

PEST-АНАЛІЗ РОЗВИТКУ КУЛЬТУРНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ В УМОВАХ ДИНАМІЧНОГО СЕРЕДОВИЩА

PEST ANALYSIS OF CULTURAL TOURISM DEVELOPMENT IN UKRAINE WITHIN A DYNAMIC ENVIRONMENT

Розвиток культурного туризму в Україні є важливим чинником зміцнення міжнародного іміджу країни, економічного зростання та збереження культурної спадщини. У статті проведено PEST-аналіз із використанням методу аналізу ієрархій (MAI), що допоміг оцінити вплив політичних, економічних, соціальних та технологічних чинників. Виявлено, що ключову роль відіграють політична стабільність, державна підтримка та економічна ситуація. Соціальні та технологічні фактори мають менший, але також важливий вплив на попит і конкурентоспроможність галузі. Дослідження пропонує рекомендації для розвитку стратегій, спрямованих на зміцнення політичної стабільності, покращення економічного середовища, адаптацію до соціальних змін та впровадження інновацій. Це сприятиме посиленню позицій України на світовому туристичному ринку й залученню більшої кількості туристів.

Ключові слова: культурний туризм, зовнішнє середовище, PEST-аналіз, політичні чинники, економічні чинники, соціальні чинники, технологічні чинники, метод аналізу ієрархій.

The development of cultural tourism in Ukraine is a significant determinant of strengthening the country's international image, stimulating economic growth, and preserving cultural heritage. The article presents a comprehensive PEST analysis of cultural tourism development in Ukraine within a dynamic external environment, utilizing the Analytic Hierarchy Process (AHP). It outlines the sequence of steps for structuring and evaluating external factors according to the PEST methodology, focusing on four main groups: political, economic, social, and technological. The study aims to identify and prioritize key factors influencing the sector's development through hierarchical structuring and pairwise comparisons. The results indicate that political and economic factors have the greatest impact, with political stability, government support, and the economic situation recognized as crucial determinants of the industry's success and sustainability. Political factors hold the highest priority, emphasizing their critical importance. Although social and technological factors have less influence, they remain essential for shaping supply and demand. Cultural preferences, digital technologies, and marketing innovations play a vital role in enhancing Ukraine's competitiveness and attractiveness as a tourist destination. Given the sensitivity of cultural tourism to changes in the external environment, the research underscores the importance of continuous monitoring and adaptation. The use of PEST analysis and AHP provides a structured framework for evaluating political, economic, social, and technological factors, allowing stakeholders to develop targeted strategies. These insights will help strengthen political stability, improve economic conditions, adapt to social changes, and integrate modern technologies, ultimately reinforcing Ukraine's position in the global tourism market and attracting more visitors from abroad and within the country. The findings highlight the need for collaboration between public and private sectors to address emerging challenges effectively. A proactive approach to managing external risks will ensure the long-term sustainability and resilience of cultural tourism in Ukraine.

Key words: cultural tourism, external environment, PEST analysis, political factors, economic factors, social factors, technological factors, method of analysis of hierarchies.

УДК 338.48:351.85

DOI: <https://doi.org/10.32782/dees.14-12>

Іванюк У.В.¹

к.е.н., доцент,
доцент кафедри менеджменту
організацій,
Національний університет
«Львівська політехніка»

Осінська О.Б.²

к.е.н., доцент кафедри туризму
та готельно-ресторанної справи,
Львівський торговельно-економічний
університет

Ivaniuk Uliana

Lviv Polytechnic National University

Osinska Oksana

Lviv University of Trade and Economics

Постановка проблеми. Розвиток культурного туризму в Україні має велике значення як для збереження національної культурної спадщини, так і для стимулювання економічного зростання та підвищення міжнародного іміджу країни. В умовах динамічного середовища, яке характеризується швидкими змінами політичних, економічних, соціальних та технологічних чинників, стає критично важливим оцінити вплив цих чинників на розвиток культурного туризму.

Політична нестабільність у регіоні, зокрема російсько-українська війна, реформи у сфері державного управління, а також інтеграційні процеси України з Європейським Союзом створюють нові виклики та можливості для туристичної галузі. Економічні чинники, такі як інфляція, коливання курсу валюти, державна підтримка культурних ініціатив, відіграють вирішальну роль у здатності сектору культурного туризму адаптуватися до змін.

Соціальні зрушення, зокрема зміни у споживчих вподобаннях та поведінці туристів, вимагають від галузі інноваційних підходів до створення та просування культурних продуктів. Технологічний прогрес також значною мірою впливає на маркетинг і доступність туристичних послуг, сприяючи переходу до цифрових рішень та інноваційних методів управління туристичним бізнесом.

У цьому контексті, PEST-аналіз як інструмент стратегічного планування дозволяє глибше зрозуміти вплив середовища на розвиток культурного туризму в Україні та визначити ключові напрями його вдосконалення. Такий аналіз є актуальним і своєчасним, оскільки він сприяє виробленню рекомендацій для підвищення конкурентоспроможності українського культурного туризму на міжнародному ринку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У сучасній науковій літературі розвиток культурного

¹ ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8845-9120>

² ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-1161-7615>

туризму є предметом численних досліджень, які охоплюють різноманітні аспекти цієї галузі. Зокрема, значна увага приділяється питанням стратегічного розвитку культурного туризму, його ролі в збереженні культурної спадщини та впливу на економічне зростання України. Науковці В. Папп, В. Котубей та В. Грицько [1] зазначають, що культурний туризм виступає багатограним феноменом: могутній фактор економіки, соціальний інститут і сфера культури. І. Дашивець [2], М. М. Стадник, Н. В. Ігнатенко та В. В. Редзюк [3], В. Ю. Степанов та М. Н. Зайцева [4], Ю. Г. Бондаренко, І. Я. Кулиняк та М. Я. Гвоздь [5] підтверджують важливу роль культурного туризму у збереженні традицій, історико-культурної спадщини України, віднайдення ціннісних засад самотворчості, духовного відродження і збереження української автентичності і розвитку сталого туризму України у кризових реаліях сьогодення. Також варто відзначити роботи В. Степанова та Л. Божко [6], які досліджують туризм як соціально-культурний інститут на засадах нового підходу до сутності соціальних інститутів, та доводять, що ця сфера є специфічною галуззю соціальної інституціоналізації.

Економічні аспекти розвитку культурного туризму в умовах динамічного середовища досліджували такі науковці, як: Ю. Юхновська [7], яка проаналізувала вплив розвитку культурно-історичної спадщини на економічний розвиток туристичної галузі України; В. Є. Єрмаченко та Н. О. Мороз [8] – розглянули проблеми оцінювання культурної спадщини як економічної категорії для потреб галузі туризму; М. Ю. Барна та Я. В. Стецик [9] – акцентують важливість організації культурних заходів для економічного розвитку та збереження культурного надбання регіону в умовах сучасних викликів, включаючи воєнний стан в Україні.

Науковцями Н. Є. Паньків та О. М. Гаврилишин [10] виявлено, що культурна спадщина набуває значення нового чинника економічного й духовного життя в Україні, є потужним ресурсом збалансованого розвитку суспільства, виконуючи в новочасному суспільстві безліч сучасних функцій, зокрема: політичну, економічну, соціальну й духовну. І. П. Кудінова та С. М. Терзі [11] обґрунтовують важливість розвитку культурної спадщини як бренду туристичної України та наголошують, що основну увагу необхідно звернути на розроблення маркетингових стратегій, модернізацію туристичної інфраструктури, забезпечення якості послуг та її охорону. Науковцями І. П. Кудіною та С. М. Терзі [11] розроблено стратегію збереження та просування культурної спадщини України, яка враховує комплексні аспекти, зокрема соціокультурні, економічні та технологічні складові, надаючи можливість ефективно реагувати на виклики сучасності.

Таким чином, попри значний обсяг досліджень у цій галузі, залишається актуальним питання комплексного аналізу впливу зовнішнього середовища на розвиток культурного туризму в Україні. Саме цьому аспекту присвячене дане дослідження, яке спрямоване на виявлення ключових чинників, що впливають на цей сектор в умовах динамічних змін.

Постановка завдання. Метою статті є проведення комплексного PEST-аналізу розвитку культурного туризму в Україні в умовах динамічного середовища для ідентифікації та пріоритезації основних чинників, що впливають на цей сектор.

Виклад основного матеріалу дослідження. PEST-аналіз – це інструмент стратегічного аналізу, який використовується для оцінювання зовнішніх макроекономічних чинників, що можуть вплинути на діяльність організації чи проєкту. Назва PEST є аббревіатурою, що складається з перших літер чотирьох ключових компонентів аналізу: політичні чинники (Political), економічні чинники (Economic), соціальні чинники (Social) та технологічні чинники (Technological). Цей аналіз допомагає організаціям зрозуміти зовнішнє середовище, в якому вони функціонують, і адаптувати свою стратегію, враховуючи ці чинники.

Проведення PEST-аналізу включає декілька послідовних кроків, які допомагають структурувати та оцінити зовнішні чинники, що впливають на організацію чи проєкт. Опишемо методологію проведення PEST-аналізу:

Етап 1. Визначення мети аналізу. Формується мета, яка пояснює для чого проводиться PEST-аналіз: оцінка ринку, стратегічне планування, запуск нового продукту, вихід на нові ринки тощо.

Етап 2. Збір інформації. Збираються актуальні дані про політичні, економічні, соціальні та технологічні чинники, які можуть впливати на досліджуваний об'єкт чи процес. Інформацію можна отримати з різних джерел: офіційні звіти, статистика, галузеві дослідження, новини, експертні інтерв'ю тощо.

Етап 3. Аналіз кожного чинника. Аналізуються політичні, економічні, соціальні та технологічні чинники.

Етап 4. Визначення впливу чинників. Оцінюється, як кожен з чинників впливає на досліджуваний об'єкт чи процес. Використовуються такі запитання:

- Які чинники можуть створити можливості для зростання?
- Які чинники несуть ризики?
- Який характер впливу (позитивний, негативний чи нейтральний)?

Етап 5. Ранжування чинників за важливістю. Присвоюється пріоритетність кожному з чинників на основі їх потенційного впливу на досліджуваний об'єкт чи процес. Це допомагає зосередитися на найбільш критичних аспектах.

Етап 6. Розроблення стратегічних рекомендацій. На основі проведеного аналізу розробляються рекомендації щодо того, як можна скористатися можливостями або мінімізувати ризики. Це може включати зміни в стратегії, адаптацію бізнес-процесів, інвестиції в нові технології тощо.

7. Моніторинг і контроль. Зовнішнє середовище постійно змінюється, тому важливо періодично переглядати і оновлювати PEST-аналіз. Це допоможе вчасно реагувати на зміни та коригувати стратегію.

PEST-аналіз є ефективним інструментом для оцінки зовнішніх чинників, що допомагає приймати обґрунтовані рішення в умовах динамічного середовища. Проведемо PEST-аналіз з метою виявлення впливу найважливіших зовнішніх чинників на розвиток культурного туризму в Україні.

Розвиток культурного туризму в Україні має значний потенціал завдяки багатій історичній спадщині, культурним традиціям та різноманіттю архітектурних пам'яток. Україна може приваблювати туристів як зі своєї країни, так і з-за кордону, пропонуючи унікальні маршрути, фестивалі та культурні заходи.

Результати PEST-аналізу розвитку культурного туризму в Україні подано у табл. 1.

Для оцінювання впливу чинників на розвиток культурного туризму в Україні та їх ранжування пропонуємо скористатися методом аналізу ієрархій. Метод аналізу ієрархій (MAI) – це математичний метод багатокритеріального прийняття рішень, розроблений Томасом Сааті [16]. Він використовується для того, щоб допомогти приймати складні рішення, які залежать від кількох критеріїв. Метод дозволяє структурувати проблему, визначити відносну важливість різних критеріїв і вибрати найкращий варіант із можливих альтернатив.

Основні етапи методу аналізу ієрархій передбачають [16; 17; 18]:

Етап 1. Побудова ієрархії проблеми. Проблема структурується у вигляді ієрархії, де на верхньому рівні розташована загальна мета (ціль), нижче – критерії, які впливають на досягнення цієї мети, і на найнижчому рівні – альтернативні варіанти рішень.

Для нашого дослідження мета: оцінювання впливу чинників на розвиток культурного туризму в Україні та їх ранжування. Критеріями будуть групи чинників із PEST-аналізу: політичні, економічні, соціальні та технологічні, а перелік запропонованих субкритеріїв для кожного критерію подано у табл. 1.

Етап 2. Парне порівняння. Для кожного рівня ієрархії здійснюється парне порівняння елементів. Це порівняння базується на суб'єктивних оцінках експертів або осіб, які приймають рішення. Для кожної пари елементів визначається їх відносна важливість за шкалою, запропонованою Сааті (наприклад, 1 – однакова важливість,

3 – слабка перевага одного елемента над іншим, 5 – суттєва перевага і так далі до 9). Парні порівняння здійснюються за допомогою матриці парних порівнянь A , де елементи a_{ij} представляють відносну важливість елемента i щодо елемента j .

Матриця парних порівнянь A має вигляд:

$$A = \begin{pmatrix} a_{11} & a_{12} & \dots & a_{1n} \\ a_{21} & a_{22} & \dots & a_{2n} \\ \vdots & \vdots & \ddots & \vdots \\ a_{n1} & a_{n2} & \dots & a_{nn} \end{pmatrix}$$

де $a_{ii} = 1$ для всіх i , а $a_{ij} = \frac{1}{a_{ji}}$.

Етап 3. Нормалізація матриці парних порівнянь. Нормалізація матриці A проводиться шляхом ділення кожного елемента стовпця на суму елементів цього стовпця:

$$\tilde{a}_{ij} = \frac{a_{ij}}{\sum_{k=1}^n a_{kj}}$$

У результаті отримуємо нормалізовану матрицю $\tilde{A}$.

Етап 4. Обчислення вагових коефіцієнтів.

Вагові коефіцієнти для кожного критерію або субкритерію обчислюються як середнє арифметичне значення елементів у кожному рядку нормалізованої матриці $\tilde{A}$:

$$w_i = \frac{1}{n} \sum_{j=1}^n \tilde{a}_{ij}$$

Це дозволяє отримати вектор пріоритетів w :

$$w = \begin{pmatrix} w_1 \\ w_2 \\ \vdots \\ w_n \end{pmatrix}$$

Етап 5. Перевірка узгодженості. Для перевірки узгодженості матриці парних порівнянь виконується наступне:

1. Обчислюється власний вектор. Потрібно знайти добуток початкової матриці парних порівнянь A на вектор пріоритетів w :

$$A \cdot w = \lambda_{\max} w.$$

2. Розраховується узгодженість CI :

$$CI = \frac{\lambda_{\max} - n}{n - 1},$$

де $\lambda_{\max}$ – найбільше власне значення матриці.

3. Розраховується індекс узгодженості CR :

$$CR = \frac{CI}{RI},$$

де RI – випадковий індекс, значення якого залежить від розміру матриці (табл. 2).

Якщо $CR < 0,1$, то узгодженість матриці прийнятна, в іншому випадку необхідно переглянути парні порівняння.

Етап 6. Агрегування результатів. Для кожного субкритерію обчислюється загальний результат,

Таблиця 1

PEST-аналіз розвитку культурного туризму в Україні

Група чинників (критерії)	Чинники (субкритерії)	Характеристика
Політичні	Політична стабільність	Політична стабільність важлива для залучення інвестицій у розвиток туризму. У нестабільних умовах інвестори та туристи можуть уникати країни, що негативно впливає на розвиток туризму
	Регуляторні акти та закони	Зміни в законодавстві, пов'язані з туризмом, охороною культурної спадщини, візовим режимом та оподаткуванням, можуть значно вплинути на привабливість України для туристів. Спрощення візових процедур може збільшити потік туристів
	Державна підтримка	Програми державної підтримки туризму, включаючи субсидії, гранти та інвестиції в інфраструктуру, можуть стимулювати розвиток культурного туризму
	Національна безпека та правоохоронна діяльність	Рівень безпеки є критичним для залучення туристів. Потенційні загрози, такі як воєнні дії, тероризм або політичні заворушення, можуть негативно вплинути на відвідуваність туристами. Ефективність роботи правоохоронних органів, зокрема боротьба з корупцією та криміналом, впливає на імідж країни та її привабливість для туристів. Туристи віддають перевагу країнам, де відчують себе в безпеці
Економічні	Економічна ситуація	Економічна стабільність країни та доходи населення впливають на можливості як внутрішнього, так і в'їзного туризму. У кризові періоди витрати на туризм можуть зменшуватися
	Інвестиційний клімат	Наявність сприятливих умов для інвестицій у туризм та культуру, зокрема податкових пільг для інвесторів, може стимулювати розвиток інфраструктури та туристичних послуг
	Курс валюти	Валютні коливання можуть впливати на вартість туристичних послуг і на доступність країни для іноземних туристів
	Ціни на послуги	Конкурентоспроможність цін на послуги, такі як проживання, харчування та транспорт, може стати вирішальним чинником для вибору туристами України як місця відпочинку
Соціальні	Культурні уподобання	Зростання інтересу до культурного туризму, зокрема відвідування історичних пам'яток, музеїв, фестивалів та інших культурних заходів, сприяє розвитку цього сектору
	Демографічні зміни	Зміни в демографічному складі населення, зокрема зростання кількості туристів старшого віку або молоді, можуть впливати на типи культурних послуг, що пропонуються
	Освіта та обізнаність	Підвищення рівня освіченості та обізнаності населення щодо культурної спадщини може сприяти розвитку внутрішнього культурного туризму
	Зміна стилю життя	Зростання інтересу до подорожей, екологічного та етнографічного туризму, а також здорового способу життя створює нові можливості для розвитку культурного туризму
Технологічні	Цифрові технології	Використання інтернету та мобільних додатків для планування подорожей, онлайн-бронювання готелів та квитків, віртуальних турів сприяє спрощенню процесу організації подорожей і підвищенню привабливості України як туристичного напрямку
	Маркетингові інновації	Використання соціальних медіа, контент-маркетингу та інших цифрових інструментів для просування культурного туризму може значно збільшити потік туристів
	Розвиток транспорту	Вдосконалення транспортної інфраструктури, зокрема аеропортів, залізниць та автодоріг, сприяє підвищенню доступності культурних об'єктів
	Системи безпеки	Впровадження сучасних систем безпеки, включаючи моніторинг туристичних об'єктів та автоматизацію процесів безпеки, може підвищити комфорт і захищеність туристів

Джерело: складено авторами на основі [12; 13; 14; 15]

Таблиця 2

Значення випадкового індексу узгодженості R_I за Т. Сааті

n	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
R_I	0,00	0,00	0,58	0,90	1,12	1,24	1,32	1,41	1,46	1,49

Джерело: [16]

який визначається сумою добутків вагових коефіцієнтів критеріїв на вагові коефіцієнти субкритеріїв щодо цих критеріїв:

$$S_i = \sum_{j=1}^m w_j \cdot r_{ij}$$

де S_i – загальна оцінка субкритерію i ; w_j – вага критерію j , а r_{ij} – оцінка субкритерію i за критерієм j .

Етап 7. Ранжування критеріїв та субкритеріїв. Ранжування критеріїв та субкритеріїв в методі аналізу ієрархій дозволяє визначити їх відносну важливість та сформулювати пріоритети для прийняття рішення. Цей процес забезпечує об'єктивний підхід до оцінки і вибору оптимальних альтернатив на основі багатьох критеріїв.

У табл. 3-7 подамо результати парних порівнянь чинників (критеріїв та субкритеріїв) розвитку культурного туризму в Україні, виявлених за допомогою PEST-аналізу, а також значення власних векторів і пріоритетів.

Зведені результати пріоритетів чинників (критеріїв та субкритеріїв) розвитку культурного туризму в Україні, виявлених за допомогою PEST-аналізу, подано у табл. 8.

Найбільш впливовий критерій – політичні чинники. Політичні чинники отримали найвищий пріоритет (0,442) серед усіх груп чинників, що підкреслює їхній ключовий вплив на розвиток культурного туризму в Україні. У межах політичних чинників найбільший пріоритет має державна підтримка (0,475), що свідчить про важливість підтримки з боку держави для розвитку культурного туризму. Цей чинник також займає найвищу позицію в загальній сукупності (0,210), підкреслюючи його значущість. Політична стабільність (0,312) також є важливою, посідаючи другу позицію як у групі, так і в загальній сукупності (0,138).

Економічні чинники також мають суттєвий вплив, займаючи друге місце за важливістю (0,352),

Таблиця 3

Матриця парних порівнянь критеріїв (груп чинників) розвитку культурного туризму в Україні

Групи чинників (критерії)	Політичні	Економічні	Соціальні	Технологічні	Власний вектор	Пріоритет
Політичні	1	2	3	5	2,340	0,442
Економічні	1/2	1	4	6	1,861	0,352
Соціальні	1/3	1/4	1	5	0,803	0,152
Технологічні	1/5	1/6	1/5	1	0,286	0,054
$\lambda_{\max} = 4,265$; $IU = 0,088$; $BU = 0,098$						

Джерело: розраховано авторами

Таблиця 4

Матриця парних порівнянь чинників (субкритеріїв) за критерієм «Політичні чинники»

Політичні чинники (субкритерії)	Політична стабільність	Регуляторні акти та закони	Державна підтримка	Національна безпека та правоохоронна діяльність	Власний вектор	Пріоритет
Політична стабільність	1	5	1/2	3	1,655	0,312
Регуляторні акти та закони	1/5	1	1/5	1/6	0,286	0,054
Державна підтримка	2	5	1	4	2,515	0,475
Національна безпека та правоохоронна діяльність	1/3	6	1/4	1	0,841	0,159
$\lambda_{\max} = 4,244$; $IU = 0,081$; $BU = 0,090$						

Джерело: розраховано авторами

Таблиця 5

Матриця парних порівнянь чинників (субкритеріїв) за критерієм «Економічні чинники»

Економічні чинники (субкритерії)	Економічна ситуація	Інвестиційний клімат	Курс валюти	Ціни на послуги	Власний вектор	Пріоритет
Економічна ситуація	1	3	5	3	2,590	0,496
Інвестиційний клімат	1/3	1	5	3	1,495	0,287
Курс валюти	1/5	1/5	1	1/4	0,316	0,061
Ціни на послуги	1/3	1/3	4	1	0,816	0,156
$\lambda_{\max} = 4,269$; $IU = 0,090$; $BU = 0,100$						

Джерело: розраховано авторами

Таблиця 6

Матриця парних порівнянь чинників (субкритеріїв) за критерієм «Соціальні чинники»

Соціальні чинники (субкритерії)	Культурні уподобання	Демографічні зміни	Освіта та обізнаність	Зміна стилю життя	Власний вектор	Пріоритет
Культурні уподобання	1	3	5	5	2,943	0,538
Демографічні зміни	1/3	1	3	5	1,495	0,273
Освіта та обізнаність	1/5	1/3	1	4	0,719	0,131
Зміна стилю життя	1/5	1/5	1/4	1	0,316	0,058
$\lambda_{\max} = 4,252$; ІУ = 0,084; ВУ = 0,093						

Джерело: розраховано авторами

Таблиця 7

Матриця парних порівнянь чинників (субкритеріїв) за критерієм «Технологічні чинники»

Технологічні чинники (субкритерії)	Цифрові технології	Маркетингові інновації	Розвиток транспорту	Системи безпеки	Власний вектор	Пріоритет
Цифрові технології	1	3	5	3	2,590	0,506
Маркетингові інновації	1/3	1	5	2	1,351	0,264
Розвиток транспорту	1/5	1/5	1	1/3	0,340	0,066
Системи безпеки	1/3	1/2	3	1	0,841	0,164
$\lambda_{\max} = 4,152$; ІУ = 0,051; ВУ = 0,056						

Джерело: розраховано авторами

Таблиця 8

Результати пріоритизації чинників розвитку культурного туризму в Україні

Групи чинників (критерії)	Пріоритет (рангова позиція)	Чинники	Пріоритет у межах групи	Рангова позиція у межах групи	Пріоритет у загальній сукупності	Рангова позиція у загальній сукупності
Політичні	0,442 (1)	Політична стабільність	0,312	2	0,138	3
		Регуляторні акти та закони	0,054	4	0,024	10
		Державна підтримка	0,475	1	0,210	1
		Національна безпека та правоохоронна діяльність	0,159	3	0,070	6
Економічні	0,352 (2)	Економічна ситуація	0,496	1	0,175	2
		Інвестиційний клімат	0,287	2	0,101	4
		Курс валюти	0,061	4	0,021	11
		Ціни на послуги	0,156	3	0,055	7
Соціальні	0,152 (3)	Культурні уподобання	0,538	1	0,082	5
		Демографічні зміни	0,273	2	0,041	8
		Освіта та обізнаність	0,131	3	0,020	12
		Зміна стилю життя	0,058	4	0,009	15
Технологічні	0,054 (4)	Цифрові технології	0,506	1	0,027	9
		Маркетингові інновації	0,264	2	0,014	13
		Розвиток транспорту	0,066	4	0,004	16
		Системи безпеки	0,164	3	0,009	14

Джерело: розраховано авторами

підкреслюючи значущість економічних умов для розвитку культурного туризму. Найвищий пріоритет у межах цієї групи має економічна ситуація (0,496), що також займає друге місце в загальній сукупності (0,175). Це вказує на важливість стабільної

економіки для туристичного сектора. Інвестиційний клімат (0,287) також важливий, займаючи третє місце в загальній сукупності (0,101).

Соціальні чинники мають середній вплив (0,152), що підкреслює їхню значущість, але

в меншій мірі порівняно з політичними та економічними чинниками. Культурні уподобання (0,538) мають найвищий пріоритет у цій групі та займають п'яте місце в загальній сукупності (0,082), що підкреслює важливість розуміння культурних вподобань туристів для розвитку цієї галузі.

Технологічні чинники отримали найнижчий пріоритет (0,054) серед усіх груп чинників, що свідчить про їхній відносно менший вплив на розвиток культурного туризму. Проте, у межах цієї групи цифрові технології (0,506) мають найвищий пріоритет і займають дев'яте місце в загальній сукупності (0,027), що вказує на важливість інновацій і технологій у просуванні культурного туризму.

Висновки. Розвиток культурного туризму в Україні є складним і багатограним процесом, який залежить від взаємодії різних груп чинників – політичних, економічних, соціальних та технологічних. Проведений PEST-аналіз показав, що найбільший вплив на розвиток цієї галузі мають політичні та економічні чинники:

- політична стабільність і державна підтримка є ключовими для забезпечення сприятливого середовища для культурного туризму. Державна підтримка займає найвищий пріоритет у загальній сукупності, що підкреслює необхідність активної участі держави у формуванні політик, спрямованих на розвиток туризму;

- економічна ситуація та інвестиційний клімат є важливими складовими, які визначають фінансові можливості галузі. Стабільна економіка та сприятливий інвестиційний клімат створюють підґрунтя для розвитку інфраструктури та залучення інвесторів;

- соціальні чинники, такі як культурні уподобання та демографічні зміни, також відіграють важливу роль, оскільки вони формують попит на культурні послуги та визначають перспективи розвитку туристичних продуктів;

- технологічні чинники мають відносно менший вплив, але їх значущість не можна недооцінювати. Цифрові технології, маркетингові інновації та розвиток транспорту забезпечують можливості для більш ефективного просування туристичних послуг і поліпшення досвіду туристів.

Загалом, для успішного розвитку культурного туризму в Україні необхідно враховувати всі зазначені чинники, розробляти комплексні стратегії розвитку, спрямовані на зміцнення політичної стабільності, поліпшення економічних умов, адаптацію до соціальних змін та впровадження сучасних технологій. Це дозволить підвищити конкурентоспроможність України на міжнародному ринку культурного туризму та залучити більше туристів як з-за кордону, так і зсередини країни.

БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Папп В., Котубей В., Грицько В. Культурний туризм як багатограний феномен національної

самоідентифікації. *Економічний форум*. 2022. № 4. С. 48-57.

2. Дашивець І.О. Проблеми і потреби розвитку культурного туризму в Україні: виклики часу. *Нотатки сучасної науки*. 2022. № 3. С. 66-68.

3. Стадник М.М., Ігнатенко Н.В., Редзюк В.В. Управлінські пріоритети розвитку культурного туризму. *Державне управління: удосконалення та розвиток*. 2022. № 11. URL: <https://www.nayka.com.ua/index.php/dy/article/view/707>.

4. Степанов В.Ю., Зайцева М.Н. Туризм як соціально-культурне явище в умовах суспільних трансформацій. *Вісник Національного університету цивільного захисту України. Серія: Державне управління*. 2021. Вип. 1. С. 22-30.

5. Бондаренко Ю.Г., Кулиняк І.Я., Гвоздь М.Я. Роль і вплив державних важелів управління на сферу відпочинку населення в кризовій ситуації. *Review of transport economics and management*. 2020. Вип. 3(19). С. 33-47.

6. Степанов В.Ю., Божко Л.Д. Туризм як соціально-культурний інститут. *Культура України*. 2022. Вип. 78. С. 45-52.

7. Юхновська Ю.О. Вплив розвитку культурно-історичної спадщини на економічний розвиток туристичної галузі України. *Держава та регіони. Серія: Економіка та підприємництво*. 2019. № 6. С. 55-59.

8. Єрмаченко В.Є., Мороз Н.О. Проблеми оцінки культурної спадщини як економічної категорії для потреб галузі туризму. *Управління розвитком*. 2016. № 3. С. 7-15.

9. Барна М.Ю., Стецик Я.В. Організація культурних заходів як економічний інструмент розвитку туризму. *Академічні візії*. 2023. № 22. URL: <https://academy-vision.org/index.php/av/article/view/796>

10. Паньків Н.Є., Гаврилишин О.М. Вплив культурної спадщини на розвиток туризму в Україні. *Вісник Хмельницького національного університету. Економічні науки*. 2021. № 6(1). С. 212-224.

11. Кудінова І.П., Терзі С.М. Культурна спадщина – бренд туристичної України. *Вісник Національного університету "Львівська політехніка". Серія: Проблеми економіки та управління*. 2023. Т. 7, № 2. С. 27-40.

12. Бунякова Ю.Я. Основні чинники впливу на динамічний розвиток сфери туризму. *Інфраструктура ринку*. 2021. Вип. 56. С. 116-119.

13. Гавдей С.В. Аналіз традиційних і новітніх чинників розвитку туристичного сектора України. *Бізнес Інформ*. 2022. № 8. С. 151-158.

14. Кулиняк І.Я., Бондаренко Ю.Г. Типологія чинників впливу на розвиток галузі туризму. *Підприємництво та інновації*. 2022. Вип. 25. С. 21-27.

15. Смирнов І., Любіцева О. Особливості та чинники розвитку постковідного туризму у світі та в Україні. *Теорія і практика фізичної культури і спорту*. 2022. № 1(1). С. 104-112.

16. Saaty J. The Analytic Hierarchy Process: Planning, Priority Setting, Resource Allocation. McGraw-Hill, 1980.

17. Жигаревич О.К. Метод аналізу ієрархій. *Комп'ютерно-інтегровані технології: освіта, наука, виробництво*. 2013. № 13. С. 14-20.

18. Потьомкін М.М., Ніколаєнко М.В., Гразіон Д.І. Удосконалення методу аналізу ієрархій на основі уточнення процедур формування матриць парних порівнянь. *Кібернетика і системний аналіз*. 2020. Т. 56, № 4. С. 98-107.

REFERENCES:

- Papp V., Kotubei V., Hrytsko V. (2022). Kulturnyi turizm yak bahatohrannyi fenomen natsionalnoi samoidentyfikatsii [Cultural tourism as a multifaceted phenomenon of national self-identification]. *Ekonomichnyi forum*, no. 4, pp. 48-57.
- Dashyevets I.O. (2022). Problemy i potreby rozvytku kulturnoho turyzmu v Ukraini: vyklyky chasu [Problems and needs of the development of cultural tourism in Ukraine: challenges of the time]. *Notatky suchasnoi nauky*, no. 3, pp. 66-68.
- Stadnyk M.M., Ihnatenko N.V., Redziuk V.V. (2022). Upravlinnski priorytety rozvytku kulturnoho turyzmu [Management priorities for the development of cultural tourism]. *Derzhavne upravlinnia: udoskonalennia ta rozvytok*, no. 11. Available at <https://www.nayka.com.ua/index.php/dy/article/view/707>.
- Stepanov V.Yu., Zaitseva M.N. (2021). Turizm yak sotsialno-kulturne yavyshe v umovakh suspilnykh transformatsii [Tourism as a socio-cultural phenomenon in the conditions of social transformations]. *Visnyk Natsionalnoho universytetu tsvilnoho zakhystu Ukrainy. Seriya: Derzhavne upravlinnia*, vol. 1, pp. 22-30.
- Bondarenko Yu., Kulyniak I., Hvozdz M. (2020). Rol i vplyv derzhavnykh vazheliv upravlinnia na sferu vidpochynku naselennia v kryzovii sytuatsii [The role and impact of state management instruments on the sphere of recreation in the crisis situation]. *Review of transport economics and management*, vol. 3(19), pp. 33-47.
- Stepanov V.Yu., Bozhko L.D. (2022). Turizm yak sotsialno-kulturnyi instytut [Tourism as a socio-cultural institution]. *Kultura Ukrainy*, vol. 78, pp. 45-52.
- Yukhnovska Yu.O. (2019). Vplyv rozvytku kulturno-istorychnoi spadshchyny na ekonomichnyi rozvytok turystychnoi haluzi Ukrainy [The influence of the development of cultural and historical heritage on the economic development of the tourist industry of Ukraine]. *Derzhava ta rehiony. Seriya: Ekonomika ta pidpriemnytstvo*, vol. 6, pp. 55-59.
- Yermachenko V.Ye., Moroz N.O. (2016). Problemy otsinky kulturnoi spadshchyny yak ekonomichnoi katehorii dlia potreb haluzi turyzmu [Problems of assessing cultural heritage as an economic category for the needs of the tourism industry]. *Upravlinnia rozvytkom*, no. 3, pp. 7-15.
- Barna M.Yu., Stetsyk Ya.V. (2023). Orhanizatsiia kulturnykh zakhodiv yak ekonomichnyi instrument rozvytku turyzmu [Organization of cultural events as an economic tool for tourism development]. *Akademichni vizii*, no. 22. Available at <https://academy-vision.org/index.php/av/article/view/796>.
- Pankiv N.Ye., Havrylyshyn O.M. (2021). Vplyv kulturnoi spadshchyny na rozvytok turyzmu v Ukraini. Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu [The influence of cultural heritage on the development of tourism in Ukraine]. *Visnyk Khmelnytskoho natsionalnoho universytetu. Ekonomichni nauky*, no. 6(1), pp. 212-224.
- Kudinova I.P., Terzi S.M. (2023). Kulturna spadshchyna – brend turystychnoi Ukrainy [Cultural heritage is a brand of touristic Ukraine]. *Visnyk Natsionalnoho universytetu "Lvivska politekhnika". Seriya: Problemy ekonomiky ta upravlinnia*, vol. 7(2), pp. 27-40.
- Buniakova Yu.Ya. (2021). Osnovni chynnyky vplyvu na dynamichnyi rozvytok sfery turyzmu [The main factors influencing the dynamic development of tourism]. *Infrastruktura rynku*, no. 56, pp. 116-119.
- Havdei S.V. (2022). Analiz tradytsiinykh i novytnykh chynnykiv rozvytku turystychnoho sektora Ukrainy [Analysis of traditional and modern factors of the development of the tourism sector of Ukraine]. *Biznes Inform*, no. 8, pp. 151-158.
- Kulyniak I., Bondarenko Yu. (2022). Typolohiia chynnykiv vplyvu na rozvytok haluzi turyzmu [Typology of factors influencing the tourism industry development]. *Pidpriemnytstvo ta innovatsii*, vol. 25, pp. 21-27.
- Smyrnov I., Liubitseva O. (2022). Osoblyvosti ta chynnyky rozvytku postkovidnoho turyzmu u sviti ta v Ukraini [Features and factors of the development of post-Covid tourism in the world and in Ukraine]. *Teoriia i praktyka fizychnoi kultury i sportu*, no. 1(1), pp. 104-112.
- Saaty J. (1980). The Analytic Hierarchy Process: Planning, Priority Setting, Resource Allocation. McGraw-Hill.
- Zhyharevych O.K. (2013). Metod analizu iierarkhii [The Analytic Hierarchy Process]. *Kompiuterno-intehrovani tekhnolohii: osvita, nauka, vyrobnytstvo*, no. 13, pp. 14-20.
- Potomkin M.M., Nikolaienko M.V., Hrazion D.I. (2020). Udoskonalennia metody analizu iierarkhii na osnovi utochnennia protsedur formuvannia matryts parnykh porivnian [Improvement of the analytic hierarchy process on the basis of refinement of procedures for formation of matrices of pairwise comparisons]. *Kibernetika i systemnyi analiz*, vol. 56(4), pp. 98-107.