВОЇ ПОЛЯРИЗАЦІЇ**

Спеціальність 08.00.03 – економіка та управління національним господарством

АВТОРЕФЕРАТ
дисертації на здобуття наукового ступеня
доктора економічних наук

Дніпро – 2017

Дисертацією є рукопис.

Робота виконана у Донецькому національному університеті економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського Міністерства освіти і науки України.

Науковий консультант: доктор економічних наук, професор
Чернега Оксана Богданівна,
Донецький національний університет економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського Міністерства освіти і науки України, в.о. ректора.

Офіційні опоненти: доктор економічних наук, професор
Макара Оксана Василівна,
Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки Міністерства освіти і науки України, завідувач кафедри фінансів та кредиту;

доктор економічних наук, професор
Мешко Наталія Петрівна,
Дніпровський національний університет імені Олеся Гончара Міністерства освіти і науки України, завідувач кафедри менеджменту та туристичного бізнесу;

доктор економічних наук, доцент
Черниш Ірина Володимирівна,
Полтавський національний технічний університет імені Юрія Кондратюка Міністерства освіти і науки України, завідувач кафедри туризму та адміністрування.

Захист дисертації відбудеться „29” червня 2017 р. о 10⁰⁰ годині на засіданні спеціалізованої вченої ради Д 08.120.01 у Вищому навчальному закладі „Університет імені Альфреда Нобеля” за адресою: 49000, м. Дніпро, вул. Січеславська Набережна, 18, зал засідань вченої ради.

З дисертацією можна ознайомитись на сайті <http://www.duan.edu.ua> та в бібліотеці Вищого навчального закладу „Університет імені Альфреда Нобеля” за адресою: 49000, м. Дніпро, вул. Січеславська Набережна, 18.

Автореферат розісланий „27” травня 2017 р.

Вчений секретар
спеціалізованої вченої ради



Л.А. Гончар

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Обґрунтуванням вибору теми дослідження. Посилення конкуренції на світових товарних ринках та невизначеності в міжнародних економічних процесах, усвідомленість як на державному, так і регіональних рівнях, важливості суттєвої трансформації структури національної економіки з метою збільшення обсягів надання послуг та вироблення додаткової вартості з урахуванням принципів стійкого зростання викликають необхідність удосконалення процесів управління окремими секторами національного господарства. Значний рекреаційний потенціал, цінні культурні та історичні ресурси, вигідне географічне положення України є важливими факторами розвитку однієї з найбільш прибуткових галузей світової економіки – туризму, спроможної забезпечувати виконання економічних, соціальних, гуманітарних функцій, створювати передумови для прискореного зростання суміжних секторів. Реалізація програм розвитку туризму, державної та локальних стратегій в цьому напрямі за умов просторової поляризації потребує формування теоретичного і методологічного апарату та відповідного методичного інструментарію.

Проблематиці теоретичних й прикладних аспектів розвитку ринку туристичних послуг присвячено праці вітчизняних та закордонних вчених, зокрема: Г. Алейникова, М. Бондаренко, В. Герасименко, С. Грабовенського, М. Жукової, Г. Заячківської, О. Кирилової, Л. Красавцевої, О. Комліченко, О. Колесник, С. Ковальчук, О. Любіцевої, О. Макари, Н. Мешко, С. Миколишиної, Н. Ротань, Г. Скляра, Т. Ткаченко, В. Філоненко, І. Черниш, А. Юрьєва та ін. Дослідження процесів просторової організації та просторової поляризації ринку туристичних послуг проводили вчені далекого та ближнього зарубіжжя: А. Александрова, Р. Батлер, С. Брітон, Ж. Волл, Е. Гормсен, Т. Грієр, Ж. Каз, С. Кемпбел, М. Клаусон, Л. Красавцева, В. Кружалін, Ж. Лундгрєн, П. Маріот, Ж. Міосека, М. Опперман, І. Пірожник, Д. Пірс, Ж. Турот, Т. Хілліс та ін.

Незважаючи на достатньо велику кількість праць з досліджуваної проблематики та значущість отриманих наукових результатів, слід зазначити, що важливі теоретико-методологічні та практичні питання дослідження розвитку ринку туристичних послуг залишаються невирішеними. Існує об'єктивна необхідність уточнення понятійно-категоріального апарату, дослідження детермінант формування просторової поляризації ринку туристичних послуг. Дедалі більшої актуальності набуває розбудова механізму забезпечення розвитку ринку туристичних послуг та вдосконалення підходів до його діагностики. Виникає потреба в подальших дослідженнях імперативів та стратегічних пріоритетів розвитку ринку туристичних послуг України в умовах просторової поляризації.

Актуальність зазначених проблем, необхідність їх комплексного та системного дослідження і вирішення зумовили вибір теми дослідження, мету та завдання дисертаційної роботи.

Зв'язок роботи з науковими програмами, планами, темами.

Дисертацію виконано відповідно до плану науково-дослідних робіт Донецького національного університету економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського, а саме: держбюджетних тем: „Інституціональні аспекти конкурентного розвитку сегментів споживчого ринку” (номер державної реєстрації 0115U005049, 2015–2016 рр.), де автором здійснено аналіз показників конкурентного розвитку операторів споживчого ринку туристичних послуг, розраховано економічну ефективність діяльності суб'єктів ринку туристичних послуг; „Механізм міжнародного менеджменту в умовах глобальної нестабільності” (номер державної реєстрації 0113U000638, 2013–2015 рр.), в межах якої автором обґрунтовано концептуальні засади управління національним ринком туристичних послуг в умовах глобалізації; „Стратегія розвитку ринку туристичних послуг України” (номер державної реєстрації 0115U005059, 2015–2016 рр.), за якою автором досліджено теоретико-методологічні засади формування стратегії розвитку ринку туристичних послуг; „Міжнародна конкуренція в умовах глобальних трансформацій та ентропії” (номер державної реєстрації 0115U005054, 2015–2016 рр.), де автором здійснено оцінку конкурентоспроможності туристичної галузі та розроблено конкурентну модель ринку туристичних послуг України; „Формування глобальних та національних механізмів управління сталим розвитком” (номер державної реєстрації 0115U005053, 2015–2016 рр.), в рамках якої автором запропоновано цільові напрями забезпечення сталого розвитку туристичної галузі України в умовах посилення інтеграційних процесів та просторової поляризації.

Мета і завдання дослідження. Метою дисертаційної роботи є обґрунтування теоретико-методологічних засад розвитку ринку туристичних послуг України в умовах просторової поляризації та розробка концептуальних настанов й практичних рекомендацій щодо удосконалення управлінських процесів.

Для досягнення поставленої мети сформульовано та вирішено такі завдання:

- уточнити сутність, класифікаційні критерії та специфічні ознаки туристичних послуг;
- розвинути теоретичне підґрунтя дослідження ринку туристичних послуг, поглибити типологію його суб'єктів, удосконалити модель їхньої взаємодії;
- розробити механізм забезпечення розвитку ринку туристичних послуг;
- обґрунтувати сутність просторової поляризації ринку туристичних послуг, здійснити типізацію моделей та класифікувати детермінанти формування просторово-поляризаційного розвитку ринку туристичних послуг;
- розробити науково-методичний підхід до дослідження архітектури та трансформації поляризаційних процесів ринку туристичних послуг;
- дослідити особливості розвитку світового ринку туристичних послуг в умовах просторової поляризації;

– проаналізувати сучасний стан та виявити тенденції й особливості інституційно-правового забезпечення розвитку ринку туристичних послуг України;

– розробити концепцію управління розвитком ринку туристичних послуг України в умовах просторової поляризації;

– запропонувати механізм формування та реалізації стратегії розвитку ринку туристичних послуг України в умовах просторової поляризації;

– сформувати інтеграційну стратегію розвитку ринку туристичних послуг України;

– розробити модель аутентичного управління розвитком ринку туристичних послуг та концепцію формування й розвитку інноваційних секторів ринку туристичних послуг України;

– сформувати напрями адаптації традиційних секторів туризму України в умовах поглиблення інтеграційних процесів до провідних світових стандартів та практик ведення бізнесу.

Об'єкт дослідження – процеси розвитку ринку туристичних послуг України.

Предмет дослідження – теоретико-методологічні та організаційно-економічні основи розвитку ринку туристичних послуг України з урахуванням просторової поляризації.

Методи дослідження. Теоретико-методологічною базою дослідження стали положення економічної теорії, макро- та мікро економіки, теорії управління, праці провідних вітчизняних і зарубіжних науковців з питань розвитку ринку туристичних послуг та управління ним.

З метою досягнення поставлених наукових завдань у роботі використовувалися такі методи дослідження: узагальнення та систематизації (для визначення сутності понять „туристична послуга”, „ринок туристичних послуг”, „просторова поляризація ринку туристичних послуг”); системний і комплексний аналіз (для визначення тенденцій розвитку світового ринку туристичних послуг в умовах просторової поляризації); розрахунково-аналітичні та порівняльні методи (для дослідження сучасних тенденцій розвитку національного ринку туристичних послуг); економіко-математичні методи (для розрахунку інтегрального показника розвитку ринку туристичних послуг); процесний підхід (для архітектурного представлення механізму визначення пріоритетних напрямів розвитку інноваційних секторів ринку туристичних послуг); програмно-цільовий підхід (для формування блоку цільових завдань реалізації стратегії розвитку ринку туристичних послуг); системного аналізу та синтезу (для розробки концепції управління розвитком ринку туристичних послуг в умовах просторової поляризації); матричний метод (для визначення взаємозв'язку стратегічних пріоритетів, цільових орієнтирів та векторів реалізації кумулятивної концепції управління розвитком ринку туристичних послуг та атрибуції релевантних механізмів аутентичного управління його розвитком); методи кластерного аналізу (для групування країн за внеском туристичної галузі у ВВП); графічні й табличні методи (для

наочного зображення статистичного матеріалу, візуалізації теоретичних та практичних положень).

Інформаційно-нормативною базою дослідження стали закони України, Укази Президента України, нормативні документи Кабінету Міністрів України, офіційні матеріали Державної служби статистики України, офіційні матеріали та публікації міжнародних організацій, наукові публікації вітчизняних і зарубіжних учених, результати власних досліджень автора.

Наукова новизна отриманих результатів полягає у розв'язанні важливої наукової проблеми – обґрунтуванні методологічних засад і концептуальних настанов розвитку ринку туристичних послуг Україні в умовах просторової поляризації, а також у розробці практичних рекомендацій щодо їх реалізації.

Основні результати дисертаційного дослідження, що відзначаються науковою новизною, полягають у такому:

вперше:

– запропоновано науково-методичний підхід до дослідження архітектури та трансформації поляризаційних процесів на ринку туристичних послуг, який базується на обґрунтуванні доцільності введення інтегрального показника розвитку ринку туристичних послуг, визначення співвідношення параметрів його розвитку на полі поліфакторної матриці та інтерпретації даних з використанням розробленої інтервальної шкали ранжування туристичних ринків, що дозволяє визначати ієрархічність структури ринку туристичних послуг та визначати вектори трансформації туристичного простору;

– розроблено модель аутентичного управління розвитком ринку туристичних послуг України, побудовану за принципами інтегративності, оптимальності, адаптивності, раціональності, автентичності, єдності, гнучкості, комплексності, полікультурності, в якій передбачається використання специфічних механізмів аутентичного управління (реструктурізаційний, активізаційний, підтримуючий, стимулюючий, самозабезпечувальний) та врахування автентичності культурно-історичних ресурсів локальних ринків туристичних послуг, асиметричності інфраструктурного та соціально-економічного розвитку ринків, просторової поляризації розміщення природно-кліматичних та рекреаційних факторів розвитку місцевих туристичних ринків, що дозволяє формувати конкурентні переваги за рахунок використання специфічних туристичних детермінант локальних туристичних ринків;

– запропоновано концепцію формування та розвитку інноваційних секторів ринку туристичних послуг України, теоретико-методологічна платформа якої ґрунтується на комплексі конститутивних елементів (мета, предмет, об'єкт, суб'єкти, специфічні принципи), враховує стримуючі фактори, мотиваційні важелі, цільові завдання та передбачає пріоритетний розвиток таких секторів, як івенттуризм, промисловий та сільський туризм. У результаті реалізації концепції забезпечується формування нових напрямів розвитку туристичної галузі держави, диверсифікація національної туристичної

пропозиції, стійкість та перманентність розвитку національного туристичного ринку;

удосконалено:

– модель взаємодії суб'єктів ринку туристичних послуг, побудовану, на відміну від поширених, на підґрунті врахування виду економічної діяльності та типу виробленого ними окремого компонента комплексного туристичного продукту – туристичної послуги. Запропонована модель окреслює характер взаємодії, зв'язки продуцентів, виробників комплексного туристичного продукту та дистриб'юторів на ринку туристичних послуг в процесі чотирьох взаємодіючих етапів, а саме: перетворення природно-рекреаційного ресурсу на туристичну послугу; створення комплексного туристичного продукту; здійснення дистриб'юторської діяльності з приводу збуту, просування комплексного туристичного продукту; споживання туристичного продукту. Це дозволяє визначати особливості взаємодії суб'єктів ринку туристичних послуг та характер їх залучення до створення комплексного туристичного продукту;

– концепцію управління розвитком ринку туристичних послуг України, що, на відміну від існуючих, реалізується на засадах кумулятивної взаємодії інституційно-правового, соціально-економічного, інтеграційного векторів, враховує вплив багатоаспектних проявів факторів просторової поляризації ринку туристичних послуг, базується на специфічних принципах (компліментарність, субституції, циклічність, альтернативність, синергізм, когнітивність, конвергентність, конгруентність) та стратегічних пріоритетах (впровадження аутентичного управління розвитком ринку, формування та розвиток інноваційних секторів, адаптація традиційних секторів туризму в умовах поглиблення інтеграції, впровадження методології сателітних рахунків туризму). Реалізація концепції дозволяє створювати системні комплексні умови забезпечення перманентного розвитку ринку туристичних послуг;

– механізм формування та реалізації стратегії розвитку ринку туристичних послуг в умовах просторової поляризації, який, на відміну від наявних, передбачає визначення детермінант, деструкторів розвитку ринку туристичних послуг, оцінку організаційно-типологічних характеристик ринку туристичних послуг, встановлення цілей, типу стратегії та стратегічних пріоритетів, що забезпечує логічно-структуровану послідовність дій з генерування стратегії розвитку ринку туристичних послуг з урахуванням поляризації туристичного простору. Це дозволяє реалізовувати стратегію як структуровану систему взаємодіючих компонентів, а саме функціональних елементів механізму реалізації стратегії, ресурсного та процесуального забезпечення реалізації стратегії. Така структура є адаптивною, спроможною модифікуватися за рахунок внесення нових елементів, поява яких може бути обумовлена спектром скоригованих стратегічних завдань, планів, механізмів і методів управління або оновленням ресурсно-процесуального забезпечення;

набули подальшого розвитку:

– механізм забезпечення розвитку ринку туристичних послуг, який, на відміну від існуючих, ґрунтується на двох взаємообумовлених платформах:

теоретико-методологічній, репрезентованій консеквентними стадіями формування ринку, моделями, законами і функціями його розвитку, та організаційно-економічній, представленій взаємодією суб'єктів ринку, об'єктом якої є туристична послуга/продукт, з урахуванням тенденцій розвитку і специфічних властивостей ринку, а також ринково-формуючих факторів. Це дозволяє удосконалити теоретико-організаційні засади розробки концепції та реалізації стратегії розвитку ринку туристичних послуг;

– поняття „просторова поляризація ринку туристичних послуг”, на відміну від поширених, запропоновано визначати як нерівномірність розвитку туристичного простору, яка відображає якісний і кількісний розрив між елементами ієрархічної структури архітектоники туристичного ринку, що виникає в результаті диспропорції розподілу та перерозподілу природно-рекреаційних, соціально-економічних ресурсів і під впливом історично-сформованих та інноваційних детермінант;

– типізація моделей розвитку ринку туристичних послуг, побудованих на закономірностях взаємодії ядра та периферії (модель „Центр”, модель „Напівпериферія”, модель „Передова периферія”, модель „Глибока периферія”), що, на відміну від існуючих, базується на врахуванні специфічних ознак моделей, які визначають типові властивості їх формування та розвитку (інтенсивність зростання ринку і туристичних потоків, концентрація туристичного попиту, інноваційність розвитку туризму, залученість до світового туристичного ринку, диверсифікація туристичної пропозиції, освоєння нових туристично-рекреаційних зон, транснаціоналізація туристичного бізнесу). Запропонована типізація доповнює теорію туризму та дозволяє оптимізувати заходи державного регулювання й управління розвитком ринку туристичних послуг;

– класифікація детермінант, які формують просторову поляризацію ринку туристичних послуг, що, на відміну від існуючих, базується на дев'яти класифікаційних ознаках, об'єднаних у два блоки: історично-сформовані базові детермінанти (природно-ресурсні, соціально-демографічні) та інноваційні детермінанти (інституційно-інфраструктурні, промислово-господарські, інноваційні, політико-економічні, інтеграційні, глобалізаційні та зовнішньоорієнтовані). Встановлена класифікація дозволяє підвищити якість моніторингу впливу детермінант на просторову поляризацію ринку туристичних послуг;

– комплексний науково-методичний підхід до діагностики розвитку національного ринку туристичних послуг, який дозволяє здійснювати аналіз стану розвитку туристичної галузі, оцінку тенденцій і особливостей розвитку туристичного ринку та, на відміну від існуючих, включає такі взаємопов'язані етапи дослідження: аналіз туристичних потоків країни; дослідження динаміки та прогноз соціально-економічних показників розвитку ринку туристичних послуг держави; оцінка конкурентоспроможності країни на світовому ринку туристичних послуг; аналіз підприємств-продуцентів, підприємств-виробників та дистриб'юторів комплексного туристичного продукту на ринку туристичних

послуг; діагностика інституційно-правового забезпечення розвитку ринку туристичних послуг; визначення місця національного ринку туристичних послуг у ієрархічній структурі туристичного простору країн ЄС;

– дослідження світового ринку туристичних послуг, що дозволило у період 2005–2015 рр. виявити тенденції його розвитку (наявність значної диспропорції в обсягах туристичних потоків за регіонами світу, диференціації економічного внеску ринків туристичних послуг світових макро- та мезорегіонів до регіональних економік, сталої дивергенції між ринками лідерами та периферійними ринками за динамікою внеску туристичної галузі до ВВП; нерівномірність обсягів капітальних інвестицій в туристичну галузь на туристичних ринках макрорегіонів світу; значну розбіжність у розмірах кількості зайнятого населення у туристичній галузі на світовому ринку туристичних послуг) та використати їх для обґрунтування напрямів розвитку ринку туристичних послуг України в умовах просторової поляризації.

Практичне значення отриманих результатів полягає в тому, що запропоновані теоретико-методологічні положення, науково-практичні рекомендації та висновки можуть бути використані для формування і реалізації державної політики управління розвитком ринку туристичних послуг.

Наукові результати, висновки і рекомендації дисертаційного дослідження пройшли апробацію та прийняті до використання й впровадження: Департаментом туризму та курортів Міністерства економічного розвитку і торгівлі України при формуванні та реалізації державної політики у сфері туризму та курортів України (довідка №2433-06/6405-09 від 28.02.2017 р.); Управлінням економіки виконкому Криворізької міської ради при визначенні пріоритетів соціально-економічного розвитку, залучення інвестицій та впровадження напрямів структурної перебудови економіки міста, провадженні інноваційних механізмів і моделей для сприяння сталому місцевому економічному розвитку (довідка №112 від р. 01.02.2017 р.); Департаментом економіки і інвестицій Вінницької міської ради при визначенні основних напрямів інвестиційної політики в місті, розробці заходів, спрямованих на залучення іноземних інвестицій та кредитних ресурсів для розвитку економічного потенціалу міста, сприянні розвитку промисловості та підприємництва (довідка № 11-00-004-01 від 23.02.2017 р.); ТОВ „АВЕСТРЕВЕЛ” при аналізі стану розвитку туристичної галузі держави, дослідженні тенденцій, особливостей функціонування ринку туристичних послуг, оцінці його інституційно-правового забезпечення з використанням комплексного науково-методичного підходу до діагностики національного ринку туристичних послуг (довідка №107 від 18.10.2016 р.); Запорізькою торгово-промисловою палатою при наданні консультаційних послуг суб’єктам туристичного бізнесу щодо налагодження ділових зв’язків між постачальниками і споживачами туристичних послуг, підвищення ефективності співробітництва підприємств-членів торговельно-промислової палати із зарубіжними партнерами у туристичній галузі, впровадження заходів з

розбудови співробітництва з міжнародними та регіональними туристичними організаціями та асоціаціями (довідка №420 від 09.12.2016 р.).

Результати досліджень використовуються у навчальному процесі Донецького національного університету економіки і торгівлі імені Михайла Туган-Барановського при викладанні дисциплін „Світовий ринок туристичних послуг”, „Кон’юнктура ринку туристичних послуг” та виконанні дипломних робіт студентами економічних спеціальностей (довідка № 01.01-17/46 від 20.01.2017 р.).

Особистий внесок здобувача. Усі отримані наукові результати, викладені в дисертаційній роботі, одержані автором самостійно і знайшли відображення в наукових публікаціях. З наукових праць, опублікованих у співавторстві, у дисертації використано лише ті ідеї, положення та висновки, які є результатом власних розробок автора.

Апробація матеріалів дисертації. Основні результати дисертаційної роботи докладалися і були схвалені на конференціях та семінарах, зокрема: *міжнародних*: „Бізнес та умови його розвитку: національний та міжнародний дискурси” (м. Донецьк, 2012 р.); „Економічна політика країн ЄС” (м. Донецьк, 2013 р.); „Ключові въпроси в сьвременната наука” (м. Софія, Болгарія, 2015 р.); „Економіка і управління в умовах глобалізації” (м. Кривий Ріг, 2015 р.); „Інноваційна інфраструктура України: стан та аналіз умов розвитку” (м. Одеса, 2015 р.); „Маркетинг і менеджмент в системі національних і світових економічних інтересів” (м. Кривий Ріг, 2016 р.); „Шляхи вдосконалення економічного потенціалу країни” (м. Київ, 2016 р.); „Współczesne tendencje w nauce i edukacji” (м. Варшава, Польща, 2016 р.); „Naukawczoraj, dziś, jutro” (м. Варшава, Польща, 2016 р.); „Глобалізаційні процеси в розвитку національних економік” (м. Львів, 2016 р.); „Актуальні напрями забезпечення ефективності економіки країни” (м. Запоріжжя, 2016 р.); „Стратегія збалансованого використання економічного, технологічного та ресурсного потенціалу країни” (м. Кам’янець-Подільський, 2016 р.); „Бізнес та умови його розвитку: національний та міжнародний дискурси” (м. Кривий Ріг, 2016 р.); „Науковий диспут: питання економіки, підприємництва та фінансів” (м. Дніпро, 2016 р.); *всукраїнських*: „Реформування економічної системи країни в контексті міжнародного співробітництва” (м. Одеса, 2016 р.); *міжвузівських*: „Актуальні проблеми сучасного економіко-гуманітарного дискурсу в Україні” (м. Кривий Ріг, 2015 р.).

Публікації. За темою дисертаційного дослідження опубліковано 49 наукових праць, з яких 2 монографії (у тому числі: одноосібна монографія обсягом 19,74 др. арк.), 28 статей (у тому числі 14 статей у наукових фахових виданнях України, 14 статей – у виданнях України, що внесені до міжнародних наукометричних баз), 16 праць апробаційного характеру, 3 публікації, що додатково відображають наукові результати. Загальний обсяг публікацій складає 115,28 др. арк., особисто автору належить 40,15 др. арк.

Структура та обсяг дисертації. Дисертація складається з анотації, вступу, п’яти розділів, висновків, списку використаних джерел з 461

найменування на 47 сторінках і 14 додатків на 55 сторінках. Загальний обсяг роботи складає 493 сторінки, основний текст викладено на 387 сторінках. Дисертація містить 56 таблиць та 88 рисунків.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ ДИСЕРТАЦІЙНОЇ РОБОТИ

У вступі обґрунтовано актуальність теми, сформульовано мету й завдання, визначено об'єкт, предмет і методи дослідження, розкрито наукову новизну одержаних результатів та їх практичне значення, визначено особистий внесок здобувача, відображено апробацію результатів дисертаційної роботи.

У першому розділі „**Теоретико-методологічні засади дослідження розвитку ринку туристичних послуг**” визначено поняття, класифікаційні критерії та специфічні ознаки туристичних послуг як об'єкта ринкових відносин; досліджено теоретичні підходи до визначення сутності, сегментації й диференціації ринку туристичних послуг; обґрунтовано особливості типології та системної взаємодії суб'єктів ринку туристичних послуг; розроблено методологічні засади дослідження розвитку ринку туристичних послуг.

На основі аналізу термінології та узагальнення основних положень теорії туризму обґрунтовано, що дефініція „ринок туристичних послуг” є комплексним поняттям, ключовими елементом якої виступає туристична послуга – об'єкт ринкових відносин, потреба в якому виникає під час туристичної поїздки/подорожі та при підготовці до неї і дозволяє задовольнити туристський попит у характерних та супутніх послугах суб'єктами ринку туристичних послуг.

З метою розмежування понять „туристична послуга” і „туристичний продукт” виокремлено низку класифікаційних ознак: за місцем придбання та споживання; за кінцевою формою вираження; за суб'єктом формування та реалізації; за процесом створення; за кількістю суб'єктів, задіяних у створенні кінцевого продукту/послуги; за задоволенням потреб споживача, що дозволило виділити їхні специфічні особливості та відмінності.

Запропоновано класифікацію туристичних послуг на підставі групування таких ознак: інтенсивність попиту (специфічні, неспецифічні), обсяг туристського споживання (супутні, характерні), впровадження нововведень (інноваційні, консервативні), залученість до створення туристичного продукту (обов'язкові, необов'язкові), економічна основа (платні, безоплатні), географічні ознаки (національні, регіональні, місцеві), вид туристичних ринків (національні, іноземні, міжнародні), ставлення до туристського споживання (сезонні, цілорічні), тривалість (короткострокові, довгострокові), місце придбання та споживання (мобільні, стаціонарні), відчутність (матеріальні, нематеріальні), джерело фінансування (соціальні, комерційні), характер споживання (масові, колективні, індивідуальні), характер попиту (стандартні, асортиментні, елітарні).

Критичний аналіз, систематизація та доповнення існуючих підходів щодо характеру створення, надання та споживання туристичної послуги дозволили виокремити її специфічні характеристики, а саме: нездатність до збереження;

значна статичність; територіальна роз'єднаність споживача та виробника; нерозривність виробництва і споживання; неможливість попередньої оцінки; прояв емерджентності та синергії тощо.

Обґрунтовано доцільність розгляду ринку туристичних послуг з позиції системного (економічна система із задоволення туристичних потреб, які лежать в основі попиту на туристичні продукти та послуги через систему пропозиції на ринку), комунікаційного (сукупність економічних відносин та зв'язків, які виникають між суб'єктами ринку з приводу виробництва, реалізації, споживання туристичних продуктів та послуг), збутового (сфера реалізації туристичного продукту), часово-просторового (суспільно-економічне явище, яке виражається в одночасності виробництва і споживання туристичної послуги) та інституційного підходів (діяльність економічних суб'єктів ринку туристичних послуг і їх відносин в рамках діючого інституційного середовища).

За результатами узагальнення та критичного аналізу існуючих наукових підходів у роботі запропоновано авторське визначення поняття ринку туристичних послуг як інтегрованої системи перетворення природно-рекреаційних ресурсів на грошові кошти у процесі економічних відносин між суб'єктами туристичного бізнесу з приводу виробництва, реалізації, споживання туристичних продуктів і послуг в умовах мінливого зовнішнього середовища та багатоаспектного впливу історично сформованих базових та інноваційних детермінант.

Визначено, що класифікувати туристичні ринки слід за двома критеріями: по-перше, за співвідношенням попиту і пропозиції (ринок споживача і ринок виробника, кожний з яких поділяється на окремі сегменти), що дозволяє створювати відповідне за тематикою, рівнем і складом послуг туристське обслуговування, забезпечувати адресність туристичного продукту, формувати ринкову політику, визначати шляхи і засоби підвищення ефективності туристичної діяльності, особливості роботи на ринку та, по-друге, за просторово-територіальною ознакою (глобальний ринок, ринок туристичних макрорегіонів, ринок туристичних мезорегіонів (субрегіонів), національні туристичні ринки, локальні ринки), що дозволяє визначати архітектуру й характер дослідження ринку, а також процеси формування і трансформації ринків туристичних послуг.

Встановлено, що в умовах нерівномірності розвитку ринку туристичних послуг, викликаній відмінностями в розподілі природних ресурсів, кліматичними особливостями регіонів, культурно-історичною обумовленістю, диспропорцією розміщення транспортної, комунікаційної, курортно-розважальної інфраструктури, асиметрією розподілу рекреаційних ресурсів, важливого значення набуває його просторово-територіальна диференціація. В її межах кожен окремий ринок являє собою структурний елемент іншого, утворюючи, таким чином, ієрархічну систему, базовану на віддаленості ринків від центрів попиту та розмірі простору, в якому туристичні підприємства

здійснюють пропозицію туристичного продукту, а туристи задовольняють попит, базований на туристських мотивах.

Удосконалено модель взаємодії суб'єктів ринку туристичних послуг, де враховано вид економічної діяльності суб'єктів і тип виробленого ними окремого компонента комплексного туристичного продукту – туристичної послуги. Модель базується на чотирьох динамічно взаємодіючих етапах процесу руху туристичного продукту, а саме: перетворення природно-рекреаційного ресурсу на туристичну послугу; формування комплексного туристичного продукту; просування й дистрибуція туристичного продукту та його споживання, – і окреслює характер взаємодії, зв'язки та роль кожного з підприємств: продуцентів, виробників комплексного туристичного продукту та дистриб'юторів готового туристичного продукту в інфраструктурі туристичного ринку.

На підставі оцінки детермінант розвитку ринку туристичних послуг здійснено типологізацію специфічних загроз і ризиків з виокремленням фінансової, інноваційної, інтелектуально-кадрової, політико-правової, просторово-поляризаційної, комунікаційної, екологічної, безпекової складових.

Розроблено механізм забезпечення розвитку ринку туристичних послуг, підґрунтям якого є теоретико-методологічна та організаційно-економічна платформи (рис. 1). Теоретико-методологічна платформа базується на врахуванні консеквентних стадій та моделей розвитку ринку, його законів й функцій. Організаційно-економічна платформа передбачає врахування взаємодії суб'єктів ринку, тенденцій його розвитку, специфічних властивостей та ринково-формуючих факторів. Отже, вищенаведене є конститутивним базисом розробки концепції, стратегії та механізмів розвитку ринку туристичних послуг.

Виокремлено послідовні взаємопов'язані стадії розвитку ринку туристичних послуг (початкова, накопичувальна, консолідації та модернізації), кожна з яких має специфічні характеристики за такими параметрами, як освоєння природно-рекреаційного потенціалу, розбудова туристичної інфраструктури, виробництво туристичних послуг/продуктів, задоволення туристичного попиту, пропозиція туристичного продукту/послуги, конкурентне ринкове середовище, туристична активність.

У другому розділі „**Функціонування ринку туристичних послуг в умовах просторової поляризації**” досліджено теоретичні аспекти феномену просторової поляризації; визначено сутність, моделі, детермінанти формування просторової поляризації ринку туристичних послуг; обґрунтовано теоретичні основи управління розвитком ринку туристичних послуг; розроблено науково-методичний підхід до дослідження архітектури та трансформації поляризаційних процесів на ринку туристичних послуг.

Визначено, що просторова поляризація є об'єктивною умовою розвитку туристичного ринку, викликаною відмінностями в розподілі природних ресурсів, кліматичними особливостями регіонів, культурно-історичною обумовленістю, нерівномірністю розміщення транспортної, комунікаційної, курортно-розважальної інфраструктури, асиметрією розподілу рекреаційних ресурсів тощо.

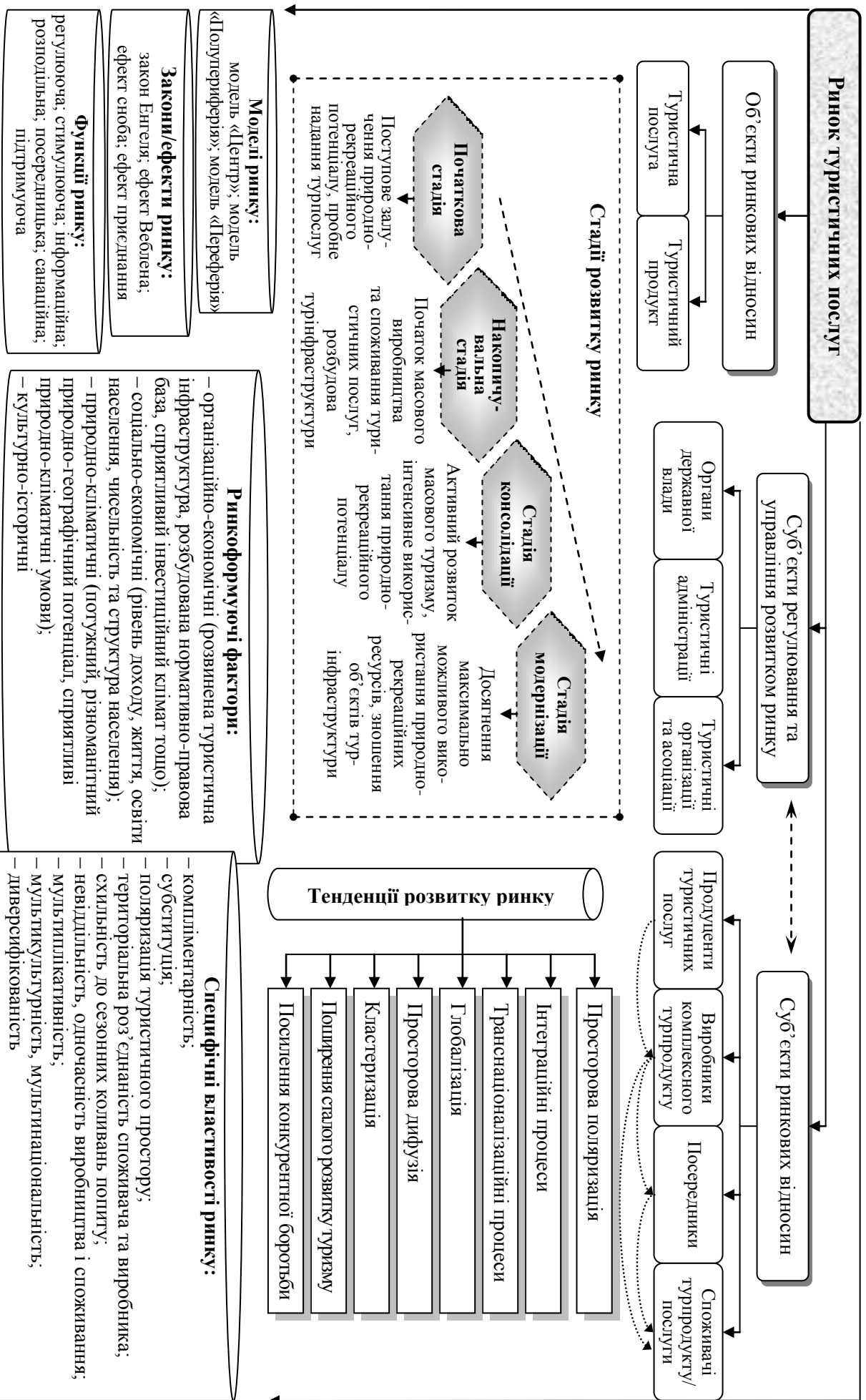


Рис. 1. Теоретико-методологічне та організаційно-економічне забезпечення розвитку ринку туристичних послуг

На підставі розгляду економічного простору, з точки зору територіального, інформаційного, процесного, ресурсного, інституційного та системного підходів, з урахуванням гносеологічних парадигм та онтологічних чинників, аналізу поляризації як економічної категорії визначено етимологічні засади та діалектику просторової поляризації, обгрунтовано доцільність її дослідження з урахуванням ресурсного (враховує нерівномірність перерозподілу ресурсів), факторного (включає фактори, що призводять до асиметрії розвитку), інноваційного (базується на виділенні „полюсів зростання” інновацій) та кумулятивного (визначає диспропорції розподілу ресурсів) аспектів.

Обгрунтовано необхідність урахування просторових та поляризаційних факторів при визначенні особливостей функціонування ринку туристичних послуг. Серед найбільш значущих факторів виокремлено: посилений вплив факторів зовнішнього середовища на діяльність господарюючих суб’єктів, системну взаємодію економічної системи підприємства із соціально-економічними системами відповідного територіального простору, залежність від умов та факторів виробництва.

Просторову поляризацію ринку туристичних послуг запропоновано визначати як нерівномірність розвитку туристичного простору, яка відображає якісний і кількісний розрив між елементами ієрархічної структури архітекtonіки туристичного ринку, що виникає в результаті диспропорції розподілу та перерозподілу природно-рекреаційних і соціально-економічних ресурсів та під впливом історично-сформованих та інноваційних детермінант.

Здійснено типізацію моделей розвитку ринку туристичних послуг, що базуються на закономірностях взаємодії ядра та периферії: „Центр”, „Напівпериферія”, „Передова периферія”, „Глибока периферія”. Декомпозицію типових властивостей моделей визначено за такими критеріями: інтенсивність зростання ринку і туристичних потоків; концентрація туристичного попиту; інноваційність розвитку туризму; залученість до світового туристичного ринку; внесок туризму до соціально-економічного розвитку держави; диверсифікація туристичної пропозиції; освоєння нових туристично-рекреаційних зон; транснаціоналізація туристичного бізнесу.

Встановлено, що фактори формування просторової поляризації ринку туристичних послуг безпосередньо впливають на просторову структуру туристичної системи, викликають і посилюють її асиметрію та призводять до необхідності врахування означених процесів при розробці концепції, стратегій та механізмів розвитку ринку.

На підставі оцінки закономірностей функціонування ринку туристичних послуг та процесів, притаманних просторовим трансформаціям (асиметрії, дивергенції, диспропорції, диференціації та нерівномірності), запропоновано класифікацію детермінант, які впливають на просторову поляризацію, з виокремленням таких складових: історично сформовані базові детермінанти (природно-ресурсні, соціально-демографічні); інноваційні детермінанти (інституційно-інфраструктурні, промислово-господарські, інноваційні,

політико-економічні, інтеграційні, глобалізаційні та зовнішньоорієнтовані), ендогенні та екзогенні детермінанти).

На підставі використання розробленого науково-методичного підходу до дослідження архітектури і трансформації поляризаційних процесів на ринку туристичних послуг, що передбачає визначення рівня розвитку економіки туризму для проведення оцінки трансформаційних зрушень; обґрунтування ключових параметрів розвитку досліджуваних ринків туристичних послуг, визначення часового лагу дослідження, розрахунок ключових параметрів, оцінку співвідношення ключових параметрів інтенсивності туристичних потоків (ІТА) та інтегрального показника розвитку ринку туристичних послуг (І) з визначенням на полі поліфакторної матриці, отримано інтерпретацію даних з використанням інтервальної шкали ранжування туристичних ринків.

Апробацію запропонованого науково-методичного підходу здійснено для дослідження архітектури і трансформації поляризаційних процесів на світовому ринку туристичних послуг, для чого проведено розрахунок інтегрального показника розвитку ринку туристичних послуг, адаптованого для аналізу мезорівня економіки туризму, за комплексом аналітичних показників (надходження від туризму; внесок туризму до ВВП, обсяг капітальних інвестицій в туризм, витрати, що відносять до внутрішнього туризму; витрати, які стосуються в'їзного туризму), за формулою:

$$I = \sum_{i=1}^m P_i * \alpha_i, \quad (1)$$

де I – інтегральний показник розвитку ринку туристичних послуг; m – кількість аналітичних показників, що аналізуються; P_i – нормоване значення i -го аналітичного показника, що аналізується; α_i – ваговий коефіцієнт i -го аналітичного показника.

Вагові коефіцієнти, сума яких дорівнює 1, визначено експертним методом.

Застосування вищезазначеного підходу до дослідження архітектури та трансформації поляризаційних процесів на світовому ринку туристичних послуг (2005–2015 рр.) дозволило встановити такі тенденції: суттєве зміцнення позиції на світовому туристичному ринку країн Напівпериферії – субрегіонів Західна Європа, Південно-Середземноморська Європа, Північна Америка; перебудова складу ієрархічного рівня ринку Просунутої периферії внаслідок стрімкого збільшення туристичних потоків та кількісних показників розвитку туристичних ринків Близького Сходу та Південно-Східної Азії та їх переходу до Напівпериферії; збільшення розриву між країнами Напівпериферії і Просунутої периферії; повільний перебіг трансформаційних процесів у країнах Глибокої периферії через мінімальний мобілізуючий вплив і практичну відсутність поширення імпульсів до розвитку від ядра туристичного простору, що суттєво сповільнює дифузю нововведень та інновацій або зводить її до мінімуму; приєднання країн Північно-Східної Азії до Центру світового туристичного простору за рахунок розвитку туристичного потенціалу, динамічності туристичних потоків і туристичних обмінів (табл. 1).

Ієрархічна архітектура світового туристичного простору, 2005, 2015 рр.

	2005 р.	(І; ІТА)		2015 р.	(І; ІТА)
Глибока периферія	I ≤ 100; ІТА ≤ 25		→	I ≤ 150; ІТА ≤ 25	
	Центральна Америка	(9,64; 6,5)		Центральна Америки	(18,44; 10,27)
	Південна Азія	(58,8; 8)		Океанія	(96,89; 14,2)
	Океанія	(88,64; 10,5)		Північна Африка	(36,79; 18,03)
	Північна Африка	(35,51; 13,7)		Карибський басейн	(34,42; 23,9)
	Карибський басейн	(28,04; 18,9)			
	Регіон пустелі Сахари	(74,26; 23,0)			
	Південна Америка*	(134,7; 18,2)		Південна Азія*	(108,83; 18,2)
Просунута периферія	I ≤ 100; 25 < ІТА ≤ 50		→	100 < I ≤ 200; 25 < ІТА ≤ 50	
	Близький Схід	(74,6; 39,1)		Південна Америка	(172,35; 30,7)
	Південно-Східна Азія	(92,8; 49,3)		Регіон пустелі Сахари	(94,68; 35,4)
Напів-периферія	100 ≤ I ≤ 200; 50 < ІТА ≤ 100		→	100 < I ≤ 400; 50 < ІТА ≤ 125	
	Північна Європа	(211,45; 52,9)		Близький Схід	(111,62; 53,3)
	Північно-Східна Азія	(398,3; 87,6)		Північна Європа	(242,44; 75,9)
	Центральна/Східна Європа	(78,99; 87,9)		Південно-Східна Азія	(180,15; 104,6)
				Центральна/Східна Європа	(97,89; 126,6)
Центр	I > 300; ІТА ≥ 100, або ІТА ≥ 75, якщо I > 400		→	I > 300; ІТА ≥ 125	
	Західна Європа	(372,62; 142,7)		Північно-Східна Азія	(731,6; 142,07)
	Південно-Середземно-морська Європа	(314,47; 158)		Західна Європа	(397,8; 179,9)
	Північна Америка	(754,84; 89,9)		Південно-Середземно-морська Європа	(335,61; 225,2)
				Північна Америка	(905,12; 127,5)

* Граничне місце в ієрархічній структурі світового туристичного простору.

Запропонований науково-методичний підхід є адаптивним та може бути застосований на будь-якому рівні економіки туризму.

У третьому розділі „Діагностика стану та особливостей розвитку світового і національного ринків туристичних послуг” проаналізовано світовий ринок туристичних послуг в умовах посилення процесів просторової поляризації; визначено сучасний стан і тенденції розвитку ринку туристичних послуг України; проведено аналіз діяльності суб’єктів ринку туристичних послуг; здійснено діагностику інституційно-правового забезпечення розвитку ринку туристичних послуг України.

З метою діагностики сучасного стану світового ринку туристичних послуг, визначення тенденцій та особливостей його розвитку в умовах просторової поляризації запропоновано підхід, який включає: аналіз туристичних потоків за туристичними макро- (мезо-) регіонами; аналіз динаміки та прогнозу соціально-економічних показників розвитку ринків туристичних послуг макро- (мезо-) регіонів світу; оцінку конкурентоспроможності туристичних ринків країн та регіонів на підставі індексу конкурентоспроможності країн у секторі подорожей і туризму; визначення архітектури і трансформації ієрархічної структури світового туристичного ринку на засадах просторової поляризації.

На підставі аналізу світового ринку туристичних послуг встановлено: значні диспропорції в обсягах туристичних потоків за регіонами світу, диференціацію економічного внеску ринків туристичних послуг світових макро- та мезорегіонів до регіональних економік, стали дивергенцію між ринками лідерами та периферійними ринками за динамікою внеску туристичної галузі до ВВП, нерівномірність обсягів капітальних інвестицій в туристичну галузь на туристичних ринках макрорегіонів світу, значну розбіжність у розмірах кількості зайнятого населення у туристичній галузі на світовому ринку туристичних послуг, значну розбіжність в рівні конкурентоспроможності ринків туристичних послуг, визначену за індексом конкурентоспроможності країн у сфері подорожей і туризму (рис. 2).



Рис. 2. Оцінка конкурентоспроможності сектора подорожей і туризму регіонів світу у 2014 р. (бали)

З метою діагностики сучасного стану туристичної галузі, визначення тенденцій та особливостей розвитку національного ринку туристичних послуг в умовах просторової поляризації запропоновано науково-методичний підхід, який включає: аналіз туристичних потоків країни; дослідження динаміки та прогноз соціально-економічних показників розвитку ринку туристичних послуг держави; оцінку конкурентоспроможності країни на світовому ринку туристичних послуг; аналіз підприємств продуцентів, підприємств виробників та дистриб'юторів комплексного туристичного продукту ринку туристичних послуг; діагностику інституційно-правового забезпечення розвитку ринку туристичних послуг; визначення місця національного ринку туристичних послуг у ієрархічній структурі туристичного простору країн ЄС.

Виділено такі тенденції розвитку національного ринку туристичних послуг: стійка динаміка зменшення обсягів як прямого, так і опосередкованого внеску туристичної галузі України до ВВП (у 2005 р. – 46,4%; у 2015 р. – 43,5%); поступове зниження загальної і безпосередньої кількості зайнятого населення у туристичній галузі держави (46,9 та 49,1%, відповідно) – рис. 3.

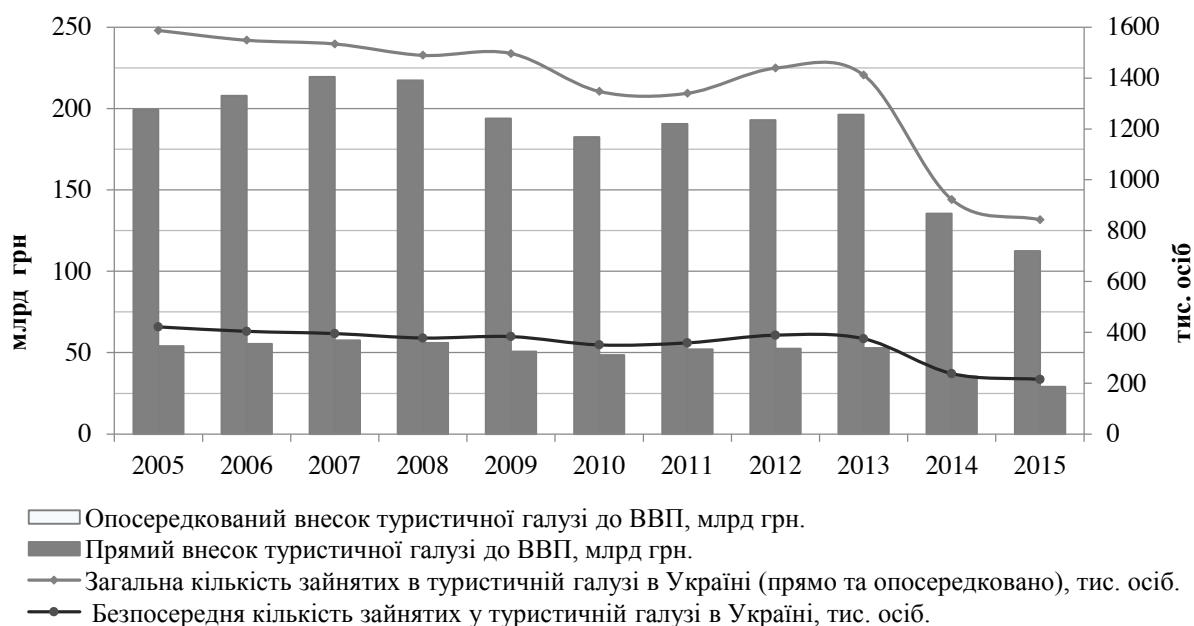


Рис. 3. Динаміка внеску туристичної галузі до ВВП та кількості зайнятого населення в Україні

Встановлено, що у 2015 р. обсяги капітальних інвестицій в туризм знизилися на 44,03% порівняно з 2005 р. (4,24 млрд грн), внутрішнього туристського споживання – на 41,0% (67,4 млрд грн), витрат внутрішніх туристів усередині країни – на 15,7% (11,6 млрд грн), витрат міжнародних туристів усередині країни – на 61,7% (55,8 млрд грн) – табл. 2.

Таблиця 2

Динаміка економічних показників розвитку туристичної галузі України

Рік	Обсяг капітальних інвестицій в туристичну галузь		Внутрішнє туристське споживання		Витрати внутрішніх туристів усередині країни		Витрати міжнародних туристів усередині країни	
	млрд грн	частка від загальних капітальних інвестицій, %	млрд грн	частка від загального споживання, %	млрд грн	частка у ВВП, %	млрд грн	частка експорту, %
2005	9,63	2,013	164,45	4,83	74,09	3,12	90,36	8,08
2006	12,42	2,157	168,49	4,64	80,38	3,15	88,11	8,09
2007	16,77	2,420	175,92	4,47	81,14	2,95	94,79	8,41
2008	20,23	2,976	176,13	4,25	78,95	2,80	97,18	8,06
2009	12,84	3,186	155,69	4,61	73,25	3,04	82,44	8,11
2010	9,65	2,358	155,89	4,29	76,21	3,05	79,68	7,05
2011	11,07	2,476	170,78	4,31	90,39	3,46	80,39	6,37
2012	11,74	2,432	171,58	4,32	88,71	3,37	82,87	6,84
2013	10,05	2,346	168,15	4,35	89,23	3,39	78,91	7,23
2014	7,37	2,225	116,49	3,21	77,19	3,14	39,30	3,38
2015	5,39	1,960	97,02	2,97	62,46	2,83	34,56	3,00
Темп приросту до 2005	-44,03		-41,00		-15,70		-61,75	

За результатами дослідження всіх груп підприємств інфраструктури туризму, зокрема підприємств, що безпосередньо виробляють туристичні

послуги та обслуговують туристів і подорожуючих (продуцентів туристичних послуг), виробників та дистриб'юторів туристичного продукту у 2010–2015 рр., встановлено: зменшення кількості готелів та аналогічних засобів розміщування на 26,1% (684 од.), санаторіїв та пансіонатів з лікуванням на 39,4% (201 од.), санаторіїв-профілакторіїв на 66,2% (155 од.), будинків і пансіонатів відпочинку на 73,7% (214 од.), баз та інших закладів відпочинку на 92,7% (521 од.), підприємств з організації харчування на 24,09% (3872 од.), туристичних операторів на 30,5% (1342 од.), туристичних агентів на 27,47% (965 од.). Разом з цим збільшилася кількість підприємств мистецтва, спорту, розваг та відпочинку на 0,5% (11 од.) й підприємств транспорту на 5,8% (416 од.). При цьому зменшилася кількість іноземних та внутрішніх туристів, туристів, обслуговуваних туроператорами, екскурсантів, перевезених туристів всіма видами транспорту загального користування, крім авіаційного, відвідувань культурно-розважальних закладів за збільшення обсягу реалізованої продукції підприємств з організації харчування, кількість реалізованих туристичних путівок туроператорами і турагентами.

Встановлено, що центрами підприємницької діяльності у туристичній галузі є м. Київ, Дніпропетровська, Харківська, Одеська, Львівська та Запорізька області. Периферію утворюють Луганська, Донецька, Кіровоградська, Тернопільська та Житомирська області.

Результати оцінки нормативно-правового забезпечення функціонування ринку туристичних послуг дозволили обґрунтувати необхідність гармонізації національного законодавства у сфері туризму із законодавством Європейського Союзу, а також національних стандартів з міжнародними, переходу на міжнародні стандарти ISO у сфері туризму та стандарти, які забезпечують сталий розвиток туристичного бізнесу.

З метою визначення місця національного ринку туристичних послуг у ієрархічній структурі європейського туристичного простору здійснено порівняльне дослідження економічних внесків туризму до ВВП кожної країни ЄС (за винятком Австрії, Бельгії та Великобританії у зв'язку з відсутністю вірогідних даних) за період 1995–2015 рр. на підставі побудови кластерів країн шляхом розрахунку евклідових відстаней, обчислених на основі коефіцієнтів матриці крос-кореляцій.

Дослідження однорідності між країнами ЄС та Україною за рівнем розвитку туристичної галузі базується на попередньому обчисленні значень приростів внеску туристичної галузі до ВВП для кожної країни за формулою:

$$\Delta Cgdp_i = \ln Cgdp_i(t) - \ln Cgdp_i(t-1), \quad (2)$$

де i – порядковий номер країни, $Cgdp_i(t)$ – внесок туристичної галузі до ВВП країни i за рік t , $\Delta Cgdp_i$ – приріст внеску туристичної галузі до ВВП країни i .

Обчислення коефіцієнтів кореляції між парами показників приростів внеску туристичної галузі до ВВП для країн i та j проводилися за формулою:

$$\rho_{ij} = \frac{\langle \Delta Cgdp_i \Delta Cgdp_j \rangle - \langle \Delta Cgdp_i \rangle \langle \Delta Cgdp_j \rangle}{\sqrt{(\langle \Delta Cgdp_i^2 \rangle - \langle \Delta Cgdp_i \rangle^2)(\langle \Delta Cgdp_j^2 \rangle - \langle \Delta Cgdp_j \rangle^2)}}, \quad (3)$$

де $\langle \dots \rangle$ – середнє значення, розраховане для всіх років аналізованого часового періоду; ρ_{ij} визначає кореляцію, що спостерігається між логарифмом зміни внеску туристичної галузі до ВВП країни i та логарифмом зміни внеску туристичної галузі до ВВП країни; ρ може змінюватися від -1 до 1. Якщо $\rho = 1$, то це свідчить про існування повної кореляції між змінними $\Delta Cgdp_i$ та $\Delta Cgdp_j$, при $\rho = -1$ існує повна антикореляція між $\Delta Cgdp_i$ та $\Delta Cgdp_j$, а при $\rho = 0$ спостерігається відсутність кореляції для відповідних пар країн.

У результаті проведених обчислень було отримано матрицю крос-кореляцій розмірністю 26x26 (відповідно до кількості досліджуваних країн) для приростів внесків туристичної галузі до ВВП. Коефіцієнти крос-кореляцій, що характеризують тісноту взаємозв'язку України з іншими країнами ЄС за рівнем внеску туристичної галузі до ВВП, обчислені для логарифмованих приростів цих показників, наведено у табл. 3.

Таблиця 3

Коефіцієнти крос-кореляції України з іншими країнами ЄС для приростів внеску туристичної галузі до ВВП

Значення коефіцієнтів крос-кореляції	Країна	Значення коефіцієнтів крос-кореляції	Країна	Значення коефіцієнтів крос-кореляції	Країна
0,2107	Греція	0,0206	Чехія	-0,1685	Данія
0,1973	Кіпр	0,0024	Італія	-0,2065	Фінляндія
0,161	Польща	0,0003	Хорватія	-0,2346	Словаччина
0,1494	Румунія	-0,0089	Португалія	-0,2382	Ірландія
0,1467	Люксембург	-0,0408	Литва	-0,2473	Швейцарія
0,13	Естонія	-0,1198	Німеччина	-0,2601	Латвія
0,0939	Іспанія	-0,1223	Болгарія	-0,301	Угорщина
0,0787	Словенія	-0,1368	Мальта		
0,06	Франція	-0,1484	Нідерланди		

На основі коефіцієнтів матриці крос-кореляції розмірністю 26x26 були обчислені евклідової відстані, використані для побудови мінімального остівного дерева, що характеризує утворення кластерів країн за рівнем внеску туристичної галузі до їх ВВП.

Евклідова відстань між країнами у просторі була розрахована за формулою:

$$d(i, j) = \sqrt{2(1 - \rho_{ij})}. \quad (4)$$

Отримані дані дозволили побудувати мінімальне остівне дерево на підставі використання логарифмованих приростів внесків туристичної галузі кожної країни до її ВВП, шляхом з'єднання всіх елементів у граф, виходячи із мінімальних евклідових відстаней між країнами в туристичній галузі (рис 4).

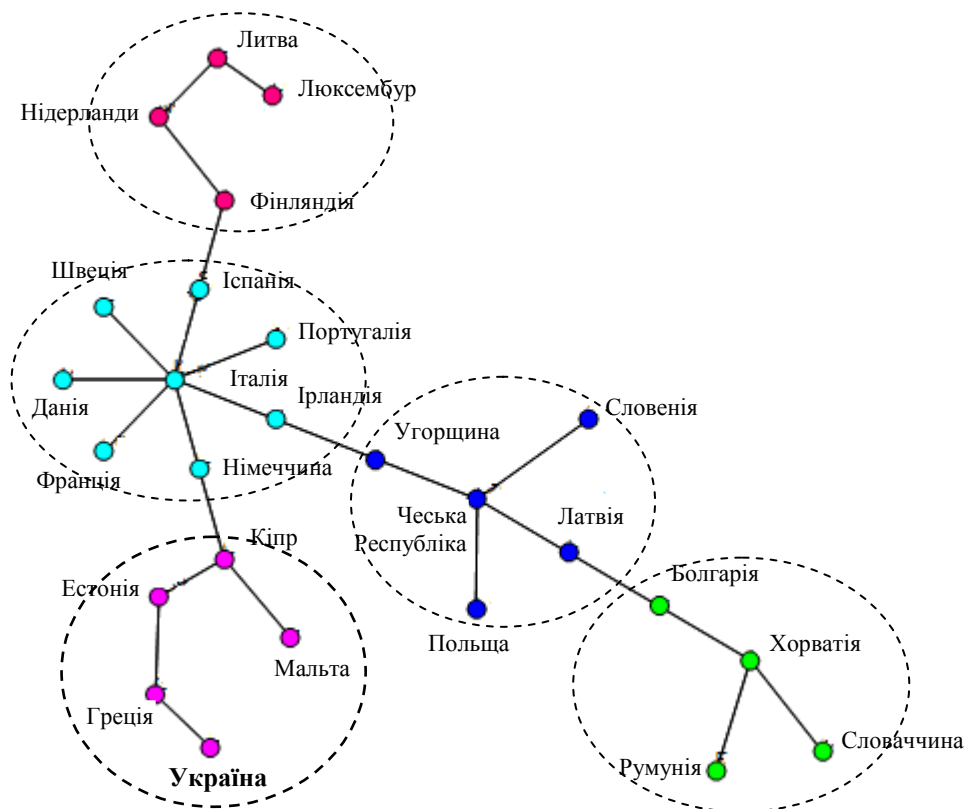


Рис. 4. Мінімальне остівне дерево (галузевий вигляд) для показника „Внесок туристичної галузі до ВВП”

Групування сукупності досліджуваних країн, які інтерпретуються як туристичний простір за внеском туристичної галузі до ВВП, дозволило виокремити п'ять кластерів, визначити подібні до України країни за гомогенним внеском туристичної галузі до ВВП, а саме Грецію, Кіпр, Мальту та Естонію, які утворюють окремий кластер. Визначено місце України та її відстань до досліджуваних ринків країн ЄС за внеском туристичної галузі до ВВП у поляризованому туристичному просторі, а також ступінь близькості ринків.

У четвертому розділі „Імперативи розвитку ринку туристичних послуг України в умовах просторової поляризації” обґрунтовано концепцію управління розвитком ринку туристичних послуг в умовах просторової поляризації; розроблено механізм формування та реалізації стратегії розвитку ринку туристичних послуг; сформовано інтеграційну стратегію розвитку ринку туристичних послуг.

На підставі аналізу теоретичних джерел, особливостей національного регулювання в розвинутих країнах світу та Україні обґрунтовано концепцію управління розвитком ринку туристичних послуг, яка реалізується на засадах кумулятивної взаємодії інституційно-правового, соціально-економічного, інтеграційного векторів, базується на сукупності базових (системність, безперервність, ефективність, плановість, цілеспрямованість, ієрархічність, науковість, законність) та специфічних (компліментарність, циклічність, альтернативність, синергізм, когнітивність, конвергентність, конгруентність) принципів. Концепція передбачає виділення специфічних функцій, серед яких: планування пропозиції туристичного продукту; контроль за якістю виробництва комплексного туристичного продукту та надання туристичних послуг; координація

взаємодії суб'єктів ринку туристичних послуг; прийняття рішень щодо розбудови нових туристично-рекреаційних дестинацій; забезпечення розробки та впровадження нормативних актів; забезпечення стандартизації та сертифікації продуктів, послуг, управління; стимулювання інвестиційної діяльності суб'єктів ринку.

Запропоновано цільові орієнтири та стратегічні пріоритети концепції управління ринком туристичних послуг, визначено вектори її реалізації, які у своїй компліментарній взаємодії створюють змістове наповнення її архітекtonіки як складної поліаспектної гетерогенної системи. Визначено взаємозалежність елементів концепції за двофакторною матрицею їх взаємозв'язку (рис. 5).

Фактор		Стратегічні пріоритети реалізації концепції			
		Впровадження аутентичного управління розвитком ринку	Формування та розвиток інноваційних секторів ринку	Адаптація традиційних секторів туризму в умовах поглиблення інтеграції	Впровадження методології сателітних рахунків туризму
Цільові орієнтири концепції	Збереження та раціональне використання природних територій та курортів	Соціально-економічний вектор	Соціально-економічний вектор	Соціально-економічний вектор <i>Інтеграційний вектор</i>	
	Удосконалення інституційно-правового забезпечення формування ринку	<u>Інституційно-правовий вектор</u>	<u>Інституційно-правовий вектор</u>	<u>Інституційно-правовий вектор</u> <i>Інтеграційний вектор</i>	<u>Інституційно-правовий вектор</u>
	Розбудова туристичної та супутньої інфраструктури	Соціально-економічний вектор	Соціально-економічний вектор	Соціально-економічний вектор <i>Інтеграційний вектор</i>	
	Досягнення узгодженості і задоволеності інтересів держави та суб'єктів ринку	Соціально-економічний вектор <u>Інституційно-правовий вектор</u>	Соціально-економічний вектор <u>Інституційно-правовий вектор</u>	Соціально-економічний <u>Інституційно-правовий</u> <i>Інтеграційний вектор</i>	<u>Інституційно-правовий вектор</u>
	Підвищення зайнятості населення в тургалузі	Соціально-економічний вектор	Соціально-економічний вектор	Соціально-економічний вектор	
	Збільшення частки надходжень до ВВП та бюджетів	Соціально-економічний вектор	Соціально-економічний вектор	Соціально-економічний вектор	
	Забезпечення інтеграції до світового туристичного ринку		<i>Інтеграційний вектор</i> <u>Інституційно-правовий вектор</u>	<i>Інтеграційний вектор</i> <u>Інституційно-правовий вектор</u>	<i>Інтеграційний вектор</i> <u>Інституційно-правовий вектор</u>

Рис. 5. Взаємозв'язок стратегічних пріоритетів, цільових орієнтирів та векторів реалізації концепції за двофакторною матрицею концепції управління ринком туристичних послуг

Континуум однакових факторів служить характерною ознакою різних векторів, що підтверджує взаємообумовленість та кореляцію компонентів системи.

Розроблено механізм формування стратегії розвитку ринку туристичних послуг в умовах просторової поляризації, який складається з таких ключових блоків: 1) визначення детермінант та деструкторів (глобальні умови, тенденції та закономірності розвитку світового та національного ринку туристичних послуг, ієрархічна структура ринку, види та можливості подолання обмежень розвитку, рівень концентрації та монополізації); 2) організаційно-типологічні характеристики ринку (модель розвитку, механізми державного управління, стадія формування, стратегічний сценарій розвитку); 3) цілі та вибір типу стратегії (зовнішня – інтеграційна стратегія, внутрішня – інноваційно-секторальна); 4) стратегічні пріоритети реалізації стратегії (аутентичне управління, управління розвитком інноваційних секторів ринку, адаптація традиційних секторів, впровадження сателітних рахунків індустрії туризму, поглиблення інтеграційних процесів).

Запропонований механізм дозволяє реалізовувати стратегію як структуровану систему взаємодіючих компонентів, тобто функціональних елементів механізму реалізації стратегії (принципи реалізації стратегії, функції та методи управління), ресурсного (нормативно-правове, інституційне, організаційне, фінансове та наукове-методичне) та процесуального забезпечення. Така структура є адаптивною, спроможною модифікуватися за рахунок внесення нових елементів, поява яких може бути обумовлена спектром скоригованих стратегічних завдань, планів, механізмів і методів управління або оновленням ресурсно-процесуального забезпечення.

Сформовано інтеграційну стратегію розвитку ринку туристичних послуг України. Її метою є створення умов для забезпечення міжнародної взаємодії у туристичній сфері, зміцнення взаєморозуміння і довіри між країнами, застосування туризму для розвитку взаємовигідних та паритетних економічних, торговельних, дипломатичних відносин. Досягнення мети та вирішення поставлених завдань стратегії (забезпечення розвитку міжнародного співробітництва у сфері туризму і курортів, поступове поглиблення євроінтеграційних процесів, формування позитивного туристичного іміджу держави, підвищення міжнародної конкурентоспроможності національного туристичного продукту) здійснюється шляхом реалізації її стратегічних напрямів (позиціонування національного ринку в європейському туристичному просторі, поширення принципів сталого розвитку туризму, активне залучення України до міжнародних туристичних організацій, розширення міжнародного співробітництва з іншими державами, гармонізація національного законодавства у сфері туризму з міжнародним). що впроваджуються завдяки процесуальному полістадійному механізму на всіх ієрархічних рівнях ринку туристичних послуг.

У п'ятому розділі **„Стратегічні пріоритети розвитку ринку туристичних послуг України”** запропоновано модель аутентичного управління розвитком ринку туристичних послуг України; розроблено

концепцію формування та розвитку інноваційних секторів ринку туристичних послуг України; обґрунтовано цільові напрями адаптації традиційних секторів туризму до умов поглиблення інтеграційних процесів.

Запропоновано модель аутентичного управління розвитком ринку туристичних послуг України, в яку включено такі конститутивні елементи: мета; завдання; функції (організаційно-управлінська, аналітико-діагностична, прогностична, інформаційно-ресурсна, інноваційно-технологічна, комунікаційна); принципи (інтегративність, оптимальність, адаптивність, раціональність, автентичність, єдність, гнучкість, комплексність, полікультурність); механізми управління (реструктуризаційний, активізаційний, підтримуючий, стимулюючий, самозабезпечувальний) та суб'єкти.

Модель враховує специфічні особливості локальних туристичних ринків, а саме: автентичність культурно-історичних ресурсів локальних ринків туристичних послуг; асиметричність інфраструктурного та соціально-економічного розвитку локальних ринків туристичних послуг; просторову поляризацію розміщення природно-кліматичних та рекреаційних факторів розвитку місцевих туристичних ринків (рис. 6).



Рис. 6. Специфічні особливості локальних ринків туристичних послуг

Для вибору оптимального механізму управління розвитком ринку туристичних послуг запропоновано використовувати матричний метод, базисом якого є двофакторна матриця (рис. 7). Конгруентність складових компонентів обох осей на полі матриці визначає механізм управління, який відповідає конкретній стадії формування та розвитку ринку туристичних послуг.

Стадії формування та розвитку ринку туристичних послуг	<i>Стадія модернізації</i>	Реструктуризаційний	Активізаційний	Підтримуючий	Підтримуючий
	<i>Стадія консолідації</i>	Стимулюючий	Підтримуючий	Стимулюючий	Самозабезпечувальний
	<i>Накопичувальна стадія</i>	Активізаційний/ Стимулюючий	Стимулюючий	Стимулюючий	Самозабезпечувальний
	<i>Початкова стадія</i>	Реструктуризаційний/ Активізаційний	Реструктуризаційний/ Активізаційний	Активізаційний	Підтримуючий
		<i>Модель “Глибока периферія”</i>	<i>Модель “Передова периферія”</i>	<i>Модель “Напів-периферія”</i>	<i>Модель “Центр”</i>
Моделі просторово-поляризаційного формування та розвитку ринків туристичних послуг					

Рис. 7. Двофакторна матриця атрибуції релевантних механізмів аутентичного управління розвитком ринку туристичних послуг

Визначено економічний та соціальний ефекти як очікувані результати впровадження моделі. Економічний ефект проявляється: через підвищення темпів економічного зростання регіонів; створення сприятливого інституційно-організаційно клімату для забезпечення економічних умов розвитку пріоритетних напрямів туризму регіону; підвищення надходжень до місцевих бюджетів та інвестиційної привабливості регіонів; залучення інвестицій; збільшення туристичних потоків; утвердження сталого іміджу регіону, міста як туристично-привабливої дестинації. Соціальним ефектом є: підвищення зайнятості населення; зростання платоспроможного попиту; удосконалення існуючої системи науково-дослідної співпраці, професійної підготовки, перепідготовки фахівців та підвищення кваліфікації кадрів сфери туризму; сприяння розвитку освітніх закладів через необхідність збільшення якості підготовки та перепідготовки кадрів, задіяних у туризмі, підвищення їх кваліфікації; досягнення соціальної задоволеності місцевих мешканців у змістовному дозвіллі, оздоровчому відпочинку.

Запропоновано концепцію формування та розвитку інноваційних секторів ринку туристичних послуг України, яка передбачає пріоритетний розвиток таких секторів, як івенттуризм, промисловий та сільський туризм і формування механізмів використання специфічного туристичного потенціалу регіонів держави. Метою концепції є підвищення диверсифікації пропозиції національного туристичного продукту та підвищення конкурентоспроможності національного ринку туристичних послуг. Предметом концепції виступає забезпечення ефективного формування та інтенсивного розвитку інноваційних секторів національного ринку туристичних послуг, об'єктом – інноваційні сектори ринку туристичних послуг України, суб'єктами – органи державної та місцевої влади, юридичні та фізичні особи. Основоположні специфічні принципи формування та розвитку інноваційних секторів туристичного ринку є: екологічна безпека, безпека на туристичних об'єктах і маршрутах, сталість, доступність, рівність, зацікавленість всіх учасників.

На підставі результатів діагностики національного ринку туристичних послуг та з урахуванням детермінанти його просторово-поляризаційного розвитку визначено спектр таких цільових завдань концепції: розбудова/удосконалення інституційно-інфраструктурного забезпечення розвитку інноваційних секторів ринку туристичних послуг; розробка та впровадження освітніх програм підготовки професійних кадрів інноваційних секторів туризму; набуття передового світового досвіду та практичних навичок з управління, регулювання та розвитку інноваційних видів туризму; формування конкурентоспроможних пакетних продуктів подієвого, промислового, сільського туризму; залучення цільових іноземних інвестицій та коштів міжнародних фондів на розбудову інноваційних секторів; визначення наявного потенціалу та пріоритетних напрямів розбудови нетрадиційних та інноваційних секторів ринку туристичних послуг України; розробка цільових напрямів використання специфічного туристичного потенціалу регіону з метою розбудови інноваційних секторів.

Головні стимули та рушійні імпульси формування і розвитку інноваційних секторів ринку туристичних послуг визначено через мотиваційні важелі, ключовими з яких є: підвищення інвестиційної привабливості туристичної галузі; залучення додаткових інвестицій; підвищення в'їзних та внутрішніх туристичних потоків; підвищення інноваційної модернізації, науково-дослідного супроводу розвитку туристичної галузі; акумулювання фінансових та матеріальних ресурсів.

Детерміновано необхідність врахування стримуючих факторів реалізації концепції (низький імідж та відсутність позиціонування національного ринку туристичних послуг; низький рівень обізнаності щодо історії, історичних, культурних пам'яток, брак культури гостинності; незадовільний стан туристично привабливих об'єктів; низький рівень розвитку туристично-рекреаційної інфраструктури; відсутність якісної туристичної інформаційної підтримки; незабезпечення професійними кадрами розвитку інноваційних секторів ринку туристичних послуг; відсутність ефективного механізму взаємодії влади, бізнес-структур та громадськості щодо розробки та втілення

програм розвитку туризму), спроможних суттєво уповільнити розвиток інноваційних секторів ринку туристичних послуг України.

У результаті реалізації концепції забезпечуються формування нових напрямів розвитку туристичної галузі держави, диверсифікація національної туристичної пропозиції, стійкість та перманентність розвитку національного туристичного ринку в умовах просторової поляризації.

Для формування інфраструктурного, організаційно-економічного, інформаційного та науково-методичного забезпечення розвитку інноваційних секторів ринку туристичних послуг запропоновано інструментарій моделювання послідовних процесів і дій з накопичення туристичного потенціалу шляхом здійснення стратегічних та операційних завдань, заходів реалізації певних проектів на кожному етапі розвитку.

Обґрунтовано необхідність адаптації традиційних секторів туризму в умовах поглиблення інтеграційних процесів до світових стандартів та практик ведення бізнесу за рахунок логічно-побудованих, послідовно-реалізованих етапів, застосування аналітично-методичних прийомів та методів якісного і кількісного аналізу, враховуючи ключові проблеми, що стримують їх розвиток, потреби і ресурси, необхідні для адаптації, та потенційні джерела їх задоволення.

Визначено цільові напрями адаптації традиційних секторів туризму в умовах поглиблення інтеграційних процесів (рис. 8), серед яких: оновлення матеріально-технічної бази об'єктів туристичного обслуговування (залучення цільових іноземних інвестицій, співфінансування інноваційних високорентабельних проектів, приватних національних інвестицій та коштів міжнародних фондів на розбудову інноваційних секторів, а також шляхом розбудови державно-приватного партнерства у сфері туризму і курортів); перехід на міжнародні стандарти ISO у сфері туризму (забезпечення прогресивного розвитку національної системи стандартизації шляхом гармонізації національних стандартів з міжнародними та європейськими); перехід на міжнародні стандарти, які забезпечують сталий розвиток туризму (заохочення суб'єктів ринку туристичних послуг до добровільного впровадження в практику господарювання міжнародних стандартів ISO у сфері туризму, а також стандартів, які забезпечують сталий розвиток туризму); впровадження рекомендованої UNWTO системи сателітних рахунків туризму (удосконалення системи статистичної звітності у сфері туризму та курортів, досягнення високого рівня внутрішньої узгодженості статистики туризму з загальною статистичною системою країни, формування можливості визначення вагомості туризму для національної економіки та обсягів туристського споживання, проведення оцінки економічної ефективності туризму для держави, сприяння міжнародної порівнянності та гармонізації національних даних щодо статистики туризму).

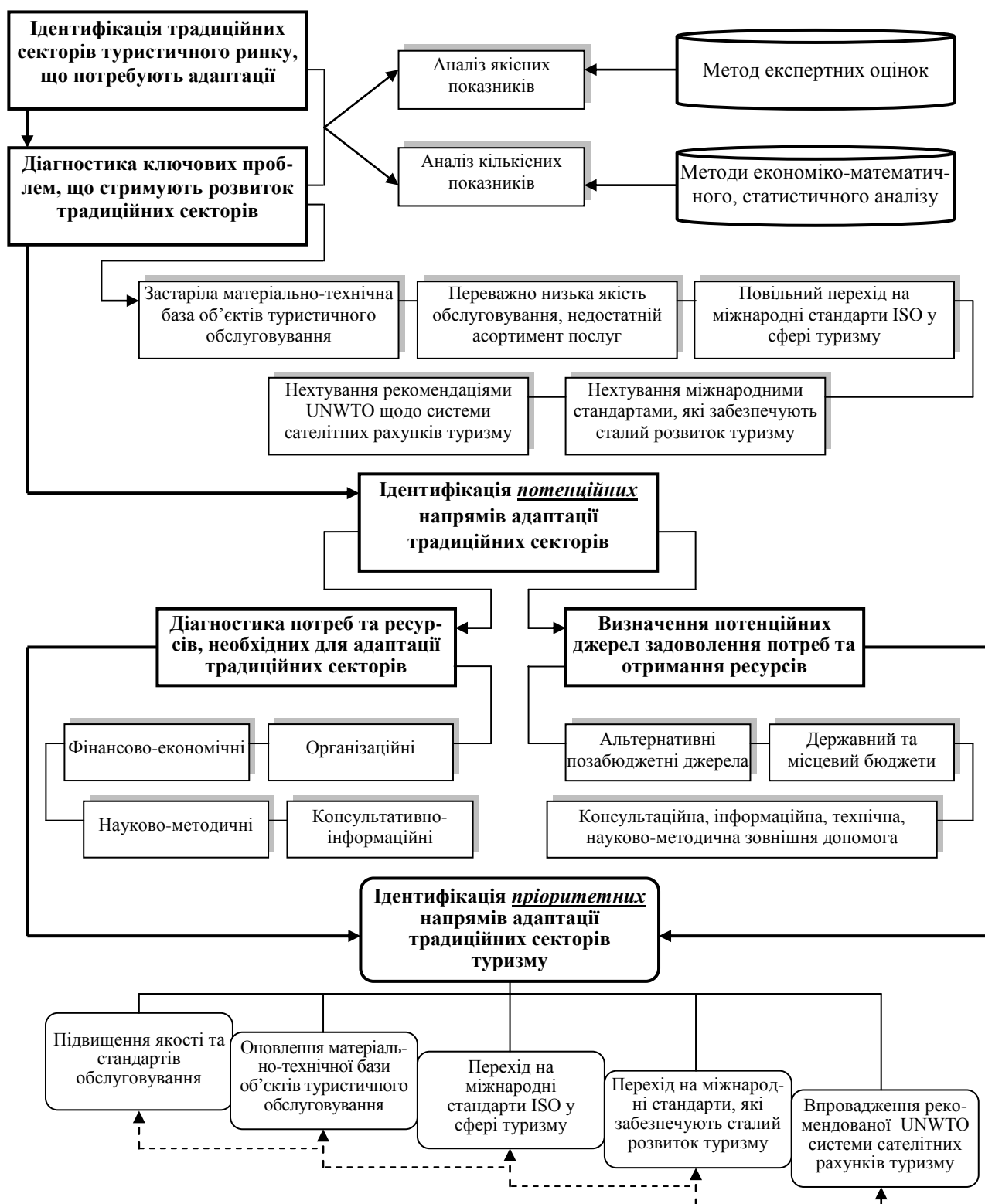


Рис. 8. Визначення пріоритетних напрямів адаптації традиційних секторів туризму

Запропоновано здійснювати оновлення матеріально-технічної бази об'єктів туристичного обслуговування на умовах державно-приватного партнерства. Для цього розроблено концептуальну модель, в якій обґрунтовано довгострокове співробітництво та взаємодію держави та суб'єктів ринку туристичних послуг. Основними елементами моделі є:

суб'єкти (державні та приватні партнери); об'єкти (існуючі, зокрема відтворювані об'єкти туристичного обслуговування та створювані або придбані об'єкти туристичного обслуговування в результаті виконання договору); принципи (рівність партнерів перед законом, заборона будь-якої дискримінації прав партнерів, узгодження інтересів партнерів, забезпечення вищої ефективності діяльності, незмінність протягом строку дії договору, справедливий розподіл ризиків, визначення приватного партнера на конкурсних засадах); правові засади; джерела фінансування (фінансові ресурси приватного партнера, запозичені фінансові ресурси, кошти державного та місцевих бюджетів); порядок прийняття рішення про здійснення державно-приватного партнерства, напрями його реалізації та визначення приватного партнера.

ВИСНОВКИ

У дисертаційній роботі здійснено нове вирішення наукової проблеми – формування методологічних, концептуальних та прикладних основ забезпечення розвитку ринку туристичних послуг в умовах просторової поляризації. На підставі отриманих результатів сформульовано такі висновки:

1. Визначено сутність туристичної послуги як об'єкта ринкових відносин, потреба у якому виникає під час туристичної поїздки/подорожі та при підготовці до неї і дозволяє задовольнити туристський попит у характерних та супутніх послугах суб'єктами ринку туристичних послуг.

Запропоновано класифікацію туристичних послуг, яка базується на таких ознаках: інтенсивність попиту; обсяг туристського споживання; впровадження нововведень; залученість до створення туристичного продукту; економічна основа, географічна ознака; вид туристичних ринків; ставлення до туристського споживання; тривалість; місце придбання та споживання; відчутність; джерело фінансування; характер споживання; характер попиту. Обґрунтовано специфічні ознаки туристичної послуги, а саме: нездатність до збереження; схильність до сезонного коливання попиту; значна статичність; територіальна роз'єднаність споживача та виробника; нерозривність виробництва і споживання; неможливість оцінити послугу до її купівлі та споживання; невідчутність; мінливість якості обслуговування; наявність емерджентності та синергії.

2. Систематизація теоретичних напрацювань щодо категорії „ринок туристичних послуг” дозволила виокремити підходи до його трактування: системний, комунікаційний, збутовий, інституційний та часово-просторовий, уточнити його сутність, а також ідентифікувати як інтегровану систему перетворення природно-рекреаційних ресурсів на грошові кошти у процесі економічних відносин між суб'єктами туристичного бізнесу з приводу виробництва, реалізації та споживання туристичних продуктів і послуг в умовах мінливого зовнішнього середовища та багатоаспектного впливу історично-сформованих базових та інноваційних детермінант. Поглиблено типологію суб'єктів ринку туристичних послуг за рахунок виокремлення

спеціальної ознаки, а саме характеру залучення до створення, просування та реалізацію туристичного продукту. Удосконалено модель взаємодії суб'єктів ринку туристичних послуг на підґрунті врахування виду економічної діяльності суб'єктів і типу виробленого ними окремого компонента комплексного туристичного продукту – туристичної послуги. Запропонована модель окреслює характер взаємодії, зв'язки продуцентів, виробників комплексного туристичного продукту та дистриб'юторів готового туристичного продукту на ринку туристичних послуг.

3. Розроблено механізм забезпечення розвитку ринку туристичних послуг, який базується на двох взаємообумовлених платформах: теоретико-методологічній, репрезентованій консеквентними стадіями формування ринку, моделями розвитку ринку, його законами, функціями, та організаційно-економічній, представленій взаємодією суб'єктів ринку, об'єктом якої є туристична послуга/продукт, з урахуванням тенденцій розвитку та специфічних властивостей ринку, а також ринково-формуючих факторів.

4. Встановлено, що просторова поляризація ринку туристичних послуг відображає нерівномірність розвитку туристичного простору у вигляді якісного і кількісного розривів між елементами ієрархічної структури архітекtonіки туристичного ринку, що виникає в результаті диспропорції розподілу та перерозподілу природно-рекреаційних та соціально-економічних ресурсів й формується під впливом історично сформованих та інноваційних детермінант. Здійснено типізацію моделей розвитку ринку туристичних послуг, побудованих на закономірностях взаємодії ядра та периферії („Центр”, „Напівпериферія”, „Передова периферія”, „Глибока периферія”) за допомогою специфічних ознак, а саме: інтенсивність зростання ринку, туристичних потоків; концентрація туристичного попиту; інноваційність розвитку туризму; залученість до світового туристичного ринку; диверсифікація туристичної пропозиції; освоєння нових туристично-рекреаційних зон, транснаціоналізація туристичного бізнесу. Класифіковано детермінанти формування просторової поляризації розвитку ринку туристичних послуг на підставі запропонованих ознак, згрупованих у два блоки: історично-сформовані базові (природно-ресурсні, соціально-демографічні) та інноваційні детермінанти (інституційно-інфраструктурні, промислово-господарські, інноваційні, політико-економічні, інтеграційні, глобалізаційні та зовнішньоорієнтовані).

5. Запропоновано науково-методичний підхід до дослідження архітектури і трансформації поляризаційних процесів ринку туристичних послуг, який базується на обґрунтуванні співвідношення ключових параметрів розвитку ринків туристичних послуг – інтенсивності туристичних потоків та інтегрального показника на полі поліфакторної матриці. Ключову роль інтерпретації отриманих даних відіграє розроблена інтервальна шкала ранжування ринків, застосування якої дозволяє здійснити ієрархізацію структури ринку туристичних послуг та визначити вектори її трансформації.

6. Дослідження світового ринку туристичних послуг дозволило встановити такі особливості: значні диспропорції в обсягах туристичних потоків за регіонами світу; диференціацію економічного внеску ринків

туристичних послуг світових макро- та мезорегіонів до регіональних економік; стали дивергенцію між ринками лідерами та периферійними ринками за динамікою внеску туристичної галузі до ВВП; нерівномірність обсягів капітальних інвестицій в туристичну галузь на туристичних ринках макрорегіонів світу; значну розбіжність у розмірах кількості зайнятого населення у туристичній галузі на світовому ринку туристичних послуг.

7. На підставі аналізу розвитку національного ринку туристичних послуг встановлено тенденцію до збільшення обсягів як в'їзних, так і виїзних туристичних потоків, зменшення обсягів прямого і опосередкованого внесків туристичної галузі України до ВВП, зниження обсягів капітальних інвестицій в туризм, зниження кількості зайнятого населення у туристичній галузі держави, низький рівень конкурентоспроможності туристичної галузі країни на світовому ринку туристичних послуг, незважаючи на наявність значних культурно-історичних, інфраструктурних та соціальних ресурсів. Встановлено, що центрами підприємницької діяльності у туристичній галузі є м. Київ, Дніпропетровська, Харківська, Одеська, Львівська та Запорізька області. Периферію утворюють Луганська, Донецька, Кіровоградська, Тернопільська та Житомирська області. Оцінка інституційно-правового забезпечення розвитку ринку туристичних послуг дозволила обґрунтувати необхідність: гармонізації національного законодавства у сфері туризму з законодавством ЄС; приведення національних стандартів у відповідність до міжнародних; переходу на міжнародні стандарти ISO у сфері туризму та стандарти, які забезпечують сталий розвиток туристичного бізнесу. Визначено місце національного ринку туристичних послуг у ієрархічній структурі європейського туристичного простору за внеском туристичної галузі до ВВП, а також ступінь близькості досліджуваних ринків. Визначено подібні до України країни ЄС за гомогенним внеском туристичної галузі до ВВП, а саме Грецію, Кіпр, Мальту та Естонію, які утворюють окремий кластер на європейському туристичному ринку.

8. Сформовано концепцію управління розвитком ринку туристичних послуг на засадах кумулятивної взаємодії інституційно-правового, соціально-економічного, інтеграційного векторів, яка передбачає врахування впливу факторів просторової поляризації ринку туристичних послуг, дотримання специфічних принципів та стратегічних пріоритетів, що дозволяє створювати системні комплексні умови забезпечення перманентного розвитку ринку туристичних послуг;

9. Удосконалено механізм формування та реалізації стратегії розвитку ринку туристичних послуг в умовах просторової поляризації, в який введено такі елементи: визначення детермінант, деструкторів розвитку ринку туристичних послуг; оцінка організаційно-типологічних характеристик ринку туристичних послуг; встановлення цілей, типу стратегії та стратегічних пріоритетів; забезпечення послідовності дій з генерування стратегії розвитку ринку туристичних послуг з урахуванням поляризації туристичного простору.

10. Сформовано інтеграційну стратегію розвитку ринку туристичних послуг України, забезпечення досягнення мети та вирішення поставлених

завдань якої запропоновано здійснювати за рахунок реалізації стратегічних векторів (позиціонування національного ринку на європейському туристичному просторі, поширення принципів сталого розвитку туризму, активне залучення України до міжнародних туристичних організацій, розширення міжнародного співробітництва з іншими державами, гармонізація національного законодавства у сфері туризму з міжнародним), які паралельно та поступово впроваджуються через процесуальний полістадійний механізм її реалізації.

11. Розроблено модель аутентичного управління розвитком ринку туристичних послуг, яка враховує автентичність культурно-історичних ресурсів, асиметричність інфраструктурного та соціально-економічного розвитку, просторову поляризацію розміщення природно-кліматичних та рекреаційних факторів розвитку локальних ринків туристичних послуг. Модель базується на ряді принципів й передбачає використання специфічних механізмів аутентичного управління.

Запропоновано концепцію формування та розвитку інноваційних секторів ринку туристичних послуг України, теоретико-методологічним підґрунтям якої є комплекс конститутивних елементів, а саме мета, предмет, об'єкт, суб'єкти, специфічні принципи. Крім того, враховано стримуючі фактори, мотиваційні важелі, цільові завдання. Концепція дозволяє виокремити пріоритетність розвитку таких секторів, як івенттуризм, промисловий та сільський туризм, й сформуванню механізмів використання специфічного туристичного потенціалу регіонів держави.

12. Визначено цільові напрями адаптації традиційних секторів туризму в умовах поглиблення інтеграційних процесів до провідних світових стандартів та практик ведення бізнесу, серед яких: оновлення матеріально-технічної бази об'єктів туристичного обслуговування; перехід на міжнародні стандарти ISO та інші міжнародні стандарти, які забезпечують сталий розвиток сфери туризму; впровадження рекомендованої UNWTO системи сателітних рахунків туризму.

СПИСОК ПУБЛІКАЦІЙ ЗДОБУВАЧА ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

Наукові праці, в яких опубліковані основні наукові результати дисертації

Монографії

1. Горіна Г.О. Ринок туристичних послуг: управління розвитком в умовах просторової поляризації: монографія / Г.О. Горіна. – Кривий Ріг: Чернявський Д.О., 2016. – 305 с.

2. Горіна Г. Специфіка просторової поляризації туристичних мезорегіонів / G.Gorina // *Aspekty informacyjne rozwoju systemów społeczno-gospodarczych*. – Katowice, Poland: Wydawnictwo Wyższej Szkoły Technicznej w Katowicach, 2016. – P. 176–184.

Статті у наукових фахових виданнях України

3. Горіна Г.О. Модернізація як інструмент перманентного розвитку соціально-економічних систем / Г.О. Горіна, В.С. Білозубенко,

О.В. Абрашка // Вісник ДонНУЕТ. – 2013. – №3 (59). – С. 57–65. *Особистий внесок полягає в узагальненні теоретико-методологічних засад модернізації як інструменту забезпечення перманентного розвитку соціально-економічних систем.*

4. Горіна Г.О. Конкурентоспроможність сектору подорожей і туризму України на міжнародному туристичному ринку / Г.О. Горіна // Проблеми и перспективы развития сотрудничества между странами Юго-Восточной Европы в рамках Черноморского экономического сотрудничества и ГУАМ: сб. науч. трудов. – Винница: ДонНУ, 2014. – С. 64–67.

5. Горіна Г.О. Соціально-економічне значення туристичної галузі в економіці держави / Г.О. Горіна // Вісник Чернігівського державного технологічного університету. Серія „Економічні науки”: зб. наук. праць. – Чернігів: Черніг. нац. технол. ун-т, 2014. – № 4 (76). – С. 104–109.

6. Горіна Г.О. Місце України на міжнародному туристичному ринку / Г.О. Горіна // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія: Економічні науки : зб. наук. праць. – Полтава: Полтав. ун-т екон. і торгівлі, 2014. – № 3 (65). – С. 61–66.

7. Горіна Г.О. Роль туристичної галузі у підвищенні зайнятості населення в Україні / Г.О. Горіна // Глобальні та національні проблеми економіки [Електронне наукове видання]. – Миколаїв : Миколаївський нац. ун-т імені В.О. Сухомлинського, 2015. – № 4. – С. 133–135.

8. Горіна Г.О. Систематизація наукових підходів до визначення економічних рівнів конкуренції в туризмі / Г.О. Горіна // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Економічні науки: зб. наук. праць. – Херсон: Херсон. держ. ун-т, 2015. – Вип. 14, Ч. 2. – С. 21–24.

9. Горіна Г.О. Діагностика міжнародних документів, що забезпечують концептуальну основу сталого розвитку туризму / Горіна Г.О. // Глобальні та національні проблеми економіки [Електронне наукове видання]. – Миколаїв : Миколаївський нац. ун-т імені В.О. Сухомлинського, 2016. – №10. – Режим доступу: <http://global-national.in.ua/issue-10-2016>

10. Горіна Г.О. Трансформація просторової поляризації світового туристичного ринку / Г.О. Горіна // Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. – 2016. – Вип. 7. – С. 88–92.

11. Горіна Г.О. Компаративний аналіз підходів до територіального районування світу за туристичними регіонами міжнародними інститутами / Г.О. Горіна // Економіка та суспільство [Електрон. наук. фах. вид.]. – Мукачево : Мукачівський держ. ун-т, 2016. – № 3. – С. 311–316. – Режим доступу: http://www.economyandsociety.in.ua/journal/3_ukr/55.pdf

12. Горіна Г.О. Характеристика інфраструктурної складової дослідження середовища формування стратегії розвитку ринку туристичних послуг / Г.О. Горіна // Вісник Донецького національного університету економіки і торгівлі ім. Михайла Туган-Барановського. Серія: Економічні науки 2016. – № 2 (63). – С. 121–127.

13. Горіна Г.О. Характерні особливості та специфіка взаємодії туристичних підприємств / Г.О. Горіна // Економічний вісник Запорізької державної інженерної академії. – 2016. – Вип. 4–1. – С. 76–81.

14. Горіна Г.О. Методологічні основи дослідження тенденцій та особливостей розвитку суб'єктів туристичної діяльності України / Г.О. Горіна // Вісник Дніпропетровського університету. Серія : Економіка. – 2016. – Т. 24, Вип. 10/1. – С. 106–113.

15. Горіна Г.О. Загальнодержавні вектори інституційно-правового забезпечення розвитку туризму / Г.О. Горіна // Торгівля і ринок України : темат. зб. наук. праць / Донец. нац. ун-т екон. і торгівлі ім. Михайла Туган-Барановського. – Кривий Ріг: ДонНУЕТ, 2016. – № 39–40. – С. 49–55.

16. Горіна Г.О. Стратегічні пріоритети розвитку ринку туристичних послуг України в умовах поглиблення інтеграційних процесів / Г.О. Горіна // Вісник Донецького національного університету економіки і торгівлі ім. Михайла Туган-Барановського. Серія : Економічні науки. – 2016. – №3 (64). – С. 103–109.

17. Горіна Г.О. Концептуальні засади формування та розвитку інноваційних секторів ринку туристичних послуг України / Г.О. Горіна // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія : Економічні науки : зб. наук. праць. – Полтава: Полтав. ун-т екон. і торгівлі, 2016. – № 5(77). – С. 261–270.

Статті у виданнях України, внесених до міжнародних наукометричних баз

18. Горіна Г.О. Дослідження впливу туристичної галузі на зайнятість населення: теоретичний аспект / Г.О. Горіна // Вісник Маріупольського державного університету. Серія: Економіка. – 2015. – №9. – С. 113–119¹.

19. Gorina G.O. Activities of the international organizations and associations in the travel&tourism industry / G.O. Gorina // Актуальні проблеми економіки. – 2015. – №10(172). – С. 13–18².

20. Горіна Г.О. Проблематика впровадження методології сателітних рахунків індустрії туризму / Г.О. Горіна // Актуальні проблеми економіки. – 2015. – №11(173). – С. 380–384³.

21. Горіна Г.О. Конкурентоспроможність країн у туристичній галузі: нові підходи до визначення / Г.О. Горіна // Вісник Хмельницького національного університету : Економічні науки. – 2015. – Т. 1, №4(226). – С. 203–207⁴.

22. Горіна Г.О. Термінологічні аспекти просторової поляризації світового туристичного ринку / Г.О. Горіна // Економіка. Управління. Інновації. Серія : Економічні науки [Електрон. наук. фак. вид.] – 2016. – № 1. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/eui_2016_1_6⁵

¹Міжнародні наукометричні бази: IndexCopernicus, RePEc, Ulrich'sPeriodicalsDirectory.

²Міжнародні наукометричні бази: Scopus, EBSCOhost, Ulrich's Periodicals Directory.

³Міжнародні наукометричні бази: Scopus, EBSCOhost, Ulrich's Periodicals Directory.

⁴Міжнародні наукометричні бази: IndexCopernicus.

⁵Міжнародні наукометричні бази: Google Scholar.

23. Горіна Г.О. Соціально-економічні аспекти розвитку ринку туристичних послуг країн ЄС / Г.О. Горіна // Вісник Одеського національного університету. Серія : Економіка. – 2016. – Т. 21, № 1. – С. 36–40⁶.

24. Горіна Г.О. Систематизація наукових підходів до визначення сутності поняття „просторова поляризація” / Г.О. Горіна // Бізнес Інформ. – 2016. – №6. – С. 19–24⁷.

25. Горіна Г.О. Фактори формування просторової поляризації соціально-економічного розвитку регіонів / Г.О. Горіна // Вісник Хмельницького національного університету : Економічні науки. 2016. – Том 1, №4 (226). – С. 187–191⁸.

26. Горіна Г.О. Сутність та особливості типології туристичних підприємств як суб'єктів управління / Г.О. Горіна // Науковий вісник Міжнародного гуманітарного університету. Серія: Економіка і менеджмент. – 2016. – Вип. 20. – С. 46–49⁹.

27. Горіна Г.О. Дослідження етимології поняття „економічний простір” як базису категоріального апарату феномену просторової поляризації / Г.О. Горіна // Агросвіт. – 2016. – № 17. – С. 60–65¹⁰.

28. Горіна Г.О. Генеза поняття та специфічні ознаки туристичних послуг як об'єкта ринкових відносин / Г.О. Горіна // Інтелект ХХІ. – 2016. – № 6. – С. 53–60¹¹.

29. Горіна Г.О. Моделювання аутентичного управління розвитком ринку туристичних послуг / Г.О. Горіна // Економічний простір. – 2017. – № 111. – С. 66–74¹².

30. Горіна Г.О. Концепція формування та управління розвитком ринку туристичних послуг в умовах просторової поляризації / Г.О. Горіна // Інвестиції: практика та досвід. – 2017. – № 2. – С. 16–21¹³.

Наукові праці, які засвідчують апробацію матеріалів дисертації

31. Горіна Г.О. Аналіз підходів до визначення сутності поняття „ринок” / Г.О. Горіна // Бізнес та умови його розвитку: національний та міжнародний дискурси : матеріали III Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції, 15–17 травня 2012 р. – м. Донецьк: ДонНУЕТ, 2012. – С. 71–73.

32. Горіна Г.О. Сутнісний аналіз понять „сфера послуг” та „ринок послуг” / Г.О. Горіна // Економічна політика країн ЄС: матеріали V Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції, 23-25 жовтня 2013 р. – м. Донецьк: ДонНУЕТ, 2013. – С. 77–79.

33. Горіна Г.О. Роль туристичної галузі у розвитку національної економіки / Г.О. Горіна // Матеріали за 11-а міжнародна научна практична

⁶ Міжнародні наукометричні бази: GoogleScholar, IndexCopernicus.

⁷ Міжнародні наукометричні бази: Ulrich's Periodicals Directory, Index Copernicus, Google Scholar.

⁸ Міжнародні наукометричні бази: Index Copernicus.

⁹ Міжнародні наукометричні бази: GoogleScholar.

¹⁰ Міжнародні наукометричні бази: Index Copernicus, SIS, Google Scholar.

¹¹ Міжнародні наукометричні бази: Google Scholar.

¹² Міжнародні наукометричні бази: Index Copernicus, Google Scholar.

¹³ Міжнародні наукометричні бази: Index Copernicus, SIS, Google Scholar.

конференція „Ключові въпроси в съвременната наука”, – Икономики. София. „Бял ГРАД-БГ” ООД, 2015. – Т. 5. – С. 62–64.

34. Горіна Г.О. Аналіз географічної структури туристичних потоків України / Г.О. Горіна // Економіка і управління в умовах глобалізації : матеріали IV Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції, 21 травня 2015 р. – Кривий Ріг: ДонНУЕТ, 2015. – С. 122–124.

35. Горіна Г.О. Туристична ринкова інфраструктура як чинник стійкого розвитку економіки держави / Г.О. Горіна // Актуальні проблеми сучасного економіко-гуманітарного дискурсу в Україні: матеріали міжвузівського наук.-теор. семінару, 15 травня 2015 р. – Кривий Ріг: ДонНУЕТ, 2015. – С. 98–100.

36. Gorina G. Estimation of competitiveness of the world regions in the travel and tourism sector / G. Gorina // Інноваційна інфраструктура України: стан та аналіз умов розвитку: тези доповідей Міжнародної науково-практичної конференції, 20–21 листопада 2015 р., ГО „Центр економічних досліджень та розвитку”. – Одеса: ЦЕДР, 2015. – С. 17–19.

37. Горіна Г.О. Просторова поляризація світового туристичного ринку / Г.О. Горіна // Маркетинг і менеджмент в системі національних і світових економічних інтересів: матеріали I Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції (21 січня 2016 р.). – Кривий Ріг: ДонНУЕТ ім. Михайла Туган-Барановського, 2016. – С. 46–49.

38. Горіна Г.О. Теоретичні та практичні аспекти дослідження міжнародних туристських витрат / Г.О. Горіна // Шляхи вдосконалення економічного потенціалу країни: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, 19–20 лютого 2016 р. – К.: ГО „Київський економічний науковий центр”, 2016. – С. 6–9.

39. Gorina G. International tourism as a key to the regional development / G. Gorina // Zbiór artykułów naukowych Konferencji Międzynarodowej Naukowo-Praktycznej „Współczesne tendencje w naucei edukacji” (30.01.2016 – 31.01.2016). – Warszawa: Wydawca: Sp. z o.o. „Diamond trading tour”, 2016. – P. 120–122.

40. Горіна Г.О. Інституціональні аспекти сталого розвитку міжнародного туризму / Г.О. Горіна // Zbiór artykułów naukowych. Konferencji Międzynarodowej Naukowo-Praktycznej „Nauka wczoraj, dziś, jutro” (28.02.2016). – Warszawa: Wydawca: Sp. z o.o. „Diamond trading tour”, 2016. – P. 57–58.

41. Горіна Г.О. Теоретичні підходи до визначення просторової поляризації світового туристичного ринку / Г.О. Горіна // Глобалізаційні процеси в розвитку національних економік: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, 31 березня 2016 р. (ЛКА, м. Львів). Ч. 1. – Тернопіль: Крок, 2016. – С. 47–49.

42. Горіна Г.О. Модифікації ієрархічної структури світового туристичного ринку в умовах просторової поляризації / Г.О. Горіна // Актуальні напрями забезпечення ефективності економіки країни: матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції (м. Запоріжжя, 10–11 червня 2016 року) / Східноукраїнський інститут економіки та управління. – У 2-х ч. – Запоріжжя: ГО „СІЕУ”, 2016. – Ч. 1. – С. 128–131.

43. Горіна Г.О. Теоретичні підходи до визначення сутності поняття „просторова поляризація” / Г.О. Горіна // Стратегія збалансованого використання економічного, технологічного та ресурсного потенціалу країни: матеріали II Міжнародної науково-практичної конференції, 1 червня 2016 р. (ПДАТУ, м. Кам'янець-Подільський). – Тернопіль : Крок, 2016. – С. 104–107.

44. Gorina G. Estimation of the regions competitiveness in the world tourism market polarized structure / G. Gorina, A. Filiptsov // Бізнес та умови його розвитку: національний та міжнародний дискурси: матеріали VI Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції, 15 червня 2016 р. – Кривий Ріг: ДонНУЕТ, 2016. – С. 43–45.

Особистий внесок: здійснено аналіз конкурентоспроможності туристичних регіонів світу у сфері подорожей і туризму.

45. Горіна Г.О. Культурно-розважальна складова інфраструктури туризму України / Г.О. Горіна // Реформування економічної системи країни в контексті міжнародного співробітництва: тези доповідей Всеукраїнської науково-практичної конференції (м. Одеса, 22–23 липня 2016 р.) / ГО „Центр економічних досліджень та розвитку”. – Одеса: ЦЕДР, 2016. – С. 37–38.

46. Горіна Г.О. Оцінка стану готельного господарства України як складової туристичної інфраструктури / Г.О. Горіна // Науковий диспут: питання економіки, підприємництва та фінансів: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (м. Дніпропетровськ, 5–6 серпня 2016 р.). – Дніпропетровськ: НО „Перспектива”, 2016. – С. 40–42.

Наукові праці, які додатково відображають наукові результати дисертації

47. Горіна Г.О. Оцінка конкурентоспроможності регіонів світу у секторі подорожей і туризму / Г.О. Горіна // Вісник Донецького національного університету економіки і торгівлі ім. Михайла Туган-Барановського. Серія: Економічні науки. 2015. – №1 (62). – С. 93–101.

48. Горіна Г.О. Концептуальні засади та перспективи розвитку туристичної індустрії України / Г.О. Горіна // Торгівля і ринок України: зб. наук. праць. / Донец. нац. ун-т екон. і торгівлі ім. Михайла Туган-Барановського. – Кривий Ріг: ДонНУЕТ, 2015. – №38. – С. 45–53.

49. Горіна Г.О. Участь України в міжнародній торгівлі послугами / Г.О. Горіна // Міжнародна економічна діяльність України : навч. посіб. / за ред. О.Б. Чернеги. – 2-ге вид., оновл. і доп. / О.Б. Чернега, А.С. Маловичко, В.Ю. Матвеева, Т.Г. Шеремет, Г.О. Горіна та ін. – Донецьк: ТОВ „Східний видавничий дім”, 2013. – 600 с. [С. 168–211].

АНОТАЦІЯ

Горіна Г.О. Розвиток ринку туристичних послуг України в умовах просторової поляризації. – Рукопис.

Дисертація на здобуття наукового ступеня доктора економічних наук за спеціальністю 08.00.03 – економіка та управління національним господарством. – Вищий навчальний заклад „Університет імені Альфреда Нобеля”. – Дніпро, 2017.

У дисертації наведено комплексне вирішення наукової проблеми обґрунтування теоретико-методологічних засад розвитку ринку туристичних послуг України в умовах просторової поляризації та розробки концептуальних настанов й практичних рекомендацій щодо удосконалення управлінських процесів.

Обґрунтовано сутність туристичної послуги, уточнено її класифікаційні характеристики. Удосконалено модель взаємодії суб'єктів ринку туристичних послуг за їх розширеною класифікацією. Обґрунтовано механізм забезпечення розвитку ринку туристичних послуг.

Поглиблено змістове наповнення поняття „просторова поляризація ринку туристичних послуг”. Розширено категоріально-термінологічний апарат управління розвитком ринку туристичних послуг. Запропоновано науково-методичні засади дослідження архітектури і трансформації поляризаційних процесів ринку туристичних послуг.

Проведено аналіз розвитку світового ринку туристичних послуг в умовах просторої поляризації. Досліджено сучасні тенденції та особливості розвитку національного ринку туристичних послуг.

Запропоновано концепцію управління розвитком ринку туристичних послуг України в умовах просторової поляризації. Обґрунтовано механізм формування та реалізації стратегії розвитку ринку туристичних послуг України. Запропоновано інтеграційну стратегію розвитку ринку туристичних послуг України.

Розроблено модель аутентичного управління розвитком ринку туристичних послуг України. Обґрунтовано концепцію формування та розвитку інноваційних секторів ринку туристичних послуг України. Визначено цільові напрями адаптації традиційних секторів туризму України в умовах поглиблення інтеграційних процесів.

Ключові слова: туризм, послуга, ринок туристичних послуг, просторова поляризація, розвиток.

АННОТАЦІЯ

Горина А.А. Развитие рынка туристических услуг Украины в условиях пространственной поляризации – Рукопись.

Диссертация на соискание ученой степени доктора экономических наук по специальности 08.00.03 – экономика и управление национальным хозяйством. – Высшее учебное заведение „Университет имени Альфреда Нобеля”. – Днепро, 2017.

В диссертации представлено комплексное решение научной проблемы обоснования теоретико-методологических основ развития рынка туристических услуг Украины в условиях пространственной поляризации, разработки концептуальных установок и практических рекомендаций по управлению его развитием.

Определено понятие, классификационные критерии, специфические признаки и особенности туристических услуг как объекта рыночных

отношений. Выделены характерные признаки и различия туристической услуги и туристического продукта. Обобщены теоретические основы исследования рынка туристических услуг, подходы к его сегментации и дифференциации. Обоснованы особенности типологии и системного взаимодействия субъектов рынка туристических услуг. Предложена классификация туристических предприятий по характеру вовлечения в создание туристического продукта. Определены специфические признаки и различия между туристическими операторами и туристическими агентами. Усовершенствована модель взаимодействия субъектов рынка туристических услуг, которая базируется на четырех динамично взаимодействующих этапах процесса движения туристического продукта. Разработаны методологические основы исследования развития рынка туристических услуг. Обоснованы теоретико-методологическое и организационно-экономическое обеспечение развития рынка туристических услуг. Предложена классификация специфических угроз и рисков развития рынка туристических услуг. Проведена сравнительная характеристика стадий развития рынка туристических услуг согласно выделенным критериям.

Исследованы теоретические аспекты феномена пространственной поляризации. Определена сущность и подходы к пространственной организации рынка туристических услуг. Выделены модели развития рынков туристических услуг, а именно „Центр”, „Полупериферия», „Передовая Периферия”, „Глубокая Периферия”. Предложена классификация детерминант формирования пространственной поляризации развития рынка туристических услуг, которая включает девять классификационных признаков, объединенных в два блока: исторически сформированные базовые детерминанты и инновационные детерминанты. Разработан научно-методический подход к исследованию архитектуры и трансформации поляризационных процессов на рынке туристических услуг. На основе предложенного научно-методического подхода осуществлена оценка модификаций в поляризованной системе мирового туристического рынка на мезоуровне экономики туризма среди международных географических субрегионов.

Выполнен анализ и установлены особенности развития мирового рынка туристических услуг в условиях усиления процессов пространственной поляризации, разработан методический инструментарий его оценки. Осуществлена диагностика современного состояния, тенденций развития и особенностей институционально-правового обеспечения развития рынка туристических услуг Украины, определены подходы к его диагностике. Проведен анализ деятельности субъектов рынка туристических услуг Украины. Предложены сценарии развития рынка туристических услуг в зависимости от полноты реализации концепции. Разработан механизм формирования и реализации стратегии развития рынка туристических услуг. Сформирован блок целевых задач реализации стратегии развития рынка туристических услуг.

Разработаны концепция управления развитием рынка туристических услуг в условиях пространственной поляризации и матрица взаимосвязи стратегических приоритетов, целевых ориентиров и векторов реализации

концепции, определены этапы и ожидаемые эффекты ее внедрения. Предложена система взаимодействующих элементов механизма реализации стратегии, объединенных в три взаимосвязанных блока: функциональные элементы, ресурсное и процессуальное обеспечение реализации стратегии. Сформирована интеграционная стратегия развития рынка туристических услуг. Разработаны механизмы взаимодействия Украины с международными туристическими организациями и ассоциациями, гармонизации и адаптации национального законодательства в сфере туризма с законодательством ЕС. Определен процессуальный механизм реализации интеграционной стратегии развития рынка туристических услуг.

Предложена модель аутентичного управления развитием рынка туристических услуг. Разработана двухфакторная матрица атрибуции релевантных механизмов аутентичного управления развитием рынка туристических услуг. Исследованы модели государственного участия в регулировании и управлении развитием локальных рынков туристических услуг. Установлена регламентация полномочий органов государственной власти и локальных органов, которые осуществляют управление и регулирование в области туризма. Разработана концепция формирования и развития инновационных секторов рынка туристических услуг Украины. Сформированы научно-методический подход к определению приоритетных направлений развития инновационных секторов рынка туристических услуг Украины и механизм использования специфического туристического потенциала региона и формирования инновационных секторов рынка туристических услуг. Обоснованы целевые направления адаптации традиционных секторов туризма Украины в условиях углубления интеграционных процессов.

Ключевые слова: услуга, туризм, рынок туристических услуг, пространственная поляризация, развитие.

SUMMARY

Gorina G.O. Ukrainian tourism market development within the framework of spatial polarization. – Manuscript.

Dissertation for Doctor's Degree in Economics within the area of study 08.00.03 – Economics and Management of National Economy. - Higher education institution „Alfred Nobel University”. – Dnipro, 2017.

The dissertation deals with a comprehensive solution of the research problem of justification for theoretical and methodological foundations of Ukraine's tourism market development within the framework of spatial polarization, working-out of conceptual directives and practical recommendations for improvement of management processes.

The substance of tourist service is justified and classificational characteristics of this service are specified. The model of interaction of the tourist market participants by their advanced classification is retrofitted. The scheme for facilitating of tourism market development is substantiated.

A better understanding of the meaningfulness of the notion "spatial polarization of tourism market" has been gained. The framework of categories and terms for the area of management of development of tourism market has been enhanced. A research and methodological basis for the study of architecture and transformation of polarization processes of tourism market is offered.

The analysis of the global tourism market in the context of the spatial polarization is carried out. Current trends and features of the national tourism market have been researched.

A management concept of Ukraine's tourism market development in the context of spatial polarization is initiated. The mechanism of development and implementation of growth strategy of the tourism market of Ukraine is substantiated. An integration strategy for growth of the tourism market of Ukraine is offered.

The model of authentic management of development of Ukraine's tourism market is worked out. The concept of formation and development of innovative sectors of Ukraine's tourism market is substantiated. Target areas of adaptation of traditional sectors of Ukraine's tourism in the context of deepening of integration processes are determined.

Key words: service, tourism, tourism market, spatial polarization, development.

Наукове видання

ГОРІНА ГАННА ОЛЕКСАНДРІВНА

**РОЗВИТОК РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ УКРАЇНИ
В УМОВАХ ПРОСТОРОВОЇ ПОЛЯРИЗАЦІЇ**

Спеціальність 08.00.03 – економіка та управління національним господарством

АВТОРЕФЕРАТ

дисертації на здобуття наукового ступеня
доктора економічних наук

Підписано до друку 25.05.2017 р.

Формат 60×84/16. Папір офсетний. Оперативна поліграфія.
Ум.-др. арк. 1,9. Обл.-вид. арк. 2,01. Тираж 120 пр. Зам. №

Віддруковано