

**Г. І. Колєда**, аспірант кафедри державного управління та місцевого самоврядування Дніпропетровського регіонального інституту державного управління Національної академії державного управління при Президентові України, начальник відділу туризму КП «Агентство розвитку Дніпра» Дніпровської міської ради

## **ОСОБЛИВОСТІ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ НА РЕГІОНАЛЬНОМУ РІВНІ В УКРАЇНІ (НА ПРИКЛАДІ М. ДНІПРА): АРХЕТИПНИЙ ПІДХІД**

*У статті проаналізовано цілі сталого розвитку в контексті туризму, їх впровадження на регіональному рівні в контексті публічного управління. Визначено як позитивні чинники впливу туризму на сталий розвиток територій, так і загрози, що несуть з собою зростання кількості подорожуючих. Розглянуто адаптацію цілей сталого розвитку на певних територіях, становлення відношення місцевих жителів до туризму та його вплив на сталий розвиток із застосуванням архетипного підходу; процеси впливу архетипів на формування ефективної внутрішньої політики, економічний та соціальний розвиток, зокрема сталий розвиток туризму м. Дніпра. На основі соціологічного дослідження припущено, що формування міської (дніпровської) ідентифікації його мешканців через історичне минуле визначає особливості його етнічної, політичної та культурної ідентифікації. Розкрито основні напрями розвитку туризму згідно з Стратегією активізації туристичного потенціалу м. Дніпра 2018–2027 рр. Визначено взаємозв'язок між символами у соціальному дослідженні та напрямками розвитку туризму, що важливо для адвокації та подальшого впровадження Стратегії. Показано, що сприйняття міста його жителями впливає на їх відношення до збереження наявних культурних та екологічних ресурсів, а відношення політичної еліти до міста також визначає її поведінку та ставлення до питань збереження культурної спадщини, сприяння розвитку місцевої економіки та інше. На нашу думку, органи публічного управління на регіональному та місцевому рівнях повинні створювати умови (правові, організаційні, фінансові і так далі), за яких керівництво принципами сталості в бізнесі та громадській діяльності набагато вигідніше як економічно, так і з точки зору соціально-культурної та моральної ефективності. У статті запропоновано план заходів, за рекомендаціями ЮНВТО, для покращення роботи органів публічної влади та туристичних організацій, підвищення рівня обізнаності бізнесу щодо цілей сталого розвитку туризму на регіональному рівні в Україні.*

*Ключові слова: сталий розвиток туризму, регіональний рівень, місцевий рівень, міська рада, самоідентифікація містян, архетипи, архетипний підхід.*

### ***H. I. Koliada. Features of sustainable tourism development at the regional level in Ukraine (on the example of city Dnipro): archetypal approach***

*This article analyzes sustainable development goals in the context of tourism, their implementation at the regional level in the context of public administration. Positive factors of the influence of tourism on the sustainable development of the territories, as well as the threats that carry with them the number of travelers are identified. Adaptation of the sustainable development goals in certain territories, establishment of the local residents' attitude to tourism and its impact on sustainable development with the use of archetypal approach are considered; processes of influence of archetypes on the formation of effective domestic policy, economic and social development, in particular sustainable development of tourism in the city Dnipro. Based on a sociological survey, it is assumed that the formation of urban (Dnipro) identification of its inhabitants through the historical past determines the peculiarities of its ethnic, political and cultural identification. The basic directions of tourism development are revealed in accordance with the Strategy for activating the tourism potential of the city Dnipro in 2018–2027. The relationship between the symbols in the social research and the tourism development is identified, which is important for advocacy and further implementation of the Strategy. It is shown that the perception of the city by its inhabitants influences their attitude to the preservation of the existing cultural and environmental resources, and the attitude of the political elite to the city also determines its behaviour and attitude to the issues of preserving the cultural heritage, promoting the development of the local economy, etc. In our opinion, the public authorities at the regional and local levels should create conditions (legal, organizational, financial, etc.) that make managing the principles of business and community sustainability much more easy economically and socially cultural and morally efficient. The article proposes a plan of measures, based on the recommendations of the World Tourism Organization, to improve the work of the public authorities and tourist organizations, and increase the level of business awareness about the goals of the sustainable tourism development at the regional level in Ukraine.*

*Key words: sustainable tourism development, regional level, local level, city council, self-identification of the locals, archetypes, archetypal approach.*

**Постановка проблеми.** Сталий розвиток є невіддільним складником організації будь-яких систем або процесів, особливо в галузі публічного управління. Але водночас, чим більше часу проходить з моменту визначення поняття «сталий розвиток», тим більше з'являється нових проблем. Як зазначає О. Бобровська, це передусім

стосується питань забезпечення збалансованості та стійкості процесів розвитку. Вона також наголошує на важливості та терміновості вирішення цих завдань для України [1, с. 2].

Як один з найдинамічніше зростаючих секторів економіки у світі туризм все більше розглядається як сфера зі значним вкладом у створення робочих місць та економічне зростання, захисту навколишнього середовища, збереження культурного надбання та зниження рівня бідності. За умов високого рівня менеджменту та планування туристичний сектор може допомогти в збереженні природного та культурного надбання, від якого він залежить, активізувати локальні громади, генерувати торговельні можливості та сприяти миру, толерантності та налагодженню міжкультурних зв'язків [2]. З іншого боку, щороку зростає кількість людей, які подорожують за кордон і в середині своїх країн, що, окрім економічної ефективності, призводить до зростаючих викликів, включаючи ті, що належать до викидів парникового газу, економічних відтоків, менеджменту ресурсів або впливу на місцеві громади і культурні надбання. Отже, для збалансування надзвичайно важливих позитивних факторів і таких же сильних за рівнем впливу негативних потрібно постійно працювати над питанням розвитку сильного партнерства і розробки злагодженого та ефективного плану дій [2]. Враховуючи це, ми звернемось до архетипного підходу для аналізу колективного несвідомого м. Дніпра для розуміння його впливу на ментальність сучасного покоління або навіть на несвідоме, що своєю чергою впливає на сталість процесів розвитку туризму.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Розвиток туризму в Україні у контексті Стратегії сталого розвитку знайшов відображення в дослідженнях В.К. Бабарицької [3], Т.І. Ткаченко [4], І.В. Смаль [5] та інших. Останнім часом в українському суспільстві розглядаються усі можливі варіанти реалізації Стратегії сталого розвитку туризму, зокрема, розкрито стратегічні орієнтири сталого розвитку суб'єктів господарювання у сфері туризму [6]. Висвітленню питань, пов'язаних із застосуванням архетипного підходу до функціонування окремих сфер діяльності, присвячені праці Е. Афоніна [7], А. Мартинова [8], О. Сушій [9] та інших вчених. Разом з тим особливості сталого розвитку туризму на регіональному та місцевому рівні в Україні з позицій архетипного підходу в науковій літературі досліджені недостатньо.

З огляду на це **мета статті** полягає у розкритті особливостей сталого розвитку туризму на регіональному та місцевому рівні в Україні та осмисленні взаємовпливу архетипів на історичну пам'ять, їх взаємозв'язок з формуванням ідентичностей сучасних етнічних груп Дніпра та розвитком туризму.

**Виклад основного матеріалу.** В Україні питання сталого розвитку туризму вкрай важливі та актуальні, особливо в умовах розвитку процесів децентралізації влади, коли повноваження та бюджети переходять на місця і дуже важливим є збереження стратегічних напрямів та розбудова нових територіальних громад згідно з Цілями Сталого Розвитку (далі за тестом – ЦСР). З іншого боку, міста все більш розростаються та ідуть у напрямку створення агломерацій, і стає дуже важливим сталість цих процесів. Культурний код, менталітет, або ж світосприйняття – ці поняття змінюються як від однієї особи до іншої, так і в більш узагальненому вигляді – від території до території. Це можна розглядати на макрорівні, як то відмінність України від Бельгії чи Грузії, але, на наш погляд, доцільно звернути увагу на регіональний та місцевий рівень, як різні регіони та міста сприймають світ по-різному. Важливість цього розуміння пов'язана з необхідністю адаптації європейських стандартів сталого розвитку туризму до певної території.

Зазначимо, що важливе значення для сталості розвитку туризму має прийнята під час засідання 70-ї Генеральної Асамблеї ООН 154 головами державних урядів смілива та амбітна Програма Сталого Розвитку 2030 [10]. Уряд України 15 вересня 2017 року представив Національну доповідь «Цілі сталого розвитку: Україна», в якій визначено базові показники для досягнення ЦСР [11].

Базуючись на цьому універсальному, інтегрованому та адаптивному баченні, ЮНВТО (UNWTO – United Nations World Tourism Organization, Всесвітня Організація з Туризму Об'єднаних Націй) концентрує зусилля та невтомну працю у своєму вкладі, підтримці та побудові можливостей для досягнення цих світових цілей. ЮНВТО працює з урядами, публічними та приватними партнерами, банками розвитку, міжнародними та регіональними фінансовими інституціями, агенціями ООН та міжнародними організаціями, щоб допомогти досягти ЦСР. Вклад туризму може бути як прямим, так і непрямим. Особлива увага питанням сталого розвитку туризму відведена в Цілях 8, 12 та 14, які належать до інклюзивного та сталого розвитку економіки, сталого споживання й виробництва та сталого використання океанських та морських ресурсів [2].

На наш погляд, роль туризму у досягненні 17 ЦСР може бути значно підсилена, якщо сталий розвиток стане відповідальністю кожного та буде впроваджуватись у стратегії регіонального й місцевого розвитку та закладений в основу прийняття бізнес-рішень всередині туристичного сектору.

ЮНВТО і Програма Розвитку ООН покликані надихати на лідерство та сприяти колабораціям серед стейкхолдерів, щоб підвищити внесок туризму в ЦСР та цілі Програми 2030 [2]. Так, Генеральна Асамблея Об'єднаних Націй визначала 2017 рік роком Сталого туризму для Розвитку у світі. Україна приєдналася до цієї ініціативи. Його ініціював Департамент туризму та курортів України Міністерства економічного розвитку та торгівлі. Це призвело до посилення уваги до заданої теми та розвитку бази знань, проведення цілого ряду заходів за участю іноземних експертів. У рамках Національної доповіді були розроблені відповідні регіональні документи.

На Дніпропетровщині була представлена Регіональна доповідь «Цілі сталого розвитку: Дніпро – 2030» [12]. Автори доповіді зазначають, що згідно з розподілом областей України за індексом сталого розвитку Дніпропетровська область опинилася у групі з низьким його рівнем (поряд із Донецькою та Запорізькою областями). Інтегральний показник екологічної небезпеки та соціальної напруженості є одним із найвищих серед усіх областей України. Дніпропетровська область характеризується більш високим рівнем економічного розвитку, однак не має достатньої спрямованості на забезпечення соціальної та екологічної безпеки, загалом відсутня збалансованість економічного, соціального та екологічного розвитку. Швидким вирішенням зазначених вище питань є формування точок зростання. Під точкою економічного зростання розуміється економічний суб'єкт, галузь або вид діяльності, здатні в результаті активізації забезпечувати диверсифікацію і раціоналізацію структури економіки регіону, стимулювати появу і розвиток її нових елементів, сприяти підвищенню якості життя населення [12, с. 170]. На нашу думку, туризм є однією з таких точок зростання та за короткий період може призвести до значних економічних зрушень у регіоні.

Враховуючи вищенаведені дані та базуючись на рекомендаціях ЮНВТО, можна зазначити, що задля сталого розвитку туризму на регіональному та місцевому рівні органи публічної влади повинні сприяти обізнаності щодо цілей сталого розвитку громадян та бізнесу, знайомити з інструментами покращення їх внутрішніх середовищ, а також показувати вигоду, яка йде слідом за впровадженням бізнес процесів, пов'язаних зі сталістю. Органи державної влади та органи місцевого самоврядування повинні створювати умови (правові, організаційні, фінансові і так далі), за яких використання сталих методів праці набагато вигідніше як економічно, так і з точки зору соціально-культурної та моральної ефективності.

І хоча багато хто з нас вважає ЦСР загальнолюдськими та зрозумілими, однак це не сприймається так, далеко від центрів міст, де проблеми виживання більш актуальні, ніж турбота про екологію або рівність людей. Архетипічний підхід дає нову площину для аналізу цих процесів та поглядів на них.

Швейцарський психолог Карл Густав Юнг (1875–1961) оновив античні терміни “arche” (початок) і “typos” (образ), які разом виявляють ідею першообраза. Архетип у юнгівському розумінні – це вроджені психічні структури, які перебувають в основі колективного несвідомого та проявляють себе у снах, міфах, легендах і казках. Архетип – це колективна пам'ять людства, закладена в кожній особистості апіорі [8, с. 14]. Архетипи впливають на всі конструкції соціальності. Це і повсякденна сфера життя, звички, традиції й норми соціального контролю. Це і соціальна організація, актуальні соціальні інститути, політична організація суспільства. Це і уявлення суспільства про себе та навколишній світ. Це і мотиваційні, інтеракційні процеси та соціальне структурування [8, с. 15].

Такий підхід допомагає зрозуміти сутність соціальних процесів на регіональному та місцевому рівні в Україні та адаптувати глобальні та європейські цінності, які закладено ЦСР, до їх світосприйняття. Також він може дати інструменти щодо аналізу і зворотного зв'язку по роботі з імплементації глобальних цілей.

Розуміння кожного архетипу залежить від складної ієрархії культурних кодів як системи символів для зберігання, опрацювання й передавання інформації про певну культуру, дії людей, соціальних груп і соціальних інститутів, норми й цінності. Наші пращури не лише спільно добували їжу та їли, але і формували спільні колективні уявлення [8, с. 16].

Розуміння архетипових потягів нації може стати підґрунтям внутрішньої політики, вдалого економічного та соціального розвитку, в тому числі і туризму. Україна – велика країна, яка увібрала в себе декілька культурних кодів, що відрізняються з заходу на схід та з півночі на південь. Розглянемо регіональний та місцевий рівень формування колективного несвідомого на прикладі м. Дніпра.

Стратегія сталого розвитку туризму спирається в першу чергу на місцеве населення, на взаємодію влади, бізнесу та громади, як в частині відповідності бізнесу до ЦСР, так і в частині впливу туризму на місцеве населення. Як показали опитування, тільки 29 % дніпрян усвідомлюють туристичну привабливість міста, отже, у 71 % немає сприйняття свого міста, як туристичного [13, с. 196–202]. Розберемо історичні та соціокультурні фактори, що вплинули на формування такого світосприйняття.

Як зазначають В.В. Кривошеїн, О.Ю. Висоцький, В.В. Ніколенко та інші в монографії «Особистість і соціальні інститути в урбанізованому суспільстві: місто Дніпро» [13], історична пам'ять є одним із чинників формування ідентичностей основних етнічних груп Дніпра. Історичне минуле міста визначає особливості етнічної, політичної та міської (дніпровської) ідентифікації мешканців міста, поєднуючи та структуруючи ці ідентифікації.

З дня свого заснування Дніпро (тоді ще – Катеринослав) складався з трьох основних громад – української, російської та єврейської. Так, за віросповіданням більшість мешканців міста була православною, далі йшли іудеї, римо-католики, лютерани, мусульмани. Сьогодні етнічний розподіл мешканців Дніпра дещо інший, але він певним чином впливає на ідентичності мешканців міста. У нинішньому Дніпрі українці за офіційними даними істотно переважають над іншими національностями. За переписом 2001 р. українці в місті склали – 72,55 %, тоді як росіяни – 23,51 %, а євреї – 0,98 %. Що стосується віросповідання, то сьогодні більшість віруючих у Дніпрі також належить до православ'я. На другому місці за чисельністю віруючих у сучасному Дніпрі є іудеї, яких нараховується більше 6 тисяч. З середини XVII ст. у поселеннях, на місці яких зараз знаходиться Дніпро, закладалися

основи мультикультуралізму, терпимості до представників інших релігій та національностей. Одночасно можна стверджувати, що такої терпимості не було між агентами української козацької та російської імперської урбаністичних традицій. Замість терпимості між ними, швидше, було протистояння. На це своєю чергою вплинуло те, що заснування Катеринослава-Дніпра не відбувалося на порожньому місці, а було підготовлено колонізацією Дикого Поля українським козацтвом. Колишні козацькі поселення стали невіддільною частиною міста, дали поштовх до його ідентифікації в свідомості українців як міста козацької слави [13, с. 114; 118–124].

Отже, найбільш вагомими етнічними громадами Дніпра є українська, єврейська та російська. Етнічна ідентичність справляє значний вплив на політичну поведінку дніпровців, відіграє певну роль у прийнятті політичних рішень. Найбільш рельєфно в політичному житті міста виявила себе українська політична ідентичність, але її свідомих носіїв серед дніпровців нараховується, за оцінками дослідників, не більше 8 %. Значна частина дніпровців (65,3 %) є носіями радянської або пострадянської політичної ідентичності з властивою для неї орієнтацією на патерналістські відносини та схилянням перед номенклатурними працівниками. Найбільш ефективно, особливо останнім часом, серед етнічних груп міста діяли представники дніпровської єврейської громади. Свій вплив на політику в Україні вони здійснюють в основному побічно, через фінансування політичних кампаній різних політичних сил. Єврейська політична ідентичність Дніпра виявляє себе у демонстрації лояльності до правлячих сил з одночасним наданням неопублічної підтримки опозиційним. Українська політична ідентичність виявляє себе в актуалізації козацького минулого міста, в позиціонуванні Дніпра як одного із ключових міст в українській історії. Російська політична ідентичність, хоча і має глибокі корені в минулому міста, не має помітного вираження в політичному житті Дніпра [13, с. 117].

Поведінку дніпровців, що мали політичні амбіції, визначала ідея, що Дніпро завжди мав особливу, одну із провідних ролей у політиці держави, до якої належав. Так, ще у жовтні 1786 р. головний ініціатор заснування міста Г.О. Потьомкін у своєму «Начертании города Екатеринослава» визначив його як третю, південну столицю Російської імперії, центр управління колонізаційними процесами на Півдні Росії. З брежнєвської доби Дніпро стає кузнею вищих керівних кадрів для СРСР. Тоді ж стає популярним жартівне висловлювання, що деяким чином вказує на особливу роль міста та виступає символом існування деякої месіанської ідеології тогочасного Дніпропетровська: «Історія Росії поділяється на три періоди: допетровський, післяпетровський та дніпропетровський». У цей же період за Дніпром закріплюється неформальне звання столиці космічного ракетобудування завдяки Південному машинобудівному заводу та його ролі у зміцненні воєнної могутності СРСР. У першій половині 1990-х рр. популярною серед керівників Дніпропетровська був такий вислів: «Дніпропетровськ – не перше місто в Україні, але й не друге». Виникнення та спроби реалізації ідеї зробити Дніпро діловою столицею України пов'язують з часом губернаторства Ю.І. Сханурова. Все це свідчить про те, що з самого свого заснування та до сьогодення Дніпро зайняв символічну нішу міста, що виборює першість у офіційних державних столицях, тим самим мимоволі прищеплював своїм суспільно та політично активним жителям мислення державних масштабів, впевненість, що проблеми держави здатні та гідні вирішувати дніпровці. Крім того, важливою рисою дніпровської політичної ідентичності, яка дозволила багатьом її носіям зайняти високі владні позиції, став високий ступінь етнічної, релігійної, культурної терпимості, ідеологічний релятивізм, готовність на угоду державним чи політико-владним інтересам до національно-культурної та ідеологічної мімікрії. Етнічна, релігійна, культурна терпимість та ідеологічний релятивізм є важливими основами дніпропетровської політичної ідентичності [13, с. 127–131].

Слід зазначити, що змістовне розуміння поняття «рідне місто» лежить в основі сприйняття образу міста та формування міської ідентифікації особистості. Так, згідно з отриманими результатами дослідження, 80 % опитаних мешканців м. Дніпро вважають його рідним містом [13, с. 196–202].

Також було з'ясовано, що ж виступає причиною гордості за своє місто, та навпаки, що зменшує це відчуття у дніпровців. Виявилось, що 29 % мешканців пишаються тим, що Дніпро – місто привабливе для інвесторів, 29 % вважають його привабливим для туристів та гостей, 27 % вбачають у ньому широкий простір для самореалізації, 26 % пишаються тим, що місто береже культуру та традиції регіону / країни, 25 % – побутовими умовами для життя. Якщо порівняти ці показники з іншими містами, то виявляється, що лише привабливість для інвесторів та можливість самореалізації є найвищими показниками серед усіх міст України. Всі інші причини для гордості дніпровців мають значно вищі показники серед інших міст України. Так, привабливість для туристів та гостей у Чернівцях сягає 61 %, у Львові – 58 %, Ужгороді – 56 %, Вінниці – 52 %. Рівень збереження культури та традицій регіону / країни такий: Львів – 59 %, Луцьк – 57 %, Івано-Франківськ – 53 %. Тобто Дніпро виділяється серед усіх міст не його культурний спадок, а саме можливість економічного розвитку, хоча саму ефективність економіки мешканці оцінили на рівні 16 %, тоді як, наприклад, у Запоріжжі – 26 % [13, с. 196–202].

Ми приділили дуже багато уваги вищенаведеним даним дослідження В.В. Кривошеїна, О.Ю. Висоцького, В.В. Ніколенко та інших [13], тому що такий глибокий аналіз показує логіку дніпровців, їх світосприйняття, те, на які образи спирається їх колективне несвідоме. І хоча Стратегія активізації туристичного потенціалу 2018–2027 рр. була написана раніше за вищезазначену монографію, вона спирається на ті ж базові образи. Як і бренд міста, що цікаво. Цими образами є місто Дніпро як: річка Дніпро, космічна столиця, кузня кадрів, амбітне впливове, бізнес-центр,

місто інновацій та технологій, індустріальне місто, батьківщина козаччини та форпост державності. Всі ці образи лягли в основу п'яти основних напрямів розвитку туризму в місті, а саме: Дніпро на Дніпрі, Міський туризм (у який включено мультикультурні маршрути), Бізнес-туризм, Індустріальний туризм, Інноваційно-космічний туризм [14].

Щодо перепон, які, на думку автора, є наслідком такого світосприйняття, то це перевага «Я» над «Ми», протиставлення себе світу. І коли при наявному реальному ворогу ззовні (як то, наприклад, агресія сусідньої держави) це об'єднує народ та виставляє найкращі якості, що призводить до звання «Форпосту нації», то без зовнішнього ворога – спричиняє відокремленість, складність в об'єднанні зусиль та формуванні синергії. Також сприйняття рідного міста як «не туристичного», призводить до зменшення «агентів сприяння» серед місцевого населення. А оскільки у світовій практиці 14% всіх світових подорожей складають «відвідування родичів та друзів» [15], то ми можемо стверджувати, що в рамках країни це ще більший відсоток від загальної кількості туристів. В такому разі ставлення місцевих жителів до свого міста, їх знання про нього та здатність передати цю любов туристам та гостям міста стає досить вагомим. Якщо повернутись до питання сталого розвитку туризму, то любов до свого міста, його сприйняття впливає на відношення жителів міста до збереження культурних та екологічних ресурсів. Відношення політичної еліти до міста визначає її поведінку та ставлення до питань збереження культурної спадщини, сприяння розвитку місцевої економіки тощо. І хоча це не класичні аспекти, що розглядаються під час формування Програм та Стратегій розвитку туризму, на думку автора, вони не стають від цього менш важливими саме в процесі виконання постулатів з вищепроведених документів (Програм та Стратегій).

У роботі О.В. Сушій архетип розглядається як інформація, яка має соціально-управлінську цінність. Автори пропонують альтернативний (до сталого класичного юнгіанського) погляд на природу ідентичності з огляду на динамічну природу архетипу. Тобто вони доводять, що архетип може змінюватись. Підставою їх аналізу є розробки, здійснені українською школою архетипіки [9, с. 234–235].

Автор погоджується з позицією, що архетипи можуть бути змінені. Зважаючи на процеси зміни парадигм розвитку суспільства, у тому числі і міста Дніпра, на думку автора, можна спрогнозувати можливість зміни архетипу колективного несвідомого від радянської парадигми, до української, національної. Так, вона може і повинна будуватись на загальнолюдських цінностях, що покладені в основу кращих європейських практик, таких як Цілі сталого розвитку, але є унікальною, автентичною, властивою даній території. А туризм, у даному контексті, є інструментом «ігрового» підходу до вищезазначених процесів, донесення таких понять, як любов до міста та краю через подорожі, пізнання та відпочинок.

За результатами проведеного дослідження, на наш погляд, доцільно запропонувати впровадити наступні заходи, спрямовані на сталий розвиток туризму на регіональному та місцевому рівні в Україні представниками місцевого та регіонального управління:

- просувати сталий розвиток через підтримку локальної економіки і локальних продуктів, через підтримку локального виробника, найм працівників та підприємців, особливо тих, що належать до вразливих груп населення (ЦСР 1, 3, 5, 8);
- розробити план тренінгів та лекцій для підприємств, задіяних у сфері туризму, на тему сталості, включаючи такі теми, як: права людини, гендерна рівність, освіта з навколишнього середовища, повага місцевої культури, відповідальне споживання тощо, націлені на всіх учасників процесу (співробітники, підприємці, туристи, різні департаменти та рівень менеджменту підприємств) (ЦСР 4, 8, 12);
- просувати обізнаність серед туристів та відвідувачів щодо сталості та позиціонувати її як головний показник вибору туристичної дестинації, продуктів та сервісів, а також пояснювати важливість їх відповідальної поведінки в дестинації (ЦСР 3, 12, 13, 14, 15);
- заохочувати найм та практики молоді з місцевих для забезпечення новому поколінню рівних можливостей (ЦСР 1, 4, 8, 10);
- заохочувати (можливо через надання пільг, співфінансування) стале використання водних ресурсів у діяльності компанії, встановлення енергозберігаючих систем (ЦСР 6, 14, 15, 7, 13);
- інтегрувати людей з обмеженими можливостями в дестинацію через прибирання фізичних бар'єрів та зміну ставлення до питання (ЦСР 3, 5, 9, 11);
- інвестувати в інфраструктуру, технології і транспортні системи, що будуть доступні фінансово та фізично для всіх, від чого виграють всі, як туристи, так і місцеві жителі (ЦСР 8, 9, 11);
- підтримувати та втілювати спільні, міжгалузеві проекти, що фокусуються на розвитку локальної економіки, що своєю чергою робить можливим підвищення умов життя більшим можливостям для якомога більшої кількості людей (ЦСР 1, 2, 3, 4, 8, 10);
- створювати публічно-приватні партнерства з громадянами, університетами, бізнесом та іншими компаніями в туристичній сфері або інших, для реалізації проектів, спрямованих на вклад у місцевий розвиток та сталий туризм (ЦСР 17), тощо.

**Висновки і перспективи подальших досліджень.** Цілі сталого розвитку, що визначені на 70-ій Генеральній Асамблеї ООН та вкладені в документ, стали основою для формування стратегічних документів, політик,

донорських програм та роботи багатьох світових, європейських підприємств, включаючи туристичні. В Україні цілі враховуються, але потребують більш практичного підходу до впровадження, а також сприяння широкої обізнаності серед представників туристичного бізнесу. Автором надані тільки частина рекомендацій щодо дій, які можуть призвести до підвищення рівня сталості на регіональному рівні у сфері туризму.

На прикладі міста Дніпра було проаналізовано через архетипний підхід вплив підсвідомого, закладених через покоління парадигм на формування світосприйняття цілого міста. Доведено, що козацьке минуле, імперські амбіції доби Катеринослава, славетне звання космічної столиці за радянських часів, а також «Бізнес-центру» за часів незалежної України сформували особливу культуру, а етнічна, релігійна, культурна терпимість та ідеологічний релятивізм є важливими основами дніпровської політичної ідентичності. Зазначено, що 68% мешканців відчують гордість за м. Дніпро, але тільки 29% вважають його «туристичним», що є негативним фактором впливу на сталий розвиток туризму в місті. Показано, що такий підхід допомагає зрозуміти сутність соціальних процесів на регіональному рівні в Україні та дає нові можливості для адаптації глобальних та європейських цінностей, які закладені в цілях сталого розвитку.

Подальші дослідження полягають у необхідності аналізувати сучасний світ і процеси, що в ньому відбуваються, використовуючи міждисциплінарний погляд та різні підходи, зокрема такі, як архетипна методологія. І хоча багато праць опубліковано зі сталого розвитку туризму, ця тема до кінця не розкрита та потребує більш глибокого розуміння та наукових вивчень.

### Список використаних джерел:

1. Бобровська О.Ю. Сталий розвиток регіонів України : проблеми і шляхи їх розв'язання. Публічне адміністрування: теорія та практика : електрон. зб. наук. пр. Дніпро : ДРІДУ НАДУ. 2016. Вип. 1(15). URL: [http://www.dridu.dp.ua/zbirnik/2016-01\(15\)/15.pdf](http://www.dridu.dp.ua/zbirnik/2016-01(15)/15.pdf).
2. Tourism and the Sustainable Development Goals – Journey to 2030, Highlights. UNWTO, Madrid. December 2017. URL: <http://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284419340>. – ISBN: 978-92-844-1933-3.
3. Бабарицька В.К. Туристична діяльність кінця XX – початку XXI ст. і концепція сталого розвитку. Україна: географічні проблеми сталого розвитку: Зб. наук. праць. Київ : Обрії, 2004. Т. 3. С. 103–104.
4. Ткаченко Т.І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу. Київ : КНТЕУ, 2009. 463 с.
5. Смаль В.В., Смаль І.В. Туризм і сталий розвиток. *Вісник ЛНУ. Серія Географічна*. 2005. Вип. 32. С. 163–173.
6. Іванух Р., Жученко В. Стратегічні проблеми розвитку рекреаційно-туристичного комплексу України. *Економіка України*. 1998. № 1. С. 65–70.
7. Афонін Е.А. Людська ідентичність та особливості її впливу на політику й державне управління. *Концептуальні засади взаємодії політики й управління*. Київ, 2010. С. 265–289.
8. Афонін Е. Теоретичні та методологічні аспекти розвитку української школи архетипіки. *Публічне управління: теорія та практика*. 2015. № 5. С. 13–18.
9. Сушій О.В. Психосоціальна культура державного управління. Київ, 2012. 344 с.
10. Transforming our world: The 2030 agenda for Sustainable development : 17–th Session of General Assembly. A/RES/70/1. United Nations. 25 September 2015. URL: <http://sustainabledevelopment.un.org/A/RES/70/1>.
11. Цілі сталого розвитку: Україна : національна доповідь / Міністерство економічного розвитку і торгівлі України. 2017. 174 с. URL: [http://un.org.ua/images/SDGs\\_NationalReportUA\\_Web\\_1.pdf](http://un.org.ua/images/SDGs_NationalReportUA_Web_1.pdf).
12. Цілі сталого розвитку: Дніпро – 2030. Регіональна доповідь. URL: [www.ua.undp.org/content/dam/ukraine/Региональна%20доповідь%20Дніпро.pdf](http://www.ua.undp.org/content/dam/ukraine/Региональна%20доповідь%20Дніпро.pdf).
13. Особистість і соціальні інститути в урбанізованому суспільстві: місто Дніпро : монографія: в 2 томах / В.В. Кривошеїн, О.Ю. Висоцький, В.В. Ніколенко та ін. ; за заг. ред. професора В. В. Кривошеїна. Том 1. Дніпро. 2018. 289 с.
14. Стратегія активізації туристичного потенціалу м. Дніпра на 2018–2027 роки : Рішення сесії Дніпровської міської ради №17/27 від 06.12.2017. URL: <http://dda.dp.ua/programy>.
15. IPK World travel monitor 2018 // IPK International. URL: <https://www.ipkinternational.com/en/world-travel-monitor>.

### References:

1. Bobrovska O.Yu. (2016), “*Stalyi rozvytok rehioniv Ukrainy : problemy i shliakhy yikh rozv'iazannia*” [“Sustainable Development of the Regions of Ukraine: Problems and Ways to Solve Them”], journal *Publichne administruvannia: teoriia ta praktyka* [Public Administration: Theory and Practice], vol. 1(15). URL: [http://www.dridu.dp.ua/zbirnik/2016-01\(15\)/15.pdf](http://www.dridu.dp.ua/zbirnik/2016-01(15)/15.pdf) [Ukraine].
2. UNWTO (2017), *Tourism and the Sustainable Development Goals – Journey to 2030, Highlights*. Press UNWTO, Madrid. URL: <http://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284419340> [Spain].

3. Babarytska V.K. (2004), “*Turystychna diialnist kintsia XX – pochatku XXI st. i kontseptsiia staloho rozvytku*” [“Tourist activity of the late XX – early XXI centuries and the concept of sustainable development”], journal *Ukraina: heohrafichni problemy staloho rozvytku* [Ukraine: geographical problems of sustainable development], Vol. 3, pp. 103-104 [Ukraine].
4. Tkachenko T.I. (2009), *Stalyi rozvytok turyzmu: teoriia, metodolohiia, realii biznesu* [Sustainable development of tourism: theory, methodology, business realities]. Press KNTEU, Kyiv, 463 p. [Ukraine].
5. Smal V.V., Smal I.V. (2005), “*Turyzm i stalyi rozvytok*” [“Tourism and sustainable development”], journal *Visnyk LNU. Seriia Heohrafichna* [Bulletin of LNU. Geographic Series], vol. 32, pp. 163–173 [Ukraine].
6. Ivanukh R., Zhuchenko V. (1998), “*Stratehichni problemy rozvytku rekreatsiino–turystychnoho kompleksu Ukrainy*” [“Strategic problems of development of recreational and tourist complex of Ukraine”], journal *Ekonomika Ukrainy* [Economy of Ukraine], Vol. 1, pp. 65–70 [Ukraine].
7. Afonin E.A. (2010), “*Liudska identychnist ta osoblyvosti yii vplyvu na polityku y derzhavne upravlinnia*” [“Human Identity and Features of its Impact on Politics and Public Administration”], Scientific development. *Kontseptualni zasady vzaiemodii polityky y upravlinnia* [Conceptual Principles of Policy-Management Interaction]. Press Kyiv. P. 265–289 [Ukraine].
8. Afonin E., Martynov A. (2015), “*Teoretychni ta metodolohichni aspekty rozvytku ukrainskoi shkoly arkhetypyky*” [“Theoretical and methodological aspects of the development of the Ukrainian school of archetype”], journal *Publichne upravlinnia: teoriia ta praktyka* [Public administration: theory and practice], Vol. 5, pp. 13–18 [Ukraine].
9. Sushii O.V. (2012), *Psykhosotsialna kultura derzhavnoho upravlinnia* [Psychosocial culture of public administration]. Press Kyiv, 344 p. [Ukraine].
10. United Nations (2015), *Transforming our world: The 2030 agenda for Sustainable development: 17-th Session of General Assembly. A/RES/70/1*. URL: <https://sustainabledevelopment.un.org/post2015/transformingourworld>.
11. Ministerstvo ekonomichnoho rozvytku i torhivli Ukrainy (2017), *Tsili staloho rozvytku: Ukraina : natsionalna dopovid* [Sustainable Development Goals: Ukraine]. National Report, Press Sustainable Development, 174 p. URL: [http://un.org.ua/images/SDGs\\_NationalReportUA\\_Web\\_1.pdf](http://un.org.ua/images/SDGs_NationalReportUA_Web_1.pdf) [Ukraine].
12. UNDP (2018), *Tsili staloho rozvytku: Dnipro – 2030. Rehionalna dopovid* [Sustainable Development Goals: Dnipro – 2030. Regional Report]. URL: <https://www.undp.org/content/dam/ukraine/docs/SDGreportsРегиональна%20доповідь%20Дніпро.pdf> [Ukraine].
13. Kryvoshein V.V., Vysotskyi O. Yu., Nikolenko V.V. et al (2018), *Osobystist i sotsialni instytuty v urbanizovanomu suspilstvi: misto Dnipro*. [Personality and social institutions in urban society: city of Dnipro]. Vol. 1. Monograph, Press Dnipro, 289 p. [Ukraine].
14. Rishennia sesii Dniprovskoi miskoi rady (2017), *Stratehiia aktyvizatsii turystychnoho potentsialu m. Dnipra na 2018–2027 roky* [Decision of the session of the Dnieper city council “Strategy for activating the tourism potential of the city of Dnipro for 2018-2027”], dated 06.12.2017, №17/27. URL: <http://dda.dp.ua/programy> [Ukraine].
15. IPK International (2018), *IPK World travel monitor 2018*, official site. URL: <https://www.ipkinternational.com/en/world-travel-monitor>.