

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАДИМА ГЕТЬМАНА

Факультет економіки та управління
Кафедра економічної теорії

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА

Економічна аналітика

ГАЛУЗЬ ЗНАНЬ

**05 Соціальна та поведінкові
науки**

СПЕЦІАЛЬНІСТЬ

051 Економіка

Форма навчання: очна (денна)

КВАЛІФІКАЦІЙНА БАКАЛАВРСЬКА РОБОТА

на тему «Аналітичне оцінювання сталого розвитку малого підприємства»

здобувача Грабчак Міли Олександрівни



(підпис)

Науковий керівник: к.е.н., доц. Колядич О.І.

(підпис)

**Робота допущена до захисту перед екзаменаційною комісією
з атестації здобувачів вищої освіти (ЕК)**

В.о. завідувача кафедри: д.е.н., проф. Кириленко В.І.

(підпис)

Київ 2024

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ДВНЗ «КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ВАДИМА ГЕТЬМАНА»

Факультет економіки та управління
(назва факультету / навчально-наукового інституту)

Кафедра економічної теорії
(назва кафедри)

ОСВІТНЬО-ПРОФЕСІЙНА ПРОГРАМА
СПЕЦІАЛЬНІСТЬ
СПЕЦІАЛІЗАЦІЯ (за наявності)

ПОГОДЖЕНО

Керівник проектної групи (гарант)
освітньо-професійної програми

М.К. Галабурда

(підпис) (ініціали, прізвище)

_____ 20__ р.

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

В.І. Кириленко

(підпис) (ініціали, прізвище)

_____ 20__ р.

ІНДИВІДУАЛЬНЕ ЗАВДАННЯ

здобувачу вищої освіти Гребчак Мілі Олександрівні
(прізвище, ім'я, по батькові)

очної (денної) форми навчання

очної (денної), заочної, дистанційної

на підготовку кваліфікаційної бакалаврської роботи

на тему **«Аналітичне оцінювання сталого розвитку малого підприємства»**

Тему затверджено наказом ректора Університету від "31" січня 2024 р. № 159-ст

Кваліфікаційна бакалаврська робота виконується на матеріалах:

Наукових робіт та видань; аналітичних звітах; інтернет ресурсах; внутрішніх статистичних даних Державної служби статистики та Міністерства фінансів України для аналізу сталого розвитку малих підприємств; даних підприємства бази практики ТОВ «Еврика Тур».

План кваліфікаційної бакалаврської роботи	
Розділ 1	КОНЦЕПТУАЛЬНО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ
(назва розділу)	
Розділ 2	АНАЛІТИКА ФАКТИЧНОГО СТАНУ СТАЛОГО РОЗВИТКУ МАЛОГО ПІДПРИЄМСТВА «ЄВРИКА ТУР»
(назва розділу)	
Розділ 3	НАПРЯМИ ОПТИМІЗАЦІЇ СТАЛОГО РОЗВИТКУ МАЛОГО ПІДПРИЄМСТВА
(назва розділу)	
Об'єкт дослідження:	Бізнес-середовище сучасної економічної системи.
Предмет дослідження:	Особливості та застосування аналітичного оцінювання сталого розвитку малого підприємства.
Мета кваліфікаційної бакалаврської роботи:	Здійснення аналітичного оцінювання сталого розвитку малого підприємства для оптимізації його діяльності.
Конкретні завдання, які здобувач повинен виконати для досягнення поставленої мети:	
У розділі 1	Встановити чіткі підходи до аналізу сталого розвитку малих підприємств на основі методики концептуальної бази сталого розвитку.
У розділі 2	Встановити оптимальні параметри методики збору та обробки даних туристичної агенції «Єврика тур»;
	Надати аналітичну оцінку діяльності туристичної агенції в контексті сталого розвитку;
	Здійснити кореляцію цілей сталого розвитку з економічними індикаторами України
У розділі 3	Розробити рекомендації щодо стратегії сталого розвитку малого підприємства;
	Надати пропозиції щодо підвищення ефективності сталого розвитку малого підприємства туристичної галузі;
	Надати пропозиції щодо подальшої імплементації окремих цілей сталого розвитку малим підприємством «Єврика тур».

Завдання підготував
науковий керівник

(підпис)

О.І. Колядич

(ініціали, прізвище)

«____» _____ 2024 р.

Завдання одержав
здобувач

(підпис)

М.О. Грабчак

(ініціали, прізвище)

«____» _____ 2024 р.

Реферат

Кваліфікаційна бакалаврська робота містить 56 сторінок, 6 таблиць, 1 рисунок, список використаних джерел з 31 найменувань.

«Аналітичне оцінювання сталого розвитку малого підприємства»

(назва кваліфікаційної бакалаврської роботи)

Об'єктом дослідження є процес сталого розвитку малого підприємства.

Предметом дослідження є аналіз фактичного стану малого підприємництва в контексті сталого розвитку на прикладі діяльності малого підприємства "Еврика Тур".

Мета даної роботи – проведення аналітичного оцінювання сталого розвитку малого підприємства, зокрема, аналіз реалізації принципів сталого розвитку та розробка рекомендацій щодо його оптимізації.

Відповідно до поставленої мети були визначені такі *завдання*:

- Обґрунтувати концептуальні параметри сталого розвитку;
- Здійснити аналіз основних методологічних підходів до дослідження сталого розвитку малих підприємств з метою вибору найбільш ефективних інструментів для проведення дослідження;
- Оцінити практичну реалізацію принципів сталого розвитку в діяльності малого підприємства та здійснити аналіз ефективності впливу цих принципів на стійкість підприємства;
- Визначити алгоритм методики збору та обробки даних, що застосовуються для оцінки фактичного стану сталого розвитку туристичного агентства «Еврика тур»;
- Здійснити загальну оцінку ефективності та стійкості в діяльності туристичних агентств з урахуванням аспектів сталого розвитку;
- Встановити параметри економічної стабільності розвитку малих підприємств на прикладі туристичного агентства "Еврика тур", з

урахуванням його унікальних особливостей та потенціалу для досягнення сталого розвитку;

- Надати рекомендації щодо стратегічного розвитку малих підприємств з урахуванням принципів сталого розвитку.
- Запропонувати підходи щодо підвищення ефективності сталого розвитку малих підприємств у туристичній галузі.

Практичне значення отриманих результатів. На базі аналізу діяльності туристичного агентства "Еврика тур" надано оцінку ефективності та стійкості його розвитку з урахуванням принципів сталого розвитку. Визначено сильні та слабкі сторони агентства, а також розроблено рекомендації щодо оптимізації його діяльності та підвищення стійкості. Зокрема, було проаналізовано кількість реалізованих подорожей, динаміку прибутковості та темпи росту, що дозволило ідентифікувати основні чинники впливу на фінансовий стан підприємства.

Отримані результати можуть бути застосовані для оцінки ефективності діяльності інших малих підприємств у туристичній галузі. Запропоновані методики збору та аналізу даних можуть бути використані для вдосконалення управління ресурсами та розробки стратегій сталого розвитку. Рекомендації, розроблені на основі аналізу даних агентства "Еврика тур", можуть сприяти підвищенню ефективності діяльності малих підприємств, зокрема у контексті впровадження принципів сталого розвитку.

Рік виконання кваліфікаційної бакалаврської роботи: 2023-2024.

Рік захисту роботи: 2024.

Ключові слова: туристичне агентство, сталий розвиток, фінансовий аналіз, динаміка прибутковості, темпи росту, ефективність діяльності, управління ресурсами, малий бізнес.

В і д г у к
про кваліфікаційну бакалаврську роботу
здобувача навчально-наукового інституту /факультету
освітньо-професійної програми «Економічна аналітика»

Грабчак Міли Олександрівни

(прізвище, ініціали)

на тему «Аналітичне оцінювання сталого розвитку малого підприємства»

(назва теми)

1. Актуальність теми: Малі підприємства займають значний сегмент в межах ринкової економіки, тому їхнє долучення до досягнення цілей сталого розвитку може складати вагому потугу комплексної реалізації програм сталого розвитку. На сьогодні в недостатній мірі розроблено методику реалізації таких програм, саме для малих підприємств. Тому, дослідження аспектів аналітичного оцінювання сталого розвитку малого підприємства, надає суттєвої актуальності даній роботі.

2. Позитивні риси кваліфікаційної роботи: 1) проведено аналіз основних методологічних підходів до дослідження сталого розвитку малих підприємств; 2) визначено ключові принципи сталого розвитку в діяльності малого підприємства; 3) встановлено загальну оцінку ефективності та стійкості в діяльності туристичних агентств з урахуванням аспектів сталого розвитку; 4) визначено параметри економічної стабільності розвитку малих підприємств з використанням аналітики, отриманої під час проходження практики в ТА «Еврика тур»; 5) надано рекомендації щодо стратегічного розвитку малих підприємств з урахуванням принципів сталого розвитку.

3. Наявність самостійних розробок автора 1) проведено аналіз ефективності впливу окремих принципів сталого розвитку на діяльність підприємства; 2) встановлено алгоритм методики збору та обробки даних, що застосовуються для оцінки фактичного стану сталого розвитку туристичного агентства «Еврика тур»; 3) рекомендації щодо параметрів стратегії сталого розвитку для малих підприємств.

4. Цінність теоретичних висновків та практичних рекомендацій: висновки і рекомендації мають високу цінність, оскільки дослідженню підлягала діяльність конкретного підприємства з використанням та аналізом усієї наявної інформації. Окремі пропозиції було

представлено керівництву підприємства, а типологізація рекомендацій може сприяти кращій адаптації малих підприємств до програм досягнення цілей сталого розвитку.

5. **Наявність недоліків:** 1) в кваліфікаційній роботі не вистачає прикладів діяльності конкретних малих підприємств, які долучаються до програм досягнення цілей сталого розвитку, що могло б надати можливість виявити труднощі, помилки і ускладнення в реальній практичній площині ; 2) контекст переваг від долучення малих підприємств до програм досягнення цілей сталого розвитку, можна було б розглянути дещо ширше.

6. **Загальна оцінка кваліфікаційної бакалаврської роботи та її допущення до захисту перед ЕК:** Кваліфікаційна бакалаврська робота *Гребчак Міли Олександрівни* на тему «Аналітичне оцінювання сталого розвитку малого підприємства» допускається до захисту перед ЕК. Оцінка письмової частини кваліфікаційної роботи 60 балів.

Науковий керівник

доцент, кандидат економічних наук

 (посада, учене звання, науковий ступінь)

(підпис)

Колядич О.І.

(прізвище, ініціали)

“2”червня_ 2024 р.

ВСТУП	3
РОЗДІЛ 1. КОНЦЕПТУАЛЬНО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ	7
1.1 Розвиток концептуальних параметрів сталого розвитку	7
1.2 Методологічні основи та підходи до аналізу сталого розвитку малих підприємств	12
1.3 Аналіз реалізації принципів сталого розвитку в діяльності малого підприємства	15
РОЗДІЛ 2. АНАЛІТИКА ФАКТИЧНОГО СТАНУ СТАЛОГО РОЗВИТКУ МАЛОГО ПІДПРИЄМСТВА «ЕВРИКА ТУР».....	23
2.1 Методика збору та обробки даних туристичної агенції «Еврика тур».....	23
2.2 Аналіз діяльності туристичних агентств у контексті сталого розвитку	27
4.3 Аналітичне оцінювання економічної стійкості у розвитку малих підприємств на прикладі туристичного агентства «Еврика тур».....	35
РОЗДІЛ 3. НАПРЯМИ ОПТИМІЗАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ МАЛОГО ПІДПРИЄМСТВА.....	42
3.1 Рекомендації щодо стратегічного розвитку малого підприємства в контексті сталого розвитку	42
3.2 Пропозиції щодо підвищення ефективності сталого розвитку малого підприємства туристичної галузі	49
ВИСНОВКИ.....	53
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	57

ВСТУП

Сучасний економічний ландшафт вимагає постійної уваги до проблем сталого розвитку, особливо в контексті діяльності малих підприємств. В світлі цього, аналіз і оцінка сталого розвитку малого підприємства стають питаннями першочергової важливості як для академічного дослідження, так і для практичного застосування.

Україна, як країна з економікою, яка активно розвивається, відчуває необхідність у підтримці малих підприємств, які є важливими гравцями у формуванні економічного ландшафту та стабільності. Незважаючи на це, багато маленьких підприємств стикаються з труднощами, пов'язаними з впровадженням принципів сталого розвитку. Аналіз інноваційних підходів до управління та підтримки таких підприємств може стати вирішальним кроком у забезпеченні їхнього успішного функціонування та вкладу у загальний розвиток економіки країни.

Україна, яка переживає складний період війни та політичних турбулентностей, стикається з низкою складних економічних викликів. Підприємства, особливо малі, є вразливими перед такими випробуваннями. Однак, навіть у цих умовах, питання сталого розвитку залишається крайньо актуальним. Зростаючі потреби суспільства в ефективному використанні ресурсів, збереженні навколишнього середовища, та забезпеченні соціальної відповідальності підприємств накладають особливий акцент на концепцію сталого розвитку. В Україні, де війна створює непередбачені обставини для бізнесу, ця проблематика набуває ще більшого значення.

Розглядаючи сучасний стан економіки України, важко не зазначити вплив війни на бізнес-середовище. Зменшення обсягів виробництва, зростання вартості ресурсів та нестабільність валютних курсів - це лише кілька аспектів, які ускладнюють умови для підприємств, зокрема, для малих підприємств. У цьому

контексті, звернення до питань сталого розвитку стає необхідним кроком для забезпечення життєздатності бізнесу в умовах кризи.

Останні наукові дослідження в галузі сталого розвитку малого бізнесу відображають різноманітні аспекти цієї проблеми. Роботи авторів, таких як Козак Л. С., Федорук О. В., Даценко А. М., Степаненко Т. О. Журба І. Є., Несторишен І. В. та інші науковці, надають цінний внесок у розуміння проблеми та підґрунтя для подальших досліджень.

Метою цієї кваліфікаційної роботи є проведення аналітичного оцінювання сталого розвитку малого підприємства, зокрема, аналіз реалізації принципів сталого розвитку та розробка рекомендацій щодо його оптимізації.

Об'єктом дослідження є процес сталого розвитку малого підприємства.

Предметом дослідження є аналіз фактичного стану малого підприємництва в контексті сталого розвитку на прикладі діяльності малого підприємства "Еврика Тур".

Для досягнення поставлених цілей використовувалися наступні методи дослідження:

- Аналіз літературних джерел, який дозволив отримати базові знання та розуміння наукових підходів до питань сталого розвитку малих підприємств;
- Емпіричне дослідження, проведене під час проходження практики у туристичній агенції "Еврика тур", що включало інтерв'ювання стосовно діяльності у межах сталого розвитку з метою отримання нових знань або підтвердження гіпотез;
- Аналіз відомостей та статистичних даних, зокрема фінансових показників, отриманих під час проходження практики у туристичній агенції "Еврика тур"; синтез та узагальнення, що включало порівняння діяльностей різних туристичних агенцій, таких як "Еврика тур", "Партнер тур" та "ЕкоТур";
- Вимірювання та розрахунок параметрів ефективності та результативності діяльності підприємств.

- Метод статистичного аналізу був використаний для обробки та аналізу фінансових показників, отриманих під час проходження практики у туристичній агенції "Еврика тур". Цей метод дозволив провести порівняльний аналіз фінансової діяльності різних туристичних агенцій, таких як "Еврика тур", "Партнер тур" та "ЕкоТур", щоб виявити тенденції та особливості їхньої роботи.
- Метод моделювання був застосований для побудови моделей сталого розвитку малих підприємств на основі отриманих емпіричних даних та аналізу літературних джерел. Ці моделі допомогли у формулюванні рекомендацій та стратегій для підвищення ефективності діяльності туристичних агентств у контексті сталого розвитку.
- Метод логічного аналізу був використаний для систематизації та аналізу отриманих результатів дослідження, а також для виведення висновків та формулювання рекомендацій. Цей метод дозволив створити послідовну логічну структуру аргументації та обґрунтувати зроблені висновки.
- Метод абстракції був використаний для виділення основних понять, закономірностей та тенденцій у дослідженні сталого розвитку малих підприємств. Це дозволило уникнути деталізації та ускладнення аналізу, концентруючись на ключових аспектах дослідження.
- Метод системного аналізу був використаний для розуміння взаємозв'язків між різними факторами, що впливають на сталий розвиток малих підприємств. Цей метод дозволив врахувати комплексність та взаємодію різних аспектів досліджуваної проблеми при формулюванні рекомендацій та стратегій.

У даній дипломній роботі розглядаються важливі завдання, пов'язані з аналізом та дослідженням сталого розвитку малих підприємств. Робота складається з кількох розділів, кожен з яких спрямований на вирішення конкретних завдань:

- Обґрунтувати концептуальні параметри сталого розвитку;

- Здійснити аналіз основних методологічних підходів до дослідження сталого розвитку малих підприємств з метою вибору найбільш ефективних інструментів для проведення дослідження;
- Оцінити практичну реалізацію принципів сталого розвитку в діяльності малого підприємства та здійснити аналіз ефективності впливу цих принципів на стійкість підприємства;
- Визначити алгоритм методики збору та обробки даних, що застосовуються для оцінки фактичного стану сталого розвитку туристичного агентства «Еврика тур»;
- Здійснити загальну оцінку ефективності та стійкості в діяльності туристичних агентств з урахуванням аспектів сталого розвитку;
- Встановити параметри економічної стабільності розвитку малих підприємств на прикладі туристичного агентства "Еврика тур", з урахуванням його унікальних особливостей та потенціалу для досягнення сталого розвитку;
- Надати рекомендації щодо стратегічного розвитку малих підприємств з урахуванням принципів сталого розвитку.
- Запропонувати підходи щодо підвищення ефективності сталого розвитку малих підприємств у туристичній галузі.

РОЗДІЛ 1

КОНЦЕПТУАЛЬНО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ МАЛИХ ПІДПРИЄМСТВ

1.1 Розвиток концептуальних параметрів сталого розвитку

Глобальний перехід до сталого розвитку визначається взаємодією різних країн і секторів економіки. Процес глобалізації, який ініціюється постіндустріальними державами та транснаціональними корпораціями, має на меті сприяти цьому переходу, забезпечуючи економічну, екологічну та соціальну сталість. Організація Об'єднаних Націй встановлює зв'язок між розвитком та безпекою, визначаючи необхідність забезпечення економічної, соціальної та екологічної безпеки як умови міжнародного співробітництва. [1, 324]

Сутність поняття "сталий розвиток" полягає в поєднанні соціальних, екологічних та економічних аспектів, а також забезпеченні "придатності до життя", "справедливості" та "життєздатності". Цей підхід передбачає інтеграцію та балансування різних аспектів розвитку без створення ієрархічних відносин між ними. [1, 324]

Термін "сталий розвиток" українською мовою відповідає англійському "sustainable development", що включає в себе поняття "життєздатності" та "тривкості". Однак стратегія сталого розвитку не зводиться до простого збільшення виробництва, а враховує якісні зміни та забезпечення балансу між різними аспектами розвитку. Представлена таблиця 1.1 надає детальний огляд основних властивостей, що характеризують феномен економічної сталості в контексті стратегії сталого розвитку. Вона дозволяє краще розуміти, як ці властивості системи впливають на її здатність забезпечувати стійкий та тривалий розвиток у змінних умовах зовнішнього середовища. Витривалість, толерантність, стійкість,

опірність та адаптивність є ключовими аспектами, які допомагають системі зберігати свою функціональність та забезпечувати оптимальний розвиток, незалежно від зовнішніх впливів.

Таблиця 1.1 - Основні властивості, притаманні феномену економічної сталості [1, с. 325]

Назва	Характеристика
Витривалість	Властивість системи зберігати свої функціональні особливості або можливості їх відновлення в умовах зміни чинників зовнішнього середовища від тих параметрів, що вважаються оптимальними. Тобто підприємство як система, повинне мати таку організаційну та управлінську структуру, щоб кожен елемент цієї системи самовідновлювався та виконував свої функції незалежно від змін у зовнішньому середовищі, використовував приховані можливості для запобігання негативного впливу зовнішнього середовища.
Толерантність	Характеристика системи, що показує здатність сприймати (або не сприймати) ті чи інші негативні параметри зовнішнього середовища. Тобто якщо система не може впливати або змінювати несприятливі прояви в зовнішньому середовищі, то мають вмикатися механізми, які допоможуть пережити ці впливи.
Стійкість	Властивість системи зберігати за наявності різноманітних параметрів зовнішнього середовища свою структуру і функціональні особливості, достатні для нормальної діяльності. При цьому мають місце такі закономірності: стійкість системи залежить, з одного боку, від її здатності реагувати на зовнішній вплив середовища, а з іншого – від стабільності самої системи, яка характеризується її внутрішніми чинниками. Стійкість соціально-економічної системи також пов'язується зі здатністю системи стабільно функціонувати, розвиватися, зберігати рух по наміченій траєкторії, з саморозвитком.
Опірність	Властивість системи протидіяти впливу зовнішнього середовища. Але важлива не лише протидія існуючим чинникам, а передбачення та недопущення їх проявів.

Продовження таблиці 1.1

1	2
Адаптивність	Властивість системи, що використовується за умови неможливості здійснення опору зовнішньому середовищу. Елементи системи мають використовувати механізми пристосування до умов, що склалися, та можливості нейтралізації діючих чинників.

Починаючи з кінця ХХ століття, впровадження концепції сталого розвитку стало ключовим напрямом у туристичній політиці, як для Європейського Союзу, так і для його членів. Враховуючи положення Стратегії сталого та конкурентного європейського туризму, затвердженої Європейською Комісією у 2007 році, важливо відзначити, що органи управління Європейського Союзу розглядають впровадження концепції сталого розвитку у туризмі як систематичний вплив на процеси формування та підтримки туристично-рекреаційного середовища з метою суспільного благополуччя. Цей вплив включає регулювання обсягів та напрямків туристичних потоків, покращення туристичної інфраструктури, охорону рекреаційних ресурсів, організацію відпочинку та оздоровлення населення, а також підготовку кваліфікованих кадрів для рекреаційно-туристичної діяльності. [10, с. 25]

Концепція сталого розвитку ґрунтується на екологізації туристичної індустрії, що відображено у Стратегії сталого та конкурентного європейського туризму і реалізується через директиви управлінських органів та добровільні ініціативи. Серед таких ініціатив можна виділити директиви Європейської комісії з охорони води, директиви щодо якості води, директиви збереження природних середовищ, що включають фауну та флору, та директиви щодо Стратегічної екологічної експертизи, серед інших. [10, с. 25]

У контексті концепції сталого розвитку існують кілька напрямів, які демонструють шляхи його упровадження. Перш за все, споживання ресурсів, особливо енергетичних, має бути раціональним. Це передбачає заходи з поповнення запасів відновлюваних видів енергії та розвиток альтернативних джерел для невідновлюваних ресурсів. Також важливим є підвищення раціональності

використання ресурсів. При будівництві інфраструктури, такої як дороги та будівлі, необхідно супроводжувати цей процес відповідним збільшенням зелених насаджень, щоб зберегти екологічну рівновагу. Для забезпечення сталого розвитку важливо, щоб зростання виробництва зернових культур не призводило до виснаження ґрунту або погіршення його якості. У регіонах, де відбувається видобуток корисних копалин, необхідно створювати підприємства, які не залежать від видобутку, щоб у майбутньому забезпечити економічну стабільність після вичерпання ресурсів. Важливим аспектом сталого розвитку є компенсація заробітної плати затратами на відновлення здоров'я, особливо тих, хто під час роботи відчуває погіршення здоров'я. У сфері медицини важливо не лише вирішувати поточні проблеми, але й уникати погіршення стану здоров'я у майбутньому. Тому застосування медичних препаратів та проведення хірургічних операцій має враховувати й можливі наслідки для здоров'я пацієнтів та наступних поколінь. [1, 326]

Вивчення поведінкових та ціннісних особливостей резидентів України в контексті сталого розвитку вказує на кілька ключових гіпотез. По-перше, спостерігається тенденція до надмірного використання ресурсів, включаючи енергію та воду. Друга гіпотеза стверджує про низький рівень довіри в суспільстві, який розповсюджується як на взаємини між людьми, так і на ставлення до урядових структур, зокрема в галузі екологічного захисту. Третя гіпотеза вказує на поширене уявлення про природні ресурси як про "дармові" блага, що призводить до їхнього безкарного використання та нищення. Крім того, висловлюється припущення про високий рівень корупції у розподілі природних ресурсів та низьку обізнаність населення у сфері ресурсоефективності та новітніх технологій. Поведінкові моделі українців формуються під впливом низького рівня доходів, що обмежує можливості самореалізації та вибору більш сталого способу життя. Всі ці аспекти підтверджують необхідність удосконалення соціально-економічної та екологічної політики з метою забезпечення сталого розвитку в Україні. [1, 327]

У розділі концептуальних підходів до сталого розвитку важливо враховувати два фундаментальні принципи: антропоцентричний та біосфероцентричний.

Перший передбачає гармонійний розвиток людства і пошук альтернативних шляхів взаємодії з природою. Він зосереджений на моралі, етиці, та пріоритетності духовного розвитку, а також на науковій інтеграції світогляду. У центрі цієї парадигми стоїть людина як суб'єкт вільного вибору та відповідального вчинку, спрямованого на саморозвиток та досконалість в природному середовищі. Натомість, біосфероцентричний принцип покладає акцент на збереженні біосфери як основи життя на Землі та забезпеченні умов для її стійкості та еволюційного розвитку. Це включає захист біорізноманіття, відсутність екофобності та реалізацію екологічних принципів у життєдіяльності. Згідно з концептуальними підходами, сталий розвиток розглядається як інтеграція двох чинників: процесу капіталізації та процесу збереження умов життєдіяльності. Еколого-економічна концепція відображає спробу забезпечити баланс між економічними потребами та збереженням природних ресурсів, спираючись на послідовне впровадження технологічних систем та інноваційних управлінських рішень для підвищення ефективності економіки та збереження якості життя в цілому. [2, с. 3]

Аналізуючи концепцію сталого розвитку туризму у регіоні, можна визначити кілька ключових принципів, які становлять його основу. Перш за все, важливо застосовувати системний підхід у впровадженні стратегії соціально-економічного розвитку. Це означає визначення пріоритетів для інвестування та фінансування, проведення економічних реформ та удосконалення соціально-економічної сфери з урахуванням взаємозв'язку всіх її складових. Другий принцип полягає у забезпеченні взаємодії між структурною та інвестиційною складовими регіональної політики, що дозволяє зрозуміти взаємозв'язок усіх напрямків розвитку регіону. У сучасних умовах велике значення має принцип пріоритетності, що полягає в наданні переваги оптимальному розвитку галузі. Крім того, важливим є принцип конкретизації мети, який передбачає визначення конкретних цілей та завдань для розвитку туризму, що є частиною загальної соціально-економічної політики регіону. Не менш важливим є принцип диференціації об'єктів управління, який передбачає застосування індивідуального підходу до різних суб'єктів господарювання з урахуванням їх особливостей. [14, с. 16]

1.2 Методологічні основи та підходи до аналізу сталого розвитку малих підприємств

Сталість розвитку малих підприємств в сучасних умовах стає предметом все більшої уваги дослідників, практиків та урядових органів у багатьох країнах світу. Визнання важливості сталого розвитку не обмежується лише екологічною стійкістю або економічною прибутковістю, але також охоплює соціальну відповідальність та культурну збалансованість. Підприємства, особливо малі, зазнають великого тиску від змін у суспільстві, технологічного прогресу та економічних коливань.

Малі та середні підприємства (МСП) намагаються впроваджувати корпоративну сталість, дотримуючись політики та регуляцій. МСП намагаються досягти сталості шляхом впровадження систем продуктивного виробництва, зеленого виробництва та інших практик сталого розвитку. Існують протиріччя у дослідженнях щодо взаємозв'язку між соціальними та екологічними практиками з корпоративною сталістю та економічною продуктивністю МСП. Практика сталого розвитку - це будь-яка практика, спрямована на досягнення або підтримку стійкої вартості. Результативність сталого розвитку може бути визначена як результативність компанії у всіх аспектах та за всіма факторами корпоративної сталості. [3, р. 2]

Сталість розвитку підприємства є критичною умовою для його успіху та виживання в сучасному бізнес-середовищі. Щоб зрозуміти суть сталого розвитку, важливо визначити його основні ознаки. Першою з них є рівноважність та стійкість системи, що виражається у здатності підприємства зберігати свою структуру та функціональність при змінах у зовнішньому середовищі. Другою важливою ознакою є адаптивність та витривалість, що полягає в можливості підприємства відновлювати свої функціональні якості при змінах у зовнішньому середовищі. Додатково, до ознак сталого розвитку належить збалансованість показників, яка виражається у зростанні кількісних параметрів підприємства при збереженні рівня

якісних характеристик. Також важливою є стабільність, яка передбачає довгострокове підтримання досягнутого рівня розвитку. Крім того, конкурентоспроможність, що відображає здатність підприємства конкурувати на ринку, та екологічність, яка вимагає дотримання екологічних вимог, також є важливими складовими сталого розвитку. [4, р. 137]

У контексті сталого розвитку малих підприємств гнучкість системи управління є ключовою. Це означає, що підприємство повинно мати можливість реагувати на зміни шляхом коригування управлінських впливів та спрямовувати себе до рівноважного стану. Окрім того, для досягнення сталого розвитку малих підприємств необхідно розвивати економічний, соціальний та екологічний аспекти. Економічний розвиток включає нарощування економічних індикаторів, соціальний прогрес передбачає покращення умов праці та заробітної платні персоналу, а екологічна безпека означає впровадження бережливих технологій та управління життєвим циклом продукту. [4, р. 137]

Розроблення методичного підходу до управління сталим розвитком підприємства є важливою складовою для забезпечення його успішності в довгостроковій перспективі. Цей процес повинен бути цілісним та системним, що дозволить реалізувати ефект синергії. Управління сталим розвитком складається з таких етапів:

- **Діагностика поточного стану розвитку підприємства.** На цьому етапі проводиться аналіз економічного, соціального та екологічного потенціалу підприємства.
- **Визначення місії розвитку підприємства.** Місія повинна включати складники економічного, соціального та екологічного розвитку.
- **Розроблення сценаріїв досягнення складників місії.** Формулюються цілі економічного, соціального та екологічного розвитку.
- **Моделювання розвитку підприємства.** Проводиться розрахунок прогнозних показників реалізації сценаріїв розвитку та їх порівняння з цільовими.

- **Вибір найбільш ефективного напрямку розвитку.** Обираються стратегії розвитку економічної, екологічної та соціальної складових підприємства.
- **Вибір інструментів стимулювання сталого розвитку.** Визначаються інвестиційні, інституційні, податкові та інноваційні інструменти.
- **Реалізація та контроль ефективності сталого розвитку підприємства.** Здійснюється впровадження запланованих стратегій та моніторинг їх результатів. [4, р. 138]

Дослідження показали, що створення системи діагностики та розвитку потенціалу сталого розвитку є обов'язковим для втілення стратегії сталого розвитку. За результатами аналізу управління сталим розвитком підприємства було визначено, що потенціал підприємства, яке пріоритетно обирає стратегію сталого розвитку, необхідно розглядати через призму трьох складових. Метою економічного аспекту є підвищення економічних показників підприємства та його ринкової вартості. Оцінка економічного потенціалу включає розгляд виробничого, фінансового, маркетингового, стратегічного та інформаційного потенціалу. Соціальний аспект має на меті підвищення рівня та якості життя персоналу та споживачів. Його оцінка включає трудовий, інтелектуальний та соціальний потенціал. Екологічний аспект спрямований на збереження та покращення стану природного середовища. Оцінка екологічного потенціалу включає інноваційні та технологічні показники розвитку підприємства. [4, с. 139]

1.3 Аналіз реалізації принципів сталого розвитку в діяльності малого підприємства

Перед проведенням аналізу реалізації принципів сталого розвитку слід зрозуміти основні принципи цього підходу. Згідно з визначенням, сталий розвиток полягає в забезпеченні потреб поточного покоління, не підточуючи можливості майбутніх поколінь задовольняти їхні потреби. Основні принципи включають економічну ефективність, соціальну відповідальність та екологічну збалансованість. [11, с. 45] Важливо зазначити, що реалізація принципів сталого розвитку вимагає не лише усвідомлення їхньої сутності, але й практичної імплементації в різних сферах суспільства. Наприклад, економічна ефективність вимагає не лише забезпечення прибутковості проектів, але й урахування їхнього впливу на довкілля та соціальні аспекти. Соціальна відповідальність передбачає врахування інтересів та потреб різних соціальних груп у процесі прийняття рішень. А екологічна збалансованість передбачає мінімізацію негативного впливу на природне середовище та збереження його ресурсів для майбутніх поколінь. Тому впровадження принципів сталого розвитку потребує комплексного підходу та співпраці всіх зацікавлених сторін.

Виконуючи аналіз сталого розвитку у туристично-рекреаційній галузі, слід враховувати не лише технічні параметри, а й соціокультурні аспекти. При впровадженні стратегій сталого туризму важливо забезпечити взаємодію з місцевим населенням та зберегти культурну цінність природних об'єктів. Наприклад, уникнення надмірного комерціалізму та розробка програм залучення місцевого населення до туристичного бізнесу може позитивно позначитися на збереженні культурної спадщини та забезпечити сталість доходів для місцевих громад. Також важливо враховувати екологічні наслідки туристичних заходів, забезпечуючи баланс між задоволенням потреб туристів та збереженням навколишнього середовища. Отже, успішне впровадження принципів сталого розвитку у туристичну сферу потребує комплексного підходу та врахування

різноманітних аспектів, що впливають на сталість розвитку туризму та його вплив на оточуюче середовище.

Для ефективної реалізації концепції сталого розвитку у сфері туризму та відпочинку важливо мати чіткі критерії оцінки. Оцінка сталого розвитку за одними лише фінансовими параметрами не відображає всю складність цього процесу, оскільки він передбачає балансування різноманітних факторів. Застосування комплексного підходу, який охоплює економічні, соціальні та екологічні аспекти, виявляється вельми доцільним. Подальші дослідження та вдосконалення систем моніторингу та оцінки сталого соціально-відповідального туризму є надзвичайно важливими для досягнення цілей сталого розвитку в цій галузі.

Для комплексної оцінки сталого розвитку туристично-рекреаційної сфери я вважаю доцільним застосовувати методичний підхід, що включає чотири основні етапи. По-перше, потрібно провести аналіз передумов сталого розвитку цієї сфери, щоб зрозуміти основні виклики та можливості. Наступним кроком буде опис тенденцій її розвитку, щоб визначити поточний стан і напрямки розвитку. Після цього слід провести оцінку факторів сталого розвитку, що дозволить сформулювати стратегічні пріоритети та рекомендації для поліпшення організаційно-економічного забезпечення сталого розвитку цієї сфери.

Одним із поширених принципів сталого розвитку є принцип циркулярної роботи системи, що означає максимальне використання ресурсів та мінімізацію відходів, щоб забезпечити тривалу життєздатність системи. Для туристичного бізнесу це може використане у формі ефективного використання ресурсів, мінімізації CO₂ шляхом залучення транспортних засобів з меншими відходами, заповнення всіх місць в турі. Більше того, туристична агенція може стати провідним мостом у пропагуванні залучення сталого розвитку, шляхом співпраці з екологічно чистими бізнесами, готелями та пропонуючи споживачам екологічні місця для відпочинку.

Однак важливо враховувати різні чинники, які можуть впливати на таку діяльність підприємства. SWOT-аналіз, наведений у таблиці 1.2, виявляє ключові аспекти, які впливають на реалізацію принципів циркулярної економіки

українськими підприємствами. Цей інструмент дозволяє об'єктивно оцінити сильні та слабкі сторони, а також можливості та загрози, з якими зіткнуться підприємства в процесі впровадження нових стратегій. Варто відзначити, що SWOT-аналіз допомагає підприємствам зосередитися на своїх перевагах та можливостях, а також заздалегідь виявити можливі проблеми та загрози. На мою думку, використання SWOT-аналізу стає важливим етапом для визначення оптимальних стратегій розвитку, оскільки дозволяє краще розуміти внутрішнє та зовнішнє середовище підприємства. Такий підхід дозволяє максимізувати переваги та знижувати ризики, що сприяє стійкому та успішному впровадженню принципів циркулярної економіки.

Таблиця 1.2 - SWOT-аналіз реалізації принципів циркулярної економіки українськими підприємствами [5, с. 17]

S – Сильні сторони	W – Слабкі сторони
– Значне підвищення міжнародної конкурентоспроможності, передусім на ринках ЄС; – Підтримка державою інноваційних проєктів у межах сталого розвитку; – Зростання довіри споживачів; – Підвищення рівня соціальної відповідальності; – Зниження негативного впливу на навколишнє середовище; – Зростання прибутків.	– Відсутність джерел фінансування; – Недостатні технологічні потужності; – Недостатнє розуміння споживачами засад виробництва екологічної продукції; – Тривалий час реалізації; – Відсутність компетентних працівників у цій сфері; – Недосконале законодавство.
О – Можливості	T – Загрози
– Зростання робочих місць та ВВП; – Можливість отримання грантів, додаткового фінансування; – Співпраця із іншими фірмами у сфері циркулярної економіки; – Можливість швидкої популяризації; – Економія ресурсів.	– Зміна законодавства; – Збитковість (в короткостроковій перспективі); – Низька якість перероблених продуктів; – Можливий непривабливий дизайн продукції.

У результаті аналізу SWOT відзначає, що незважаючи на слабкі сторони та загрози, сильні сторони та можливості впровадження циркулярної економіки українськими підприємствами переважають. З часом такі проблеми, як низький рівень розуміння споживачами екологічних принципів виробництва та нестача

кваліфікованих працівників у цій галузі, вирішаться, оскільки інформація про циркулярну економіку поширюється досить швидко. Використання принципів циркулярної економіки дозволить підприємствам стати більш конкурентоспроможними не лише на внутрішньому ринку, а й на міжнародному. [5, с. 18]

Розглядаючи питання конкурентоспроможності туристичних підприємств у контексті сталого розвитку, можна виявити кілька методів аналізу, які використовуються для оцінки їх ефективності. Один із таких методів - ABC-аналіз, що дозволяє ранжувати ресурси за їх важливістю, базуючись на принципі оптимуму Парето. Для цього необхідно створити матрицю клієнтів та туристичних продуктів, щоб виділити ключові товари і визначити основні пропозиції. Крім ABC-аналізу, існують інші методи, такі як XYZ-аналіз, VEN-аналіз, RFM-аналіз та БКГ-аналіз, які допомагають класифікувати об'єкти з різних точок зору та виявляти проблемні аспекти в діяльності підприємств. [10, с. 27]

- З методом ABC-аналізу можна вивчити, які ресурси та послуги туристичної агенції вважаються ключовими для забезпечення сталого розвитку. Цей метод дозволяє ідентифікувати та ранжувати різні аспекти діяльності, такі як популярність та важливість різних туристичних послуг, що допомагає зосередитися на розвитку тих аспектів, які мають найбільший вплив на сталий розвиток агенції.
- XYZ-аналіз може використовуватися для групування різних аспектів діяльності агенції за рівнем змінливості. Це дозволяє ідентифікувати та виділити ті аспекти, які є найбільш нестабільними або схильними до змін, що може вплинути на стратегії сталого розвитку та адаптації агентства до змін у суспільному та природному середовищі.
- VEN-аналіз може бути корисним для сегментації ринку та ідентифікації основних потреб споживачів у сфері туризму. Це дозволяє агенції легше адаптувати свої послуги до вимог сталого розвитку, спрямовуючи зусилля на задоволення конкретних потреб та побажань своїх клієнтів.

- RFM-аналіз може бути використаний для сегментації клієнтів за рівнем їхньої лояльності та активності. Це дозволяє агенції зосередитися на залученні та утриманні клієнтів, які найбільше підтримують її цінності сталого розвитку, та стимулювати їх до постійного співробітництва.
- БКГ-аналіз може допомогти класифікувати стратегічні бізнес-одиниці агенції за їхньою часткою на ринку та темпами зростання. Це дозволяє визначити, які напрямки діяльності мають найбільший потенціал для розвитку в контексті сталого розвитку та які можуть потребувати додаткової уваги та ресурсів для підтримки.

Ці методи маркетингового аналізу спрямовані на збільшення рівня розуміння діяльності підприємства в умовах зовнішнього середовища, що зазнає змін. Вони дозволяють виявити проблеми в процесах підприємства та знайти можливості для удосконалення бізнес-рішень. Аналіз конкурентоспроможності не лише дозволяє розвивати конкурентні переваги, а й допомагає використовувати всі внутрішні ресурси підприємства: технології, обладнання, кваліфікований персонал, фінансову стабільність та соціальні забезпечення. [10, с. 27] Розглядаючи питання конкурентоспроможності туристичних підприємств у контексті сталого розвитку, я вважаю, що метод ABC-аналізу виявляється найбільш відповідним для оцінки ефективності реалізації принципів сталого розвитку в діяльності туристичних агенцій. Цей метод дозволяє визначити значення різних ресурсів та послуг, виходячи з їхньої важливості для забезпечення сталого розвитку. Перш за все, він надає можливість ідентифікувати ключові аспекти діяльності, такі як популярність та важливість різних туристичних послуг. Далі, шляхом ранжування цих аспектів, можна сконцентрувати увагу на розвитку тих аспектів, які найбільш істотні для досягнення сталого розвитку агенції. Наприклад, виявлення найбільш популярних туристичних напрямків та послуг дозволить агентству спрямувати свої зусилля на їхнє розвиток, що сприятиме збалансованому економічному зростанню та зниженню впливу на навколишнє середовище. Крім того, ABC-аналіз може допомогти виокремити ті аспекти діяльності, які є ключовими для підтримки соціальної відповідальності підприємства, такі як сприяння збереженню культурної

спадщини або розвиток місцевих спільнот. Таким чином, впровадження ABC-аналізу допоможе туристичним агентствам ефективно реалізувати принципи сталого розвитку, забезпечуючи при цьому свою конкурентоспроможність і сприяючи сталому розвитку галузі.

Однією з поширених проблем затримки впровадження сталого розвитку у діяльність малих підприємств на українському ринку є соціальна відповідальність. Відповідно до низького рівня обізнаності громадян, що зумовлене також тим, що багато підприємств було започатковано ще до початку поширення питання про важливість збереження планети та відповідального ставлення до ресурсів, відповідальність на рахунок ефективності сталого розвитку у підприємстві не викликає достатньої уваги. Це в свою чергу заподіює шкоди та ставить під загрозу створення життєздатного та безпечного середовища для прийдешніх поколінь.

У світі високорозвинених країн, концепція соціально-відповідального бізнесу (СВБ) відображає свідому позицію підприємств, яка враховує соціальні та етичні стандарти, а також розуміння впливу своєї діяльності на навколишнє середовище. Це включає в себе турботу про довкілля, суспільство, державу, споживачів, партнерів та працівників. СВБ проявляється в різних сферах - як у приватному, так і у державному секторах, де підприємства віддають перевагу добровільним діям, спрямованим на досягнення високих стандартів у господарській сфері. Ці дії включають в себе виробництво якісної продукції, дотримання соціальних стандартів, взаємодію з персоналом та мінімізацію негативного впливу на природне середовище. Основна мета полягає в змаганні на ринку, підтримці взаємозв'язків між бізнесом, суспільством та державою, а також у підвищенні ефективності підприємств на довгострокову перспективу.

Україна, як країна, що розвивається, має на меті перехід до сталого економічного розвитку та її інтеграцію до світового співтовариства, що вимагає впровадження сучасної практики співпраці між державою та бізнесом, а також між бізнесом та суспільством. Це сприятиме посиленню взаємної відповідальності всіх учасників суспільного життя, створенню умов для подальшого стабільного розвитку суспільства та конкурентоспроможності за чесними засадами. З цієї

метою урядом була розроблена стратегія сприяння розвитку соціально-відповідального бізнесу (надалі – СВБ) в Україні на період до 2030 року.

Вона визначає шляхи для покращення взаємодії між державою, бізнесом і суспільством з метою зміцнення соціально-відповідального підприємництва. Одним із ключових аспектів цієї стратегії є створення сприятливих умов для розвитку соціально-відповідального бізнесу шляхом забезпечення підтримки та стимулювання підприємств, які активно діють у напрямку сталого розвитку. Держава визначає завдання з розроблення та впровадження соціально-відповідальної політики, що сприяє розвитку підприємств, враховуючи їхні соціальні та екологічні аспекти. Це означає не лише створення робочих місць та забезпечення економічного зростання, а й впровадження екологічно чистих технологій, підвищення якості життя працівників та врахування інтересів суспільства у прийнятті рішень. Такий підхід сприяє сталому розвитку підприємств, забезпечуючи їхню конкурентоспроможність та довгострокову стабільність у контексті збалансованого економічного, соціального та екологічного розвитку.

Українська мережа Глобального договору, яка була створена у 2006 році, об'єднує більше 160 учасників різних масштабів: від великих міжнародних корпорацій до малих і середніх підприємств, а також неурядові організації та академічні установи. Основою цієї мережі є 10 принципів, що стосуються прав людини, трудових відносин, охорони навколишнього середовища та боротьби з корупцією. Ці принципи передбачають підтримку та повагу до прав людини на міжнародному рівні, недопущення причетності до порушень прав людини, підтримку свободи об'єднань та колективних договорів. Крім того, вони включають у себе виступ за ліквідацію всіх форм примусової праці та дитячої праці, а також боротьбу з дискримінацією на робочому місці та захист навколишнього середовища. Відповідно до цих принципів, ділові кола повинні сприяти розвитку та поширенню екологічно безпечних технологій, а також протидіяти корупції у всіх її формах, включаючи здирництво та хабарництво. Незважаючи на те, що участь у мережі є добровільною, учасники зобов'язані подавати щорічні звіти про

впровадження цих принципів в свою діяльність. За останні 10 років до цієї ініціативи приєдналось понад 8000 компаній та організацій з більш ніж 130 країн, що свідчить про активний рух у напрямку соціально відповідального бізнесу та сталого розвитку.

Однак українська модель СВБ має свої особливості та перешкоди для розвитку. До них відносяться відсутність ідеології соціально відповідального підприємництва та високого рівня громадянської самосвідомості, вимушений характер СВБ, відсутність прозорих процедур вироблення соціальної політики, висока варіативність форм соціальної активності підприємств, значний розрив між суспільством і бізнесом у розумінні пріоритетів СВ, розвиток тіньового бізнесу, нерозуміння основних завдань і механізмів реалізації СВБ, закритість національних підприємств для суспільства, а також відсутність стимулів для підприємств, які впроваджують СВБ, з боку держави та державних інститутів. [6, с. 87]

Отже, на сьогоднішній день Україна все ще не займає сильної позиції в рамках сталого розвитку малих підприємств у порівнянні з більш розвиненими країнами Європи відповідно до низки причин, таких як низький рівень соціальної відповідальності, відсутність джерел фінансування, ефективних технологій, відсутність компетентних спеціалістів та недосконале законодавство. Однак, з розвитком соціальної свідомості та зростанням попиту на стало розвиток, малі підприємства отримують нові можливості для впровадження практик сталого бізнесу. Це може сприяти їхньому конкурентному перевагу, забезпечуючи стабільність та успіх у довгостроковій перспективі.

РОЗДІЛ 2

АНАЛІТИКА ФАКТИЧНОГО СТАНУ СТАЛОГО РОЗВИТКУ МАЛОГО ПІДПРИЄМСТВА «ЕВРИКА ТУР»

2.1 Методика збору та обробки даних туристичної агенції «Еврика тур»

Аналіз та оцінка динаміки туризму є ключовими елементами стратегії сталого розвитку у сфері туризму. Це підтверджується Державною стратегією розвитку туризму та курортів України до 2026 року, яка визначає статистичний моніторинг як один із головних напрямків діяльності Національної туристичної організації України (НТОУ). НТОУ активно працює над розвитком та удосконаленням статистичного вимірювання в туризмі з метою отримання більш глибокого розуміння цього сектору, моніторингу його впливу, сприяння керівництву на основі результатів та висвітлення стратегічних питань для підтримки сталого розвитку українського туризму. [10, с. 26]

Робота НТОУ зосереджена на вдосконаленні методологічних підходів до вимірювання туристичного розвитку та розширенні аналітичного потенціалу. Організація активно розробляє методики, інструкції та інструменти для впровадження національної системи туристичної статистики (НСТС) як національному, так і регіональному рівнях. До інших завдань НТОУ в цьому напрямку входить підтримка міжрегіональної порівняльної статистики туризму, впровадження єдиної системи вимірювання, популяризація та практичне впровадження туристичного сателітного рахунку. [10, с. 26]

Запровадження статистичного барометра сталого розвитку туристичної сфери в Україні є невід'ємною частиною цього процесу. Цей барометр забезпечує збір даних щодо туристичного попиту та пропозиції, що включає інформацію про

потік відвідувачів, зайнятість у галузях туризму, інвестиційну активність та інше. Такий підхід дозволяє оцінити внесок туризму у загальну економіку країни та ефективність його розвитку. [10, с. 26]

Виробнича діяльність туристичного агентства "Еврика Тур" є ключовим елементом його функціонування, спрямованого на надання повного спектру послуг у сфері туризму та подорожей. Завдяки вдосконаленій організації та високому професіоналізму команди співробітників, агентство забезпечує якісні та індивідуально підібрані послуги для різних категорій клієнтів.

Методи збору інформації та обробки даних відіграють важливу роль у компанії, адже вони є основою для прийняття стратегічних та тактичних рішень. Туристична агенція «Еврика тур» має за мету не лише задовольняти потреби клієнтів у подорожах, але й пропонувати їм найбільш індивідуалізовані та оптимальні послуги. Для досягнення цієї мети важливо збирати інформацію про поточні тенденції у сфері туризму, попит клієнтів на різні типи подорожей, їхні вподобання та обмеження. Крім того, обробка цих даних дозволяє аналізувати ефективність маркетингових заходів, розробляти персоналізовані пропозиції для клієнтів та прогнозувати їхні потреби. Таким чином, використання правильних методів збору та обробки даних є ключовим елементом успішного функціонування компанії.

Більше того, потрібно пам'ятати, що збір та обробка інформації також повинні бути націлені на сталий розвиток. Адже однією з головних цілей ООН є максимально зберегти планету, зі всіма ресурсами та життєдіяльністю. Таким чином, впроваджуються екологічно чисті технології для збору та збереження даних, мінімізується використання паперу та інших невідновлюваних ресурсів.

Туристична агенція "Еврика тур" активно використовує соціальні мережі, зокрема Instagram, TikTok, та YouTube, як основний канал для збору та обробки інформації щодо потенційних клієнтів та споживачів їхніх послуг. Цей метод збору даних передбачає вивчення активності та взаємодії користувачів у соціальних мережах з контентом, що пропонується агентством, а також аналіз коментарів, відгуків та реакцій на опубліковані матеріали. Посилання на соціальні мережі

надають можливість агентству відстежувати тенденції у попиті на конкретні туристичні напрямки, визначати вподобання клієнтів та пристосовувати свою пропозицію відповідно до потреб ринку. Це означає, що агентство може забезпечити більш точне та персоналізоване обслуговування своїм клієнтам, реагуючи на їхні індивідуальні вимоги та побажання. Такий підхід також дозволяє забезпечити більш ефективний маркетинговий стратегії, спрямований на залучення нових клієнтів та підтримку вірних споживачів.

Активне використання соціальних мереж для збору та обробки інформації сприяє сталому розвитку у підприємстві на кількох рівнях. По-перше, врахування вподобань та потреб клієнтів у сталому туризмі дозволяє агентству налаштовувати свою пропозицію на збалансований розвиток, враховуючи екологічні та соціокультурні аспекти. По-друге, активне просування ідеї сталого розвитку через соціальні мережі сприяє підвищенню свідомості клієнтів про важливість екологічно чистих та соціально відповідальних подорожей. Це впливає на формування їхньої споживчої поведінки та стимулює попит на сталі туристичні послуги, що сприяє розвитку сталого туризму загалом. Таким чином, використання соціальних мереж як засобу збору та обробки інформації не лише сприяє ефективному функціонуванню підприємства, але й сприяє покращенню екологічного та соціокультурного впливу його діяльності на загальну спільноту.

У контексті стратегічного управління туристичним бізнесом, особлива увага приділяється аналізу поведінки споживачів, що становить важливий аспект для досягнення успіху та сталого розвитку компанії. Одним із ключових методів збору та обробки інформації є аналіз даних бронювання, що дозволяє компанії не лише отримувати інформацію про конкретні попити на послуги та напрямки, але й розкривати відношення споживачів до сталого туризму.

Саме через аналіз даних бронювання, вивчення вподобань, тенденцій та інших параметрів, компанія може здійснювати персоналізацію пропозицій для своїх клієнтів та зрозуміти, яка частка від загальної кількості споживачів цікавиться сталим туризмом. Таким чином, розуміння відсотку споживачів, які надають

перевагу сталому туризму, від загальної кількості, є ключовим для розробки стратегій та рішень у сфері туристичного бізнесу.

Варто зазначити, що перехід до втілення принципів сталого розвитку може бути складним та вимагати значних зусиль з боку підприємства. Необережний та швидкий перехід може призвести до негативних наслідків, включаючи фінансові втрати та невдоволення споживачів. Тому, агенція здійснює детальний аналіз даної інформації та поступово впроваджує принципи сталого розвитку шляхом активного залучення споживачів до відповідних ініціатив. Основною метою є забезпечення органічного переходу до сталого туризму без збитків для бізнесу та задоволення споживачів.

Туристична агенція "Еврика тур" використовує програмне забезпечення TravelCEO для ефективного збору та обробки даних, пов'язаних з їхньою діяльністю. TravelCEO є потужним інструментом управління туроператорським бізнесом, який надає комплексні можливості для керування бронюваннями, клієнтськими відносинами та аналітикою. Завдяки цьому програмному забезпеченню, "Еврика тур" може автоматизувати процеси збору даних про бронювання турів, управління клієнтською базою даних, а також проводити аналіз попиту та розвивати стратегії на основі зібраних даних. Використання TravelCEO дозволяє агенції оптимізувати свою роботу, забезпечуючи швидкий доступ до важливої інформації та покращуючи якість обслуговування клієнтів.

Програмне забезпечення TravelCEO відзначається високою ефективністю у сфері обробки даних для туристичної агенції "Еврика тур" завдяки своїм розширеним функціональним можливостям. Однією з ключових переваг є швидкість та точність обробки великого обсягу інформації про бронювання, клієнтські дані та звіти про використання послуг. Програма забезпечує автоматизацію багатьох процесів, що раніше вимагали б значних зусиль і часу, таких як формування звітів, аналіз попиту на певні туристичні напрямки та визначення відмінностей в уподобаннях клієнтів.

Крім того, TravelCEO надає розширені можливості для аналізу даних, що дозволяє агентству здійснювати глибокий розгляд важливих аспектів їхньої

діяльності. За допомогою аналітичних інструментів програми можна виявити тенденції у попиті на різні туристичні напрямки, визначити популярність конкретних типів турів та встановити пріоритетність розвитку нових пропозицій для клієнтів.

Нарешті, TravelCEO допомагає зберігати дані в структурованому та організованому форматі, що спрощує процес прийняття стратегічних рішень на основі даних. Це робить програму не лише потужним інструментом для обробки даних, але й надійним помічником у розвитку та вдосконаленні ділових процесів туристичної агентції "Еврика тур".

2.2 Аналіз діяльності туристичних агентств у контексті сталого розвитку

У зв'язку з глобальними тенденціями, пандемія COVID-19 викликала прискорений перехід до сталого та відповідального туризму. Туристи почали більше усвідомлювати свій вплив на довкілля та екологію нашої планети. Крім того, пандемія стимулювала розвиток нових підходів та технологій у галузі туризму, зокрема віртуальні тури, онлайн-екскурсії та інші цифрові формати, які стали популярними серед тих, хто шукав альтернативні способи дослідження світу.

Віртуальний туризм став справжнім відкриттям під час пандемії, надаючи можливість відчувати атмосферу різних місць та насолодитися красою світу, не виходячи за межі власного приміщення. Це не лише засіб відпочинку, але й можливість для освіти та культурного збагачення. Віртуальні тури дозволяють досліджувати історію, мистецтво та природу різних куточків світу, створюючи захопливі враження через технології віртуальної реальності та інтерактивні платформи.

Україна також не залишається осторонь цих тенденцій. Починаючи з початку карантину, туристи віддають перевагу подорожам на невеликі відстані власним транспортом, сприяючи розвитку внутрішнього туризму. Індивідуальні поїздки на відстані 20-30 км від дому стають дедалі популярнішими, свідчаючи про зростання інтересу до локального та безпечного відпочинку. З послабленням карантинних обмежень, збільшилася популярність відпочинку на Чорному та Азовських морях, а також в гірських районах, національних парках та природних резерватах серед тих, хто шукав активний відпочинок та віддалені місця.

Такі тенденції та практики вказують на те, що туристичні агентства мають великий потенціал для підтримки сталого розвитку, пропонуючи туристам екологічно чисті та відповідальні подорожі, а також використовуючи інноваційні технології для розвитку цифрових форматів туризму.

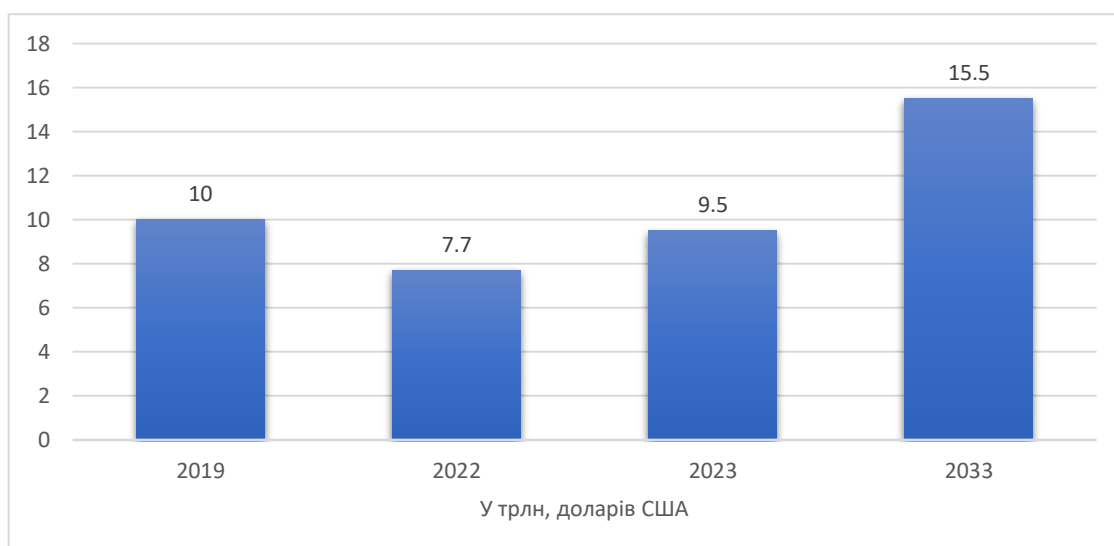


Рисунок 2.1 - Загальний внесок подорожей і туризму у світовий ВВП у 2019 і 2022 роках, з прогнозом на 2023 і 2033 роки, трлн доларів США [12, с. 3]

У сучасному світі туризм став одним із найважливіших секторів економіки, який значно впливає на валовий внутрішній продукт країн. У 2022 році прямий внесок туризму у світовий ВВП склав 7,7 трильйона доларів США, що становить значну частку у світовому ВВП. Прогноз на наступні роки також свідчить про збереження впливу туризму на світову економіку. Графік на рисунку 1 демонструє цей внесок до пандемії (2019 рік), поточний період (2022 рік) і прогнозний (2023, 2033 рік). [12, с. 3] На мою думку, важливо продовжувати розвивати туризм як

стратегічний сектор економіки, оскільки він відіграє ключову роль у залученні інвестицій, створенні робочих місць та збільшенні валового внутрішнього продукту країн. Збереження стабільного і вибалансованого розвитку туризму сприятиме підтримці економічної стійкості та соціального благополуччя націй. Крім того, важливо забезпечувати стале управління туристичними ресурсами, збереження навколишнього середовища та підтримку соціокультурної ідентичності регіонів. Такий підхід сприятиме забезпеченню балансу між економічними, екологічними та соціокультурними аспектами туризму, що є ключовим для досягнення сталого розвитку у цій галузі.

Сьогоднішня туристична індустрія переживає зміни, орієнтуючись не лише на масовий туризм, але й на концепцію сталого розвитку. Ця тенденція обумовлена зростаючим усвідомленням суспільства щодо важливості збереження навколишнього середовища та культурних цінностей. І зважаючи на це, сталість стає ключовим фактором для забезпечення тривалого успіху туристичної індустрії. Сталий туризм, який враховує як екологічні, так і соціокультурні аспекти, відіграє важливу роль у розвитку цієї галузі. Він сприяє збереженню природних ресурсів та підтримці місцевих спільнот, що є невід'ємними складовими довгострокового успіху туристичної індустрії. Такий підхід не лише сприяє збереженню культурної спадщини та природного середовища, але й забезпечує сталість та вигоди для майбутніх поколінь. На мою думку, ця зміна відбувається через ряд причин. По-перше, зростання свідомості суспільства щодо важливості екологічної та соціокультурної сталості спонукає туристичну індустрію переглянути свої підходи та враховувати ці аспекти у своїй діяльності. Крім того, збільшення усвідомленості національних та міжнародних організацій щодо впливу туризму на природу та культурне надбання також відіграє важливу роль у цьому процесі. Також велика роль відводиться розвитку технологій, які сприяють ефективному впровадженню сталого туризму та зменшенню його негативного впливу. У цілому, це зміна в підходах та свідомості споживачів, підприємств і громадських організацій, що спрямована на покращення умов життя та збереження природних ресурсів для майбутніх поколінь.

Норвегія надає відмінний приклад успішного впровадження принципів сталого розвитку у туристичній сфері, як показують Лофотенські острови. В цьому регіоні, де туризм відіграє вирішальну роль, була розроблена та успішно втілена комплексна програма, спрямована на збереження навколишнього середовища, підтримку місцевих громад та економічний розвиток. Для зменшення негативного впливу на природу та уникнення перенаселення були впроваджені програми, які заохочують туристів відвідувати острови поза сезоном. Ці заходи сприяють більш рівномірному розподілу туристичного потоку протягом року, що зменшує негативний вплив на природні ресурси та культурне середовище. Важливо зазначити, що в Норвегії понад 14% території захищені, що значно перевищує показник в Україні (менше 4%). Згідно з рекомендаціями Всесвітньої комісії з навколишнього середовища та розвитку, оптимальний показник захищених зон повинен перевищувати 12%. [12, с. 4]

У кожній країні підходи до розвитку сталої готельної сфери можуть виявляти свої унікальні особливості. Наприклад, в Англії вже розроблені ключові принципи сталого будівництва та дизайну готелів, спрямовані на те, щоб надати власникам та архітекторам підтримку у створенні стійких об'єктів та усвідомлення можливих наслідків їхніх рішень у довгостроковій перспективі. У Японії великий акцент приділяється інноваційним підходам до сталого розвитку готельних послуг, зокрема, використанню передових технологій для забезпечення енергоефективності та відновлення природних ресурсів. Європейський Союз, натомість, активно впливає на підприємницьку діяльність, спрямовуючи на відповідальну поведінку у бізнесі та впроваджуючи концепцію розширеної відповідальності виробників. Цей підхід передбачає, що виробники несуть відповідальність за екологічні наслідки своєї продукції, що розширюється і на готельну індустрію. Наприклад, такі ланцюги готелів, як "Accor", "Fairmont", "Marriott", "Rezidor", "Hilton", "Starwood", "Shangri-La" та "Taj Hotels and Resorts", вже роблять перші кроки у напрямі корпоративної сталості. У Канаді готельна мережа "The Fairmont" активно впроваджує програми енергоефективності та управління відходами для зменшення вуглецевого сліду. А готельна група "Six

Senses" у Азії виступає лідером у сфері екологічно відповідального туризму, активно залучаючи гостей до екологічно освіченого способу життя під час перебування у готелях. [12, с. 4]

Аналізуючи інформацію щодо сталого розвитку туристичної галузі в інших країнах, особливо у Норвегії, можна відзначити їхній успішний досвід в цьому напрямі. Програми, спрямовані на збереження навколишнього середовища та підтримку місцевих громад, є важливим елементом сталого розвитку туризму. У порівнянні з Норвегією, Україна має значно менший відсоток захищених територій, що впливає на можливості розвитку сталого туризму. Захищені природні зони не лише забезпечують збереження біорізноманіття, а й створюють унікальні туристичні маршрути та простори для екотуризму. Проте, Україна має потенціал для розвитку сталого туризму за рахунок свого природного та культурного різноманіття. Важливо вжити ефективних заходів для заохочення туристів відвідувати регіони поза головними туристичними сезонами, що сприятиме зменшенню негативного впливу на природні ресурси та збереженню культурного спадку. Крім того, важливо враховувати досвід інших країн, таких як Англія, Японія, Європейський Союз, Канада та інші, які активно впроваджують інноваційні підходи до сталого розвитку готельної індустрії. Наприклад, перехід до енергоефективних технологій, програми управління відходами та заохочення гостей до екологічно освіченого способу життя можуть стати важливими кроками для України у розвитку сталого туризму.

Сьогодні туристична галузь України стикається з складними викликами. За період 2017-2020 років галузь відзначалася зростанням, а держава активно підвищувала свою конкурентоспроможність. Однак проблеми у секторі туризму виникли ще під час пандемії COVID-19. Завдяки обмеженням, було припинено роботу аеропортів, готелі залишалися з мінімальною кількістю клієнтів, а попит на послуги туристичних агентств суттєво впав. Навіть коли сектор почав оговтуватися, зазнаючи певного полегшення, почалося повномасштабне вторгнення Російської Федерації в Україну, що спричинило критичні умови для підприємств туристичної галузі. Проте, навіть в такому агресивному та непередбачуваному середовищі,

галузь продовжує свою діяльність, прагнучи відновитися та, можливо, плануючи майбутній розвиток. За оцінками, сектор туризму формує близько 1,4% від загального обсягу ВВП країни. [9] Однак, російське вторгнення значно вплинуло на показники. Таблиця 2.1 надає інформацію щодо статистики туристичної галузі України за період з січня по вересень 2021 і 2022 років.

Таблиця 2.1 - Статистика туристичної галузі за 9 місяців 2021-2022рр. [7, с. 53]

Показник	Інформація за 9 місяців		Темпи росту (падіння), %
	2021р.	2022р.	
Кількість платників податків, які займаються туристичною діяльністю, загальна кількість	23540	16957	72,0
в тому числі:			
юридичні особи	7055	4515	64,0
фізичні особи	16485	12444	75,5
Сума сплачених податків, тис. грн	1777924	1185884	66,7
Туристичний збір, тис. грн	151104	131559	87,1

За даними, поданими у таблиці 2.1, можна зробити висновки про значне зниження ефективності функціонування підприємств у сфері туризму у 2022 році внаслідок агресії Російської Федерації. Зокрема, відзначається зменшення на 28% загальної кількості платників податків у туристичній сфері. Крім того, спостерігається зменшення на 36% кількості юридичних осіб та на 24,5% фізичних осіб. Це призвело до суттєвого зниження суми сплачених податків представниками туристичної галузі на 33,3%, а також до зменшення на 12,9% обсягу сплати туристичного збору. [7, с. 53]

В сучасному контексті туристична галузь України стикається з рядом серйозних викликів, які значно ускладнюють її функціонування. Під час пандемії COVID-19 туристичний сектор зазнав негативного впливу через обмеження, які призвели до припинення подорожей та зниження попиту на туристичні послуги.

Навіть після помітного полегшення ситуації, сектор став об'єктом агресії з боку Російської Федерації, що спричинило серйозні проблеми для підприємств туристичної галузі. Незважаючи на це, туристична індустрія продовжує свою діяльність, виявляючи гнучкість та намагаючись адаптуватися до нових умов. За даними з таблиці 2.1 можна зробити висновок про те, що російське вторгнення суттєво вплинуло на показники у туристичній галузі, що відобразилося у зменшенні кількості платників податків, суми сплачених податків та обсягу туристичного збору. В умовах такої складної ситуації, важливо вжити ефективних заходів для відновлення та підтримки туристичного сектору, враховуючи всі виклики та можливості, що виникають у зв'язку з цими обставинами.

Однак відповідно до онлайн джерела Укрінфом, де опублікований публічний звіт голови Державного агентства розвитку туризму України Мар'яни Олесків стверджується, що податкові надходження від туристичної галузі 2023 року зросли на 3,2% порівняно із 2022-им — до 2,049 млрд гривень. [12] Мар'яна коментує: “Це пов'язано як зі зростанням економічної активності, так і з тим, що після дуже стресового 2022-го людям потрібен був час для відновлення, психологічного перезавантаження. І саме мандруючи, відвідуючи інші міста, культурні об'єкти, ми більше надихались. Плюс запит на краще пізнання своєї культури, історії, що також реалізується через туризм. Тому бачимо, що сума податків порівняно з попереднім роком зросла на 3,2% - до 2 мільярдів 49 мільйонів гривень. Але, звісно, поки що йдеться про певне падіння порівняно з довоєнним 2021 роком, коли цей показник перевищив 2,2 мільярда гривень”. [12]

Це свідчить про те, що першочерговою ціллю туристичних агенцій на даний момент є відновлення довоєнного прибутку, а вже потім на черзі питання такі, як сталий розвиток, впровадження екологічно чистих технологій та заходи для збереження природних ресурсів стають важливими. Згідно з останніми даними, багато туристичних компаній в Україні виявляють зацікавленість у відновленні та підтримці екосистем, сприяючи збереженню біорізноманіття та зменшенню негативного впливу на навколишнє середовище.

Перш за все, це компанія Green Ukraine. Ця компанія пропонує різноманітні тури, спрямовані на вивчення та збереження екологічно важливих місць в Україні. Вони також активно працюють над підвищенням екологічної свідомості серед своїх клієнтів. Їх популярні напрямки знаходяться у Західній Україні, а саме Карпати. Окрім турів, вони пропонують різні активності, а саме риболовля, мисливство, катання на конях та багато інших, тим самим залучуючи туристів до сталого туризму, який не несе шкоди навколишньому середовищу.

Наступним важливим кроком для туристичних агентств може бути активне впровадження практик та технологій, спрямованих на збереження навколишнього середовища. Це може включати в себе використання екологічно чистих транспортних засобів, застосування відновлюваних джерел енергії для готелів та інших туристичних об'єктів, а також впровадження програм з утилізації відходів та зменшення споживання ресурсів. Реалізація таких ініціатив може не лише сприяти збереженню природних ресурсів та зменшенню викидів, але й створити нові можливості для розвитку бізнесу та залучення інвестицій у туристичну індустрію.

Загальна картина туристичної галузі в Україні вимагає уважного аналізу та стратегічного підходу до подальшого розвитку. Незважаючи на складнощі, що виникають у зв'язку з пандемією та політичними та економічними викликами, туристичні агентства мають потенціал для ефективного функціонування та збільшення своєї конкурентоспроможності. Пріоритетними напрямками розвитку є активне впровадження принципів сталого розвитку, підвищення екологічної свідомості серед клієнтів та співробітників, а також використання інноваційних підходів до організації та просування туристичних послуг. Нові стратегії та підходи до управління туристичним бізнесом можуть стати ключовими чинниками у забезпеченні успішного функціонування та розвитку галузі в умовах сучасного світу. Тим самим, відповідно адаптуючись до змін, туристичні агентства можуть знайти нові можливості для збільшення свого впливу та внесення позитивного вкладу у розвиток туризму в Україні.

4.3 Аналітичне оцінювання економічної стійкості у розвитку малих підприємств на прикладі туристичного агентства «Єврика тур»

Економічна стійкість малого підприємства туристичної агенції визначається його здатністю витримувати економічні труднощі та відновлюватися після них. Це означає, що підприємство може ефективно протистояти внутрішнім та зовнішнім факторам, таким як зміни в ринкових умовах, конкуренція, зміни в законодавстві або економічні кризи. Економічно стійке підприємство має надійні фінансові показники, стійкі відносини з клієнтами та партнерами, а також гнучку стратегію, яка дозволяє адаптуватися до змін в суспільному та економічному середовищі.

Перспективи розвитку малого підприємства туристичної агенції визначаються його потенціалом для зростання та розширення бізнесу в майбутньому. Це може включати розширення асортименту послуг, введення нових технологій та інновацій, розширення ринків збуту, підвищення рівня обслуговування клієнтів, підвищення конкурентоспроможності тощо. Підприємство повинно мати чітку стратегію розвитку, яка враховує його поточні можливості та ризики, а також потенційні шляхи досягнення майбутніх цілей.

Для оцінки економічної стійкості підприємства «Єврика Тур» було проведено аналіз конкурентів та аналіз фінансово-економічних показників діяльності підприємства.

Так як туристична агенція «Єврика Тур» є єдиним туристичним оператором у місті, то відсутність прямих конкурентів на місцевому ринку надає йому певні переваги, відносно високу економічну стійкість та можливість залучення значної частини місцевих клієнтів. Проте, у контексті регіональної конкуренції, обласний центр пропонує ширший вибір туристичних послуг за рахунок існування багатьох інших туристичних агенцій. У цьому розділі було проведено оцінку ринкової позиції «Єврика Тур» порівняно з її 2 основними конкурентами, а саме «Партнер Тур» та «ЕкоТур», які функціонують у Хмельницькому, обласному центрі. Таблиця

нижче надасть можливість отримати вичерпну інформацію щодо ключових характеристик та переваг кожної з туристичних агенцій, сприяючи аналізу їхньої конкурентоспроможності на регіональному ринку.

Таблиця 2.2 – Порівняльний аналіз туристичних агенцій "Еврика Тур", "Партнер Тур" та "ЕкоТур".

Агентство	Еврика Тур	Партнер Тур	ЕкоТур
Рік заснування	2006	2010	2006
Наявність турів в асортименті	Шкільні екскурсійні поїздки, корпоративні, збірні, групові, індивідуальні по Україні та Європі	Екскурсійні тури, гірськолижний відпочинок, оздоровчі тури	Екскурсійні тури в популярні напрями Україною, автобусні тури в Європу
Доступність онлайн	Зручний сайт, онлайн-бронювання, постійна активність у соціальних мережах	Мінімальна присутність онлайн	Функціональний сайт, але обмежена онлайн-підтримка
Оцінка/відгуки в Google	4,8 (86 відгуків)	4,5 (189 відгуків)	4,6 (247 відгуків)
Цінова політика	Низька	Середня	Середня
Переваги	Доступні ціни, власний автобусний парк, можливість відправлення будь-якого міста області	Доступні ціни, раннє бронювання, прокат спорядження	Авторські програми
Недоліки	Обмежений вибір турів, переважно у популярні країни	Недоступне онлайн-бронювання	Відсутність фокусу на екологічно чистих турах та еко-туризмі

Джерело: складено автором на основі інформації зібраної на веб-сайтах туристичних компаній та відгуках клієнтів у Google [15, 16, 17].

За результатами порівняльного аналізу туристичних агентств "Еврика Тур", "Партнер Тур" та "ЕкоТур" можна зробити висновок, що "Еврика Тур" володіє значними конкурентними перевагами, такими як доступні ціни, зручний онлайн-сервіс та власний автобусний парк. Однак, не зважаючи на це, агентство має обмежений вибір турів, переважно у популярні країни, що спричинено обмеженим географічним розташуванням.

У той час як "Партнер Тур" та "ЕкоТур" також мають свої конкурентні переваги, найголовніші з яких це присутність на ширшому ринку та велика клієнтська база, їхня онлайн-присутність та відсутність надання унікального асортименту турів виглядають менш привабливими порівняно з "Еврика Тур".

«Еврика Тур» здійснює такі види туризму та тури як:

- Виїзний (міжнародний) туризм: групові тури в наступні країни: Польща, Чехія та Болгарія. Бронювання готелів та приватних апартаментів, трансфери, організація екскурсій.
- В'їзний туризм: індивідуальні та групові тури, візова підтримка для іноземних туристів. Відпочинок на Чорному та Азовському морі, гірськолижні курорти. Екскурсійні тури по всій Україні.
- Внутрішній туризм:
- Одноденні екскурсії: Івано-Франківськ, Збараж, Львів, Дубно, Рівне, Луцьк, Чернівці, Вінниця, Меджибіж, Летичів, Умань, Біла Церква, Житомир, Київ;
- Екскурсії духовного напрямку: Зарваниця, Почаїв, Унів, Глиняни;
- Тури на 2-3 дні: «Бурштинове Сафарі» м. Рівне, «Захоплюючий трускавець», « Від Поділля до Буковини», «Золота підкова Західної України», «Незвідана Волинь та замки Тернопілля» і тд;
- Відпочинок в Карпатах та Закарпатті: Славське, Яремче, Ворохта, Буковель, Драгобрат;
- Відпочинок на морі;
- Сезонні тури: «В гості до Святого Миколая», «Подорож у казку»;

Серед найбільш популярних країн для туристів підприємства стали Болгарія, Туреччина, Єгипет, Греція, Туніс, Іспанія, ОАЕ.

Таблиця 2.3 – Обсяги реалізованих туристичних пакетів в ТОВ «Еврика Тур» та їх частка в загальному обсязі за період 2019-2023 рр.

№ з/п	Туристичні пакети	К-сть реалізованих, шт.					Частка у загальному обсязі, %				
		2019	2020	2021	2022	2023	2019	2020	2021	2022	2023
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1	Для подорожей Україною	6685	1222	5571	807	5300	92,2%	89,3%	91,0%	89,3%	95,5%
2	Для подорожей за кордон	567	146	552	97	247	7,8%	10,7%	9,0%	10,7%	4,5%
Всього		7252	1368	6123	904	5547	100%	100%	100%	100%	100%

Джерело: [Складено на основі звітів про туристичну діяльність за 2019-2023 роки]

Було проведено загальний аналіз даних щодо кількості проданих туристичних путівок від туристичної агенції "Еврика Тур" за останніх 5 років. Це дало змогу оцінити ситуацію та чинники, що впливали на різке зниження та збільшення кількості проданих туристичних пакетів.

З таблиці та діаграми, можна побачити, що у 2020 році спостерігався значний спад у кількості проданих путівок, який можна пояснити впровадженням карантинних заходів через пандемію коронавірусу. Ця ситуація відображається у зниженні кількості туристичних пакетів для подорожей як у межах України (з 6685 до 1222 штук), так і за кордон (з 567 до 146 штук).

У 2021 році спостерігається певне відновлення ситуації, коли кількість проданих путівок почала зростати порівняно з 2020 роком.

У 2022 році знову спостерігається різке зниження кількості проданих путівок. Це пов'язано з повномасштабним вторгненням в Україну, що спричинило зниження попиту та унеможливлення здійснення туристичних поїздок. Через

повномасштабне вторгнення Росії в Україну та війну надходження до державного бюджету України від туризму скоротилися на 18% [18].

У 2023 році спостерігається подальше відновлення ситуації, коли кількість проданих путівок зростає. Відбувається зростання як кількості путівок для подорожей у межах України (з 807 до 5300 штук), так і за кордон (з 97 до 247 штук), але рівень продажів ще не досяг рівня 2019 року.

Отже, загальною тенденцією є спад у кількості проданих путівок у 2020 та 2022 роках через карантинні обмеження та війну в Україні відповідно, а також поступове відновлення ситуації у 2021 та 2023 роках.

Для здійснення оцінки фінансово-економічних показників туристичної агентури необхідно включити фінансові звіти, операційні дані та іншу відповідну інформацію. Аналіз фінансово-економічних показників туристичної агенції був проведений на основі наданих даних за 2021-2023 роки. Метою аналізу є оцінка фінансової стабільності, ефективності та прибутковості діяльності підприємства.

Таблиця 2.4 – Динаміка прибутковості ТОВ «Еврика Тур» за період 2021-2023 рр.

Показники	Звітний період, грн			Абсолютне відхилення (+,-)		Темп росту, %	
	2021	2022	2023	2022	2023	2022/2021	2023/2022
Чистий дохід (виручка) від реалізації продукції	9409500	1567500	5614000	-7842000	4046500	17%	358%
Собівартість реалізованої продукції	7800360	1079400	4520320	-6720960	3440920	14%	419%
Валовий прибуток	1609140	488100	1093680	-1121040	605580	30%	224%

Продовження таблиці 2.4

1	2	3	4	5	6	7	8
Адміністративні витрати, витрати на збут, інші операційні витрати	480000	300000	420000	-180000	120000	63%	140%
Чистий фінансовий результат	1129140	188100	673680				

Джерело: [Складено автором на основі фінансових результатів бази практики]

З таблиці 2.4 про динаміку прибутковості туристичного агентства "Еврика Тур" за період 2021-2023 років видно значний ріст чистого доходу (виручки) від реалізації продукції та суттєве збільшення валового прибутку. Однак, варто звернути увагу на те, що абсолютне відхилення та темп росту показників значно знизилися у 2022 році порівняно з 2021 роком, але знову вирости у 2023 році.

У 2022 році повномасштабне вторгнення, спричинило значне скорочення прибутку туристичного агентства. Це пов'язано з різким зменшенням попиту на послуги туристичної галузі через політичну та економічну кризу.

Спад чистого доходу і валового прибутку у 2022 році порівняно з попереднім роком (2021) може бути також наслідком недостатньої підготовки агентства до змін на ринку та недостатньої реакції на зміну умов. Однак, варто відзначити, що агентство вдалося відновити свій ріст у 2023 році, що може свідчити про успішні заходи по коригуванню стратегії та адаптації до нових умов.

Загалом, зміни у прибутковості "Еврика Тур" за цей період вказують на необхідність постійного моніторингу ринкових тенденцій, гнучкості та швидкого реагування на зміни, а також на важливість розробки стратегій ризик-менеджменту для зменшення впливу негативних факторів на фінансові результати.

На основі проведеного аналізу стало очевидним, що туристична агенція "Еврика тур" має потенціал для розвитку та вдосконалення своєї діяльності. Зазначу, що ця агенція займає монопольну позицію у місті, користується великою довірою серед місцевих мешканців та має значний вплив на споживачів. Ці фактори створюють сприятливе середовище для впровадження принципів сталого розвитку.

У зв'язку з цим, агенція має унікальну можливість стати лідером у впровадженні екологічно орієнтованих практик та залученні клієнтів до екотуризму. Можна запропонувати розвиток нових екотуристичних програм, спрямованих на вивчення та збереження місцевої природи та культурних цінностей. Такі програми не лише сприятимуть збереженню навколишнього середовища, а й сприятимуть розвитку спільнот, збільшуючи їх соціальну та економічну стійкість. Однак, перед впровадженням нових ініціатив, важливо уважно проаналізувати потенційні ризики. Різне впровадження нових послуг може призвести до спаду прибутку, якщо не буде ретельно продумано стратегію взаємодії зі споживачами та реакцію конкурентів на нові ідеї. Тому, варто врахувати ці фактори при розробці та впровадженні нових програм.

Загалом, "Еврика тур" має всі можливості для успішного впровадження концепції сталого розвитку. Лідерство в цьому напрямку не лише сприятиме зміцненню позицій на ринку, а й допоможе підтримувати збалансований та стійкий розвиток компанії у майбутньому.

РОЗДІЛ 3

НАПРЯМИ ОПТИМІЗАЦІЇ ДІЯЛЬНОСТІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ МАЛОГО ПІДПРИЄМСТВА

3.1 Рекомендації щодо стратегічного розвитку малого підприємства в контексті сталого розвитку

У сучасному світі, де економічні, соціальні та екологічні виклики постійно зростають, малі підприємства виявляються серед найбільш вразливих, але водночас і найбільш перспективних учасників економічного життя. Розуміння важливості сталого розвитку для таких підприємств стає не лише актуальним, але й необхідним у контексті забезпечення їхньої довгострокової життєздатності та конкурентоспроможності. В цьому розділі пропонується дослідити різноманітні напрями оптимізації діяльності малих підприємств у контексті сталого розвитку.

Зокрема, увага буде зосереджена на рекомендаціях щодо стратегічного розвитку малого підприємства в контексті сталого розвитку. Це включатиме розгляд можливих стратегій розвитку, які сприяють збалансованому поєднанню економічних, соціальних та екологічних аспектів бізнесу, а також визначення конкретних рекомендацій, які можуть допомогти малим підприємствам впроваджувати та удосконалювати свою стратегічну діяльність з орієнтацією на сталий розвиток.

За попередніми дослідженнями, агенція «Еврика тур» стикнулася з швидким економічним спадом у 2022 році, пов'язаним з російським вторгненням на територію України. Однак, з адаптацією та відновленням турів як по за кордон так і по Україні, у 2023 році спостерігається приріст чистого доходу на 358%, що є хорошим показником. Зрештою, при розборі рекомендацій, я спиралась на цілі компанії, які включають економічний зріст та вихід на чистий прибуток у розмірі,

який був у довоєнний період. Тим не менш, стратегія економічного зросту, не повинна перекривати впровадження принципів сталого розвитку агенції. Компанія має на меті стати екологічно чистою не тільки зсередини, але і заохочувати туристів слідувати принципам збереження планети, адже це глобальне питання, яке потребує активних дій.

Проаналізувавши сучасний стан туристичного ринку та стратегічні потреби туристичної агентури "Еврика тур" у контексті забезпечення сталого розвитку, пропонується провести **процес диверсифікації пропозицій**. Зазначена стратегія передбачає систематичне розширення асортименту послуг, спрямованих на вдосконалення підприємницької діяльності та мінімізацію впливу на природне середовище.

У цьому контексті, пріоритетним є розгляд можливостей для включення до пакетів туристичних послуг "Еврика тур" нових напрямків, зокрема кінного походу, сплаву на байдарках та рафтингу. Варто відзначити, що компанія вже успішно реалізує екологічно орієнтовані тури, зокрема на теренах Західної України, де туристи можуть насолоджуватись природними красами, уникаючи негативного впливу на довкілля.

Для інспірації та інноваційного розвитку, рекомендується ознайомитися з передовими практиками, які успішно впроваджує на ринку туристичних послуг компанія Active Ukraine. Зазначені ініціативи, такі як пішохідні походи Україною, кулінарні тури, велосипедні екскурсії у містах Києві та Львові, екстримальні маршрути, туристичні відпочинки у місті Одесі та фото-тури в дикій природі Києва, можуть стати джерелом інноваційних ідей та стратегічних кроків для подальшого розвитку "Еврика тур". [19]

Розширення асортименту послуг "Еврика тур" з включенням екологічно чистих туристичних маршрутів не лише стимулюватиме інтерес туристів до відвідування, але і сприятиме позитивному впливу на економічну діяльність компанії. Перш за все, екологічно орієнтовані тури можуть залучити нових клієнтів, які цінують збереження природних ресурсів та дотримання екологічних стандартів.

Це дозволить "Еврика тур" розширити свою клієнтську базу та збільшити обсяги продажів.

Додатково, реалізація екологічних турів сприятиме поглибленню знань туристів про Україну та її природні багатства. Це відкриє нові можливості для культурного та екологічного освічення та підвищить інтерес до подальших подорожей по країні. Більш того, популяризація екологічних туристичних маршрутів може сприяти розвитку та збереженню природних територій, що має значний соціальний і економічний вплив на місцеві громади.

У додаток до цього, розширення послуг "Еврика тур" таким чином дозволить компанії максимізувати використання своїх ресурсів та інфраструктури. Наприклад, ті самі транспортні засоби, які використовуються для традиційних туристичних маршрутів, можуть також бути застосовані для екологічних турів, що дозволить знизити витрати та підвищити рентабельність діяльності. Крім того, розширення асортименту послуг може стимулювати збільшення середнього чеку клієнта, оскільки додаткові опції туру можуть привернути більше інтересу та відповідно збільшити суму витрат. Таким чином, диверсифікація пропозицій з екологічно чистими послугами може значно підвищити економічну ефективність "Еврика тур" та забезпечити стабільний приріст прибутку.

Вирішуючи розширити свою сферу діяльності, турагенція "Еврика Тур" може вийти за межі традиційного туризму та інтегрувати консалтингові послуги. Це не лише інноваційний, але й стратегічний підхід до розвитку, що дозволяє агенції розширити свої можливості та стати ключовим гравцем в інших галузях, пов'язаних з туризмом. Консалтинг в даному контексті може охоплювати наступні послуги:

- Агенція може надавати консультації з питань тенденцій та перспектив розвитку туризму як галузі. Це включає в себе розуміння попиту, тенденцій ринку, технологічних інновацій і конкурентоспроможності.
- Агенція може надавати поради щодо ефективності маркетингових стратегій для залучення клієнтів. Це включає в себе використання цифрового маркетингу, соціальних мереж, та інших інструментів для просування своїх

послуг.

- Консалтинг також може охоплювати питання сталого розвитку. Агенція може допомагати бізнесам та урядовим структурам впроваджувати сталий туризм, дотримуючись принципів екологічної та соціальної відповідальності.

Одним з важливих аспектів цієї стратегії є систематичний моніторинг регіонів. "Еврика Тур" вивчає попит на туризм у різних географічних областях, а також проводить аналіз їхніх можливостей для сталого розвитку. Мета полягає в ідентифікації найбільш перспективних регіонів та їх розвинених сфер, щоб надавати консультативні послуги на цих територіях.

Турагенція систематично збирає дані про вплив туризму на природні ресурси та соціокультурне середовище. Це може включати аналіз екологічного сліду туризму, вивчення впливу на місцеву економіку, та оцінку соціокультурного взаємодії з місцевим населенням. Збирання таких даних робить агенцію "Еврика Тур" експертом у сфері сталого туризму.

Підрозділ консалтингу в стратегічному розумінні, не лише покликаний підвищити конкурентоспроможність агенції, але й зробити внесок у сталий розвиток регіонів. Надання консалтингових послуг дозволяє залучити різні зацікавлені сторони до оптимального використання регіональних ресурсів. Така стратегія спрямована на те, щоб туризм не був лише джерелом розваг, але й вирішенням проблем регіонального розвитку.

Загалом, відповідно до цієї стратегії, турагенція "Еврика Тур" перетворюється на більш глибоку та впливову організацію, яка допомагає формувати позитивні та сталі перспективи для туризму та розвитку регіонів. Хоча сфера туристського консалтингу в Україні тільки починає зароджуватися, однак попит на консалтингові послуги зростає, що сприятиме розвитку зазначеної сфери послуг.

Залучення інвестицій та цифрова трансформація є двома ключовими аспектами стратегії "Еврика тур" у розвитку сталого бізнесу та забезпеченні економічного зростання. Залучення фінансування дозволить компанії

впроваджувати інноваційні рішення та стали практики, що сприятимуть як збільшенню доходів, так і покращенню екологічного та соціального впливу.

Перш за все, інвестиції можуть бути спрямовані на цифрову трансформацію, яка включатиме в себе впровадження сучасних технологій для покращення ефективності бізнес-процесів. Наприклад, розробка та впровадження онлайн-бронювання турів та екскурсій дозволить зменшити адміністративні витрати та оптимізувати робочий процес. Також, використання спеціалізованих додатків для моніторингу екологічного впливу подорожей сприятиме підвищенню прозорості та відкритості перед клієнтами, що стимулюватиме довіру та популяризацію більш екологічно свідомих маршрутів.

В подальшому, інвестиції можуть бути використані для впровадження енергоефективних технологій та програм з екологічної освіти для туристів. Наприклад, інвестування у використання відновлювальних джерел енергії для опалення готелів та транспортних засобів допоможе зменшити викиди CO₂ та екологічний вплив подорожей "Еврика тур". Крім того, створення програм з екологічною освітою для туристів дозволить підвищити їхню свідомість та зацікавленість у збереженні природи, що сприятиме розвитку сталого туризму та залученню нових клієнтів.

Стратегічне партнерство є ключовим елементом розвитку сталого бізнесу для "Еврика тур", оскільки співпраця з місцевими громадами, неприбутковими організаціями та іншими гравцями в туристичній галузі може мати значний вплив на економічний, соціальний та екологічний розвиток.

Напередодні співпраці "Еврика тур" з місцевими громадами та неприбутковими організаціями можна виокремити можливе партнерство з ініціативою "Зелений туризм". Спільно з організаціями, що пропагують екологічно чистий туризм, "Еврика тур" може розробляти та впроваджувати проекти з екологічного збереження та сталого використання природних ресурсів. Наприклад, спільна програма зі збереження лісів або організація екологічних екскурсій з акцентом на охорону дикої природи може залучити більше туристів та сприяти збільшенню обсягів продажів для "Еврика тур".

Розширенню стратегічного партнерства може сприяти співпраця з іншими гравцями в туристичній галузі, такими як місцеві туристичні агенції, готелі та ресторани, може сприяти не лише підвищенню обсягів продажів, але й покращенню якості послуг та збільшенню конкурентоспроможності. Наприклад, партнерство з місцевими готелями та ресторанами може допомогти "Єврика тур" впроваджувати екологічні стандарти у галузі гостинності, такі як використання відновлювальних джерел енергії та мінімізація відходів.

Одним з потенційних партнерів може бути ресторан "O'Panاس", який спеціалізується на українській кухні та розташований у самому центрі Львова. Співпраця з рестораном "O'Panاس" дозволить "Єврика тур" пропонувати своїм клієнтам аутентичні гастрономічні враження під час їхньої подорожі до Львова.

Обґрунтування вибору ресторану "O'Panاس" як потенційного партнера для туристичної агентури "Єврика тур" ґрунтується на кількох ключових аспектах. Перш за все, ресторан "O'Panاس" спеціалізується на українській кухні, що відображається в його концепції та меню. Це робить його ідеальним вибором для співпраці з туристичною агентурою, оскільки українська кухня вважається однією з основних привабливостей для туристів, особливо для тих, хто хоче отримати аутентичні гастрономічні враження під час подорожі. Підписання стратегічного партнерства з рестораном "O'Panاس" також відкриває можливості для привернення уваги іноземних туристів до туристичних послуг, що надаються "Єврика тур". За даними DІP, українська кухня визнана однією з найсмачніших у світі, займаючи почесне третє місце в рейтингу. Це підтверджує високий рівень популярності української гастрономії серед іноземців. Партнерство з рестораном, спеціалізуючимся на українській кухні, створило б можливість для іноземних туристів отримати автентичні враження під час своєї подорожі в Україну. Це, у свою чергу, сприяло б збільшенню кількості користувачів послуг "Єврика тур", особливо враховуючи активну присутність агентства у соціальних мережах та різноманітні маркетингові ініціативи.

Другим важливим аспектом є розташування ресторану "O'Panاس" у самому центрі Львова. Це стратегічне розташування дозволяє легко досягати до

ресторану для туристів, що знаходяться у місті. Такий фактор важливий для туристичної агентури, оскільки забезпечення зручного доступу до партнерів сприяє зручності та задоволенню клієнтів.

Розділ 2 роботи детально розкриває аспекти діяльності туристичної агенції "Еврика тур", зокрема орієнтацію на внутрішні поїздки у західну Україну. Відзначено, що агентство регулярно організовує поїздки до таких місць, як Івано-Франківськ, Збараж, Львів, Дубно, Рівне, Луцьк, Чернівці, Вінниця, Меджибіж та Летичів. Крім того, «Еврика тур» пропонує різноманітні тури на 2-3 дні, серед яких «Бурштинове Сафарі» у місті Рівне, «Захоплюючий Трускавець», «Від Поділля до Буковини», «Золота підкова Західної України», «Незвідана Волинь та замки Тернопілля» та інші. Також виділено, що агентство організовує відпочинок в Карпатах та Закарпатті, зокрема у таких популярних місцях як Славське, Яремче, Ворохта, Буковель та Драгобрат. Враховуючи широкий спектр туристичних пропозицій, стратегічне партнерство з рестораном «O'Panاس» є логічним кроком для розширення і покращення послуг, які надає агенція "Еврика тур".

Крім того, співпраця з рестораном "O'Panاس" відповідає стратегії "Еврика тур" з розширення асортименту послуг та підвищення конкурентоспроможності. Додавання аутентичних вражень до пакетів подорожей допоможе "Еврика тур" відзначитися на ринку та привернути нових клієнтів. Такий підхід є стратегічно важливим у контексті забезпечення сталого розвитку, оскільки дозволяє диверсифікувати послуги та збільшувати прибуток без значних витрат на рекламу чи розширення інфраструктури.

Таким чином, стратегічне партнерство в сфері туризму може не лише забезпечити "Еврика тур" стабільними джерелами доходу та розвитку, але й сприяти сталому розвитку регіонів, в яких діє компанія, через підтримку екологічних та соціальних ініціатив. Об'єднання малих бізнесів, які діють за спільною метою, може мати великий вплив.

3.2 Пропозиції щодо підвищення ефективності сталого розвитку малого підприємства туристичної галузі

У сучасному світі, де екологічні проблеми та соціальна несправедливість стають все більш актуальними, питання сталого розвитку набуває виняткового значення. Для малих підприємств туристичної галузі, які прагнуть до довгострокового успіху та позитивного впливу на суспільство, підвищення ефективності сталого розвитку є необхідним.

Існує декілька причин, чому це так важливо:

- Все більше людей обирають екологічно чисті та відповідальні подорожі. Підприємства, які демонструють свою прихильність до сталих принципів, мають більше шансів залучити цих цінних клієнтів.
- Туристична галузь може суттєво впливати на навколишнє середовище через використання ресурсів та утворення відходів. Впровадження екологічно чистих практик допоможе зменшити цей вплив та зберегти природні ресурси для майбутніх поколінь.
- Етичні та відповідальні практики роботодавця створюють позитивну атмосферу в колективі та привертають талановитих співробітників. Підтримка місцевих спільнот та повага до культурних відмінностей також зміцнюють репутацію підприємства.
- Ефективне використання ресурсів та зниження витрат на енергоносії та відходи допоможе підприємству збільшити прибутковість та забезпечити стабільне розвиток в довгостроковій перспективі.

Підвищення ефективності сталого розвитку – це не просто мода, це необхідність для успіху малого підприємства туристичної галузі в сучасному світі. Впроваджуючи запропоновані в цій роботі рекомендації, підприємства можуть зробити значний внесок в збереження навколишнього середовища, покращити життя людей та забезпечити свою конкурентоспроможність на ринку.

В умовах стрімкого розвитку цифрових технологій діджиталізація стає ключовим інструментом для підвищення ефективності сталого розвитку малих підприємств у туристичній галузі. Використання digital-технологій не тільки оптимізує бізнес-процеси, але й сприяє досягненню екологічних цілей, економії ресурсів та підвищенню конкурентоспроможності.

Діджиталізація бізнес-процесів також передбачає використання хмарних технологій для зберігання даних та управління ними. Це не тільки знижує витрати на фізичне зберігання інформації, але й підвищує гнучкість і мобільність співробітників, дозволяючи працювати віддалено. Застосування хмарних сервісів для управління бронюваннями та взаємодії з клієнтами дозволяє зменшити використання паперу і підвищити ефективність роботи з клієнтськими даними.

Важливим елементом діджиталізації є розробка та впровадження мобільних застосунків та чатботів. Такі інструменти значно покращують комунікацію з клієнтами, забезпечуючи швидкий доступ до інформації про послуги, бронювання та спеціальні пропозиції. Крім того, мобільні застосунки можуть містити функції для моніторингу та оптимізації витрат енергії та води, що сприяє екологічному вихованню користувачів. [29, с. 111]

Соціальні мережі та інші платформи digital-маркетингу (SMM, SEO, PPC) є потужними інструментами для просування сталого розвитку туристичних підприємств. Використання цих каналів дозволяє досягти широкої аудиторії, залучити еко-свідомих клієнтів і підвищити лояльність до бренду. Публікація контенту, що підкреслює екологічні ініціативи та досягнення компанії, сприяє формуванню позитивного іміджу і залученню нових клієнтів.

Загалом, впровадження digital-технологій у туристичній галузі має бути комплексним і поетапним процесом. Першим кроком є аналіз поточних бізнес-процесів та розробка стратегії діджиталізації, яка враховуватиме специфіку діяльності підприємства та його екологічні цілі. Наступним етапом є впровадження обраних технологій та навчання персоналу їх ефективному використанню. Після впровадження необхідно регулярно аналізувати результати та вносити корективи, щоб забезпечити максимальну ефективність і стійкість бізнесу.

Таким чином, діджиталізація в контексті сталого розвитку туристичного підприємства дозволяє не лише оптимізувати внутрішні процеси та знизити витрати, але й підвищити екологічну свідомість співробітників та клієнтів, сприяючи створенню стійкого та конкурентоспроможного бізнесу.

Наступна пропозиція – **залучення уваги до сталості серед споживачів**, що має великий потенціал для малих туристичних підприємств, оскільки це відмінний спосіб підвищення ефективності діяльності без значних фінансових витрат. Позитивний вплив цієї стратегії необхідно розглядати в контексті сучасних тенденцій у споживчому ринку та змін у способі підходу до подорожей. Привернення уваги до сталості через акцентування уваги на екологічних та соціальних ініціативах підприємства може відбуватися за допомогою різноманітних комунікаційних каналів, таких як веб-сайти, соціальні мережі, брошури та рекламні кампанії.

Туристична агенція "Еврика тур", яка стала об'єктом аналітичної уваги у Розділі 2, представляє собою показовий приклад успішної взаємодії з клієнтами через соціальні мережі та ефективного висвітлення питань екологічної свідомості та сталого розвитку. Директор компанії, Наталія, систематично бере участь у різноманітних конференціях, присвячених екологічним питанням, та активно інформує про ці заходи своїх підписників у соціальній мережі Instagram. Таким чином, вона сприяє створенню спільноти та формуванню групи однодумців, які підтримують ініціативи збереження природи та сталого розвитку. Наголошуючи на важливості використання місцевих продуктів, зменшенні відходів та підтримці місцевих спільнот, підприємство спонукає до формування екологічно відповідальної поведінки серед своїх клієнтів. Це має вирішальне значення з двох причин. По-перше, це сприяє позитивному впливу на навколишнє середовище та місцеві спільноти, що відповідає принципам сталого розвитку. По-друге, це є ефективним інструментом для залучення нових клієнтів, які все більше цінують екологічну та соціальну відповідальність. Відтак, відповідна комунікаційна стратегія сприяє не лише позитивному іміджу підприємства, але й його успішності та стабільності на ринку.

Співпраця малих туристичних підприємств з місцевими органами влади та громадськими організаціями є ключовим елементом підвищення ефективності сталого розвитку в туристичній галузі. Ця пропозиція має на меті створення сприятливої співпраці між підприємствами та сторонами, зацікавленими у збереженні екологічно чистого та культурно цінного середовища. Співпраця з місцевими органами влади дозволить підприємствам активніше впливати на прийняття рішень та розробку політики у сфері туризму, спрямовану на заохочення сталого розвитку. Взаємодія з громадськими організаціями дозволить підприємствам отримати додаткові ресурси, ідеї та підтримку для реалізації екологічних та соціальних ініціатив. При цьому, місцеві органи влади та громадські організації можуть допомогти підприємствам у впровадженні нових проєктів та програм, спрямованих на захист природних та культурних ресурсів, а також на розвиток сталого туризму в регіоні. Така співпраця сприятиме обміну досвідом та інноваціями між усіма зацікавленими сторонами, що забезпечить більш ефективне вирішення проблем та досягнення загальних цілей у сфері сталого розвитку туристичної галузі. [30, с. 444]

Отже, ці пропозиції мають великий потенціал стати успішними для малих туристичних підприємств, оскільки вони сприяють створенню сприятливих умов для сталого розвитку в галузі. По-перше, вони дозволяють підприємствам активно залучатися до екологічних ініціатив та розвивати екологічну свідомість як серед співробітників, так і серед клієнтів. По-друге, співпраця з місцевими органами влади та громадськими організаціями сприяє реалізації спільних проєктів та програм, спрямованих на захист природних та культурних ресурсів. Ці ініціативи не лише сприяють покращенню стану навколишнього середовища та розвитку туристичної галузі в цілому, а й створюють додаткові можливості для привертання нових клієнтів та підвищення конкурентоспроможності підприємств. Таким чином, ці пропозиції можуть допомогти малим туристичним підприємствам досягти успіху в умовах сучасного ринкового середовища, забезпечуючи сталий розвиток та стабільність їхньої діяльності.

ВИСНОВКИ

В результаті проведеного дослідження на тему «Аналітичне оцінювання сталого розвитку малого підприємства» ми прийшли до таких висновків:

Концепція сталого розвитку ґрунтується на принципах гармонійного співіснування людини та природи, економії ресурсів та збереження біосфери. Її впровадження у сфері туризму передбачає комплексний підхід, що охоплює екологічні, економічні та соціальні аспекти.

Екологічний аспект сталого розвитку туризму полягає у мінімізації негативного впливу туристичної діяльності на навколишнє середовище. Це передбачає:

- Раціональне використання ресурсів, таких як вода та енергія.
- Зменшення утворення відходів та їхню переробку.
- Захист біорізноманіття та природних ландшафтів.
- Застосування екологічно чистих технологій.

Економічний аспект сталого розвитку туризму передбачає:

- Розвиток економіки регіону за рахунок туризму, але без шкоди для довкілля.
- Створення нових робочих місць та покращення добробуту місцевого населення.
- Справедливий розподіл доходів від туризму.
- Підтримку малого та середнього бізнесу.

Соціальний аспект сталого розвитку туризму полягає у:

- Покращенні якості життя місцевого населення.
- Збереженні культурної спадщини.
- Розвитку екотуризму та інших видів туризму, що сприяють сталому розвитку.
- Залученні місцевого населення до управління туристичним сектором.

Основними методологічними підходами до дослідження сталого розвитку малих підприємств є економічний, соціальний та екологічний аспекти. Мали та середні

підприємства намагаються досягти сталості шляхом впровадження систем продуктивного виробництва та інших практик сталого розвитку. Проте, існують протиріччя щодо взаємозв'язку між соціальними та екологічними практиками та економічною продуктивністю. У контексті сталого розвитку гнучкість системи управління є ключовою, а разом з нею - розвиток економічного, соціального та екологічного потенціалу. Результати досліджень показують, що створення системи діагностики та розвитку потенціалу сталого розвитку є важливим для втілення стратегії сталого розвитку.

Для ефективної реалізації концепції сталого розвитку у сфері туризму важливо мати чіткі критерії оцінки, оскільки це передбачає балансування різноманітних факторів. Застосування комплексного підходу, який охоплює економічні, соціальні та екологічні аспекти, виявляється дуже доцільним. SWOT-аналіз допомагає підприємствам зосередитися на їхніх перевагах та можливостях, а також виявити проблеми та загрози, що сприяє стійкому та успішному впровадженню принципів циркулярної економіки. Крім того, метод ABC-аналізу виявляється найбільш відповідним для оцінки ефективності реалізації принципів сталого розвитку в діяльності туристичних агенцій, оскільки дозволяє визначити значення різних ресурсів та послуг для забезпечення сталого розвитку.

Аналіз програмного забезпечення TravelCEO в туристичній агенції "Еврика тур" показав, що воно ефективно автоматизує процеси збору та обробки даних про бронювання турів, управління клієнтською базою даних та аналізу попиту. Його розширені можливості забезпечують швидкий доступ до інформації та автоматизують багато рутинних процесів, що раніше вимагали багато часу. TravelCEO дозволяє агентству ефективно аналізувати свою діяльність та розробляти стратегії розвитку на основі зібраних даних. Програмне забезпечення також допомагає оцінити стан сталого розвитку "Еврика тур" шляхом аналізу різних параметрів, включаючи екологічні, економічні та соціокультурні аспекти. Цей аналіз дозволяє агентству зробити об'єктивну оцінку своєї діяльності в контексті сталого розвитку та прийняти відповідні заходи для покращення.

Здійснено загальну оцінку ефективності та стійкості діяльності туристичних агентств з урахуванням аспектів сталого розвитку. Світовий досвід, зокрема приклад Норвегії, підтвердив, що ефективне впровадження принципів сталого розвитку у туристичну сферу сприяє збереженню природних ресурсів, підтримці місцевих громад та економічному зростанню. На жаль, український туристичний сектор відчуває складнощі через пандемію COVID-19 та політичні та економічні виклики, такі як вторгнення Росії. Зниження ефективності туристичних підприємств внаслідок цих факторів підкреслило необхідність стратегічного підходу до подальшого розвитку галузі. Тільки нові стратегії та підходи забезпечать успішне функціонування та розвиток туризму в Україні, дозволяючи туристичним агентствам зростати та внести позитивний вклад у розвиток країни.

Аналіз економічної стабільності туристичного агентства "Еврика Тур" показав, що воно має потенціал для сталого розвитку. Хоча відсутність прямих конкурентів на місцевому ринку надає переваги, виклики зумовлені регіональною конкуренцією та нестабільністю національного та міжнародного ринків. Періоди спаду у продажах в 2020 та 2022 роках внаслідок карантинних обмежень та війни в Україні підкреслили потребу у постійному моніторингу ринкових тенденцій та розробці стратегій ризик-менеджменту. Проте, відновлення ситуації у 2021 та 2023 роках підтверджує можливість адаптації підприємства. "Еврика Тур" має потенціал стати прикладом впровадження принципів сталого розвитку в туризмі. Шляхом ініціатив зі збереження природних ресурсів, підтримки місцевих громад та розвитку економіки регіону, воно може забезпечити баланс між економічними, екологічними та соціокультурними аспектами своєї діяльності, сприяючи сталому розвитку не лише самого підприємства, але й туристичної галузі в цілому.

Проаналізувавши сучасний стан туристичного ринку та стратегічні потреби туристичної агентури "Еврика тур" у контексті забезпечення сталого розвитку, пропонується диверсифікація послуг туристичної агентури "Еврика тур" для забезпечення сталого розвитку. Це означає розширення асортименту з урахуванням впливу на навколишнє середовище. Рекомендується включення нових напрямків, таких як кінні походи та рафтинг, щоб привернути нових клієнтів та підвищити

конкурентоспроможність. Важливо звернутися до передових практик, як у компанії Active Ukraine, для інноваційного розвитку. Інвестиції та цифрова трансформація також ключові для забезпечення сталого бізнесу та економічного зростання. Стратегічне партнерство з місцевими громадами та іншими гравцями у туристичній галузі також важливе для соціального та екологічного розвитку.

Запропоновані підходи до підвищення ефективності сталого розвитку малих підприємств у туристичній галузі включають зменшення використання енергії та води, енергомодернізацію обладнання та освітлення, та заохочення гостей та співробітників до економного використання ресурсів. Привернення уваги до сталості серед споживачів через комунікаційні канали та співпраця з місцевими органами влади та громадськими організаціями також відіграють важливу роль у досягненні цілей сталого розвитку. Такі заходи сприятимуть збереженню природних та культурних ресурсів та розвитку сталого туризму в регіоні.

1. Козак, Л., & Федорук, О. (2022). КОНЦЕПТУАЛЬНІ ПІДХОДИ ДО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ СТАЛОГО РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ ГОСПОДАРЮВАННЯ. *Avtomobil'nì Dorogi Ì DorožNé BudiVnictvo/Avtomobil'nì Dorogi Ì Dorožné Budìvnictvo*, 112, 322–331. URL: <https://doi.org/10.33744/0365-8171-2022-112-322-331>
2. Перегляд КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ ПРОБЛЕМИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОЇ ЕКОНОМІКИ УКРАЇНИ. (n.d.). URL: <https://www.economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/3119/3042>
3. Malesios, C., De, D., Moursellas, A., Dey, P. K., & Evangelinos, K. (2021). Sustainability performance analysis of small and medium sized enterprises: Criteria, methods and framework. *Socio-economic Planning Sciences*, 75, 100993. URL: <https://doi.org/10.1016/j.seps.2020.100993>
4. Степаненко, Т. (2020). ТЕОРЕТИЧНІ ТА МЕТОДИЧНІ ЗАСАДИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА. URL: https://www.econ.vernadskyjournals.in.ua/journals/2020/31_70_6/25.pdf
5. Горбаль, Н. І., Ломага, Ю. Р., & Національний університет “Львівська політехніка”, кафедра зовнішньоекономічної та митної діяльності. (2022). Циркулярна економіка – основа сталого розвитку підприємств. In *Вісник Національного Університету “Львівська Політехніка”. Серія “Проблеми Економіки Та Управління”*: Vol. № 1 (9) (р. 9) [Journal-article]. URL: <https://science.lpnu.ua/sites/default/files/journal-paper/2022/apr/27434/220198verstka-11-26.pdf>
6. Панюк, Т. П., & Богуш, Л. А. (2021). РОЛЬ ТА ЗНАЧЕННЯ СОЦІАЛЬНОЇ ВІДПОВІДАЛЬНОСТІ ДЛЯ РЕАЛІЗАЦІЇ КОНЦЕПЦІЇ СТАЛОГО РОЗВИТКУ. URL: <http://biblio.umsf.dp.ua/jspui/bitstream/123456789/4561/1/13%20%20d0%9f%20%20b0%20%bd%20%20d1%8e%20%20ba%20%20a2.%20%20d0%9f..pdf> 10
7. Перегляд АНАЛІЗ ПОКАЗНИКІВ ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ в УКРАЇНІ ТА СВІТІ: ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ. (n.d.). URL: <https://dsim.khmnu.edu.ua/index.php/dsim/article/view/5/5>
8. Ukraine, G. (n.d.). *Green Ukraine*. URL: <https://green-ukraine.com/>
9. YcMarket, K. (2024, January 26). *Аналіз ринку туроператорів України | Блог YC.Market*. Блог YC.Market | Дослідження Ринку Та Конкурентий Аналіз. URL: <https://blog.youcontrol.market/analiz-rinku-turoperatoriv-ukrayini/>

10. Shelemetieva, T., Trokhymets, O., & Sobczyk-Kolbuch, A. (2023). PROGRAM-TARGET PLANNING AS a LOGISTICS TOOL FOR THE DEVELOPMENT OF a REGIONAL PROGRAM FOR THE SUSTAINABLE DEVELOPMENT OF TOURISM. *Deržava Ta Regioni. Seriâ: Ekonomika Ta Pidpriêmnictvo*, 4(130).
<https://doi.org/10.32782/1814-1161/2023-4-12>
11. Стадницький Ю. І., Савіна Н. Б., Хумарова Н. І., & Павліха Наталія. (2022). *СТАЛИЙ РОЗВИТОК ТУРИЗМУ ТА РЕКРЕАЦІЇ: СУЧАСНІ ВИКЛИКИ Й ПЕРСПЕКТИВИ* *ДЛЯ* *УКРАЇНИ*.
https://evnuir.vnu.edu.ua/bitstream/123456789/20754/1/tyruz_m_2022.pdf
12. *Перегляд РОЛЬ ТУРИЗМУ у СТАЛОМУ РОЗВИТКУ в УКРАЇНІ: ВИКЛИКИ ТА МОЖЛИВОСТІ* *ДЛЯ* *ЕКОНОМІКИ*. (n.d.).
<https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/3174/3097>
13. *Основні результати діяльності Державного агентства розвитку туризму в 2023 році*. (2024, July 2). <https://www.ukrinform.ua/rubric-presshall/3821292-osnovni-rezultati-dialnosti-derzavnogo-agentstva-rozvitku-turizmu-v-2023-roci.html>
14. ГОРЮНОВА К.А., & НОВІЗІНСЬКА М.В. (n.d.). *СУЧАСНІ КОНЦЕПЦІЇ СТАЛОГО* *РОЗВИТКУ* *ТУРИЗМУ*.
<https://mu.edu.ua/storage/MSU/pages/conferences/2023/%D0%A1%D1%83%D1%87%D0%B0%D1%81%D0%BD%D1%96%20%D1%82%D0%B5%D1%85%D0%BD%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D1%96%D1%97%20%D1%83%D0%BF%D1%80%D0%B0%D0%B2%D0%BB%D1%96%D0%BD%D0%BD%D1%8F%20%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B8%D1%81%D1%82%D0%B8%D1%87%D0%BD%D0%B8%D0%BC%20%D1%82%D0%B0%20%D0%B3%D0%BE%D1%82%D0%B5%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%BE-%D1%80%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%BE%D1%80%D0%B0%D0%BD%D0%>

[BD%D0%B8%D0%BC%20%D0%B1%D1%96%D0%B7%D0%BD%D0%B5%D1%81%D0%BE%D0%BC.pdf#page=15](https://www.evrikatour.com.ua/BD%D0%B8%D0%BC%20%D0%B1%D1%96%D0%B7%D0%BD%D0%B5%D1%81%D0%BE%D0%BC.pdf#page=15)

15. *Еврика Тур*. (2024, May 7). Еврика Тур. <https://evrikatour.com.ua/>
16. *Турагенція Еко-тур | ФОП Лопатюк О.І. | Хмельницький – Еко-тур | ФОП Лопатюк О.І., тури в Карпати, Закарпаття, новорічні тури.* (n.d.). <https://ekotur.com.ua/>
17. *Партнер Тур Груп*. (n.d.). URL: <https://partner-tour.com/>
18. Гончарова, К. (2022, June 14). Великі втрати. Стало відомо, як постраждав туризм в Україні через війну. *РБК-Україна*. URL: <https://www.rbc.ua/ukr/travel/poteri-dohodov-stalo-izvestno-postradal-turizm-1655198708.html>
19. *Active Ukraine*. (n.d.). Active Ukraine | Travel Agency in Ukraine. URL: <https://activeukraine.com/>
20. Feier, O., Khaustova, K., & Gusti, S. (2023). STRATEGIC ENTERPRISE MANAGEMENT IN TIMES OF WAR. In Мукачівський державний університет, *Innovation and Sustainability: Vol. № 4* (pp. 90–97) [Journal-article]. URL: <https://ir.lib.vntu.edu.ua/bitstream/handle/123456789/42556/%d0%a1%d0%a2%d0%a0%d0%90%d0%a2%d0%95%d0%93%d0%86%d0%a7%d0%9d%d0%95%20%d0%a3%d0%9f%d0%a0%d0%90%d0%92%d0%9b%d0%86%d0%9d%d0%9d%d0%af.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
21. Kuzmak, O., Kuzmak, O., & Pohrishchuk, B. (2021). Sustainable development: trends and realities of Ukraine. *E3S Web of Conferences*, 255, 01035. URL: <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202125501035>
22. Bai, C., Quayson, M., & Sarkis, J. (2021). COVID-19 pandemic digitization lessons for sustainable development of micro-and small- enterprises. *Sustainable Production and Consumption*, 27, 1989–2001. URL: <https://doi.org/10.1016/j.spc.2021.04.035>

23. Streimikiene, D., Svagzdiene, B., Jasinskas, E., & Simanavicius, A. (2020). Sustainable tourism development and competitiveness: The systematic literature review. *Sustainable Development*, 29(1), 259–271. URL: <https://doi.org/10.1002/sd.2133>
24. *Перегляд ФІНАНСОВІ ДЖЕРЕЛА СТІЙКОСТІ УКРАЇНСЬКИХ ПІДПРИЄМСТВ в УМОВАХ НЕВИЗНАЧЕНОСТІ.* (n.d.). URL: <https://snku.krok.edu.ua/index.php/vcheni-zapiski-universitetu-krok/article/view/658/664>
25. Романишин, В. О., к. е. н., & Бернацька, А. О. (2020). ФІНАНСОВА СТРАТЕГІЯ ТА ЇЇ РОЛЬ У ЗАБЕЗПЕЧЕННІ СТІЙКОГО РОЗВИТКУ ПІДПРИЄМСТВА. In ДВНЗ "Київський національний економічний університет імені Вадима Гетьмана & Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman, *Інвестиції: Практика Та Досвід: Vol. № 2* (р. 54) [Journal-article]. URL: http://www.investplan.com.ua/pdf/2_2020/11.pdf
26. Торопова, Д. Д. (2022). Концептуальні аспекти забезпечення комплементарного розвитку підприємств туристичної індустрії України. *Вісник економіки транспорту і промисловості*, (80), 95-105. URL: <http://btie.kart.edu.ua/article/view/286819/280747>
27. Authors of the articles. (2023). INNOVATIONS AND PROSPECTS IN MODERN SCIENCE. In M. L. Komarytskyu (Ed.), *Proceedings of II International Scientific and Practical Conference* (pp. 12–188). SSPG Publish. URL: <https://sci-conf.com.ua/wp-content/uploads/2023/02/INNOVATIONS-AND-PROSPECTS-IN-MODERN-SCIENCE-13-15.02.23.pdf#page=428>
28. Джинджоян, В. В. (2020). Визначення пріоритетів соціальної діяльності туристичних підприємств та їх розвитку. URL: <http://dgu.com.ua/bitstream/123456789/731/1/2.1.pdf>

29. Передерій, О. Г. СТАЛИЙ РОЗВИТОК ЕКОНАПРЯМКУ В БІЗНЕСІ
ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ РЕГІОНУ ЗА РАХУНОК
ДІДЖИТАЛІЗАЦІЇ. *Організаційний комітет*, 109. URL:
https://www.knuba.edu.ua/wp-content/uploads/2022/10/%D0%97%D0%B1%D1%96%D1%80%D0%BD%D0%B8%D0%BA_%D0%9A%D1%80%D1%83%D0%B3%D0%BB%D0%B8%D0%B9_%D1%81%D1%82%D1%96%D0%BB_%D0%95%D0%BA%D0%BE%D0%BB%D0%BE%D0%B3%D1%96%D1%87%D0%BD%D0%B0_%D0%B1%D0%B5%D0%B7%D0%BF%D0%B5%D0%BA%D0%B0_%D0%B4%D0%B5%D1%80%D0%B6%D0%B0%D0%B2%D0%B8_16_09_21-1.pdf#page=109
30. Гоблик-Маркович, Н. М., & Маслиган, О. О. (n.d.-b). Сучасні тенденції розвитку науки й освіти в умовах поглиблення євроінтеграційних процесів. In Мукачівський державний університет, *Збірник тез доповідей за матеріалами II Міжнародної науково-практичної конференції*. Вид-во МДУ. URL: [http://dspace-s.msu.edu.ua:8080/bitstream/123456789/10511/1/THE_ROLE_OF_LOCAL.pdf](http://dspace.s.msu.edu.ua:8080/bitstream/123456789/10511/1/THE_ROLE_OF_LOCAL.pdf)
31. Муштай, В. А., Лищенко, М. О., Макаренко, Н. О., & Макарова, В. В. (2023). Маркетинг відносин в межах концепції сталого розвитку та глобальної діджиталізації туристичної галузі. URL: <https://dspace.mnau.edu.ua/jspui/handle/123456789/14350>