

НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ВОДНОГО ГОСПОДАРСТВА
ТА ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ

Навчально-науковий економіки та менеджменту
Кафедра менеджменту та публічного врядування

Пояснювальна записка
до кваліфікаційної магістерської роботи

на тему **СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ ТУРИСТИЧНИМИ
ДЕСТИНАЦІЯМИ УКРАЇНИ В СУЧАСНИХ УМОВАХ
(НА ПРИКЛАДІ ЛУЦЬКОЇ МІСЬКОЇ ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ ГРОМАДИ)**

Виконала: студентка 2 курсу,
групи ДСз-21м
спеціальності 281 «Публічне
управління та адміністрування»
Мойсіюк К.В.

Керівник: Тихончук Л.Х.

Рецензент: Коротун С.І.

Рівне – 2024 року



Звіт подібності

метадані

Заголовок

перевірка_плагіат.docx

Автор

Теліпська Катерина Василівна

Науковий керівник / Експерт

Теліпська Катерина Василівна

підрозділ

National University of Water and Environmental Engineering

Тривога

У цьому розділі ви знайдете інформацію щодо текстових спотворень. Ці спотворення в тексті можуть говорити про МОЖЛИВІ маніпуляції в тексті. Спотворення в тексті можуть мати навмисний характер, але частіше характер технічних помилок при конвертації документа та його збереженні, тому ми рекомендуємо вам підходити до аналізу цього модуля відповідально. У разі виникнення запитань, просимо звертатися до нашої служби підтримки.

Заміна букв	В	0
Інтервали	A→	0
Мікропробіли		21
Білі знаки	Б	0
Парафрази (SmartMarks)	а	39

Обсяг знайдених подібностей

Коефіцієнт подібності визначає, який відсоток тексту по відношенню до загального обсягу тексту було знайдено в різних джерелах. Зверніть увагу, що високі значення коефіцієнта не автоматично означають плагіат. Звіт має аналізувати компетентна / уповноважена особа.

4.05%

4.05%

КП 1

1.18%

1.18%

КЦ

25

Довжина фрази для коефіцієнта подібності 2

22453

Кількість слів

188047

Кількість символів

Подібності за списком джерел

Нижче наведений список джерел. В цьому списку є джерела із різних баз даних. Колір тексту означає в якому джерелі він був знайдений. Ці джерела і значення Коефіцієнту Подібності не відображають прямого плагіату. Необхідно відкрити кожне джерело і проаналізувати зміст і правильність оформлення джерела.

10 найдовших фраз

Колір тексту

ПОРЯДКОВИЙ НОМЕР	НАЗВА ТА АДРЕСА ДЖЕРЕЛА URL (НАЗВА БАЗИ)	КІЛЬКІСТЬ ІДЕНТИЧНИХ СЛІВ (ФРАГМЕНТІВ)	
1	https://consult.e-dem.ua/uploads/consultation/files/886/1_%D0%A1%D1%82%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%B3%D1%96%D1%8F_2030_%D0%BF%D1%80%D0%BE%D1%94%D0%BA%D1%82.pdf	160	0.71 %
2	https://consult.e-dem.ua/uploads/consultation/files/886/1_%D0%A1%D1%82%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%B3%D1%96%D1%8F_2030_%D0%BF%D1%80%D0%BE%D1%94%D0%BA%D1%82.pdf	116	0.52 %
3	http://www.oridu.odessa.ua/7/7/metoduchni-rek/V04.pdf	112	0.50 %

ЗМІСТ

ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ У СФЕРІ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ	10
1.1. Сутність стратегічного управління туристичними дестинаціями	10
1.2. Організаційно-правове забезпечення стратегічного управління туристичними дестинаціями	20
1.3. Зарубіжний досвід забезпечення стратегічного управління туристичними дестинаціями	28
Висновки до розділу 1	33
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ У СФЕРІ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ	35
2.1. Методика дослідження розвитку стратегічного управління туристичних дестинацій України	35
2.2. Аналіз стану та перспектив розвитку туристичних дестинацій України	40
2.3. Оцінка стану та перспектив розвитку Луцька як туристичної дестинації	50
Висновки до розділу 2	63
РОЗДІЛ 3. УДОСКОНАЛЕННЯ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ У СФЕРІ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ	65
3.1. Шляхи вдосконалення стратегічного управління туристичними дестинаціями у контексті євроінтеграції України	65
3.2. Підхід до вибору цілей стратегічного управління туристичною дестинацією	74
3.3. Стратегічні вектори розвитку міста Луцьк як туристичної дестинації	87
Висновки до розділу 3	97
ВИСНОВКИ ТА РЕКОМЕНДАЦІЇ	101
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ДЖЕРЕЛ	104

ВСТУП

Актуальність теми та необхідність її розробки. Важливість дослідження стратегічного управління туристичними DESTИНАЦІЯМИ України, зокрема на прикладі Луцької міської територіальної громади, обумовлена необхідністю розвитку конкурентоспроможної та стійкої туристичної галузі в сучасних умовах. В умовах глобалізації та зростаючої ролі туризму як інструменту економічного зростання, міста й громади мають усвідомлювати значущість стратегічного планування та управління туристичними ресурсами. Луцька громада, як історичний та культурний центр Заходу України, має унікальні туристичні ресурси та потенціал для залучення туристів, що сприяє розвитку економіки та підвищенню якості життя місцевих мешканців.

Зростаючі вимоги туристів до якості послуг, безпеки та інноваційних продуктів вимагають від управлінців у сфері туризму запровадження сучасних стратегічних підходів. У цьому контексті, стратегічне управління допомагає не лише збільшити потоки туристів, але й формувати позитивний імідж територіальної громади на внутрішньому та міжнародному ринках. Луцька міська громада з її унікальним культурним та історичним спадком може суттєво підвищити рівень туристичної привабливості за допомогою продуманої стратегії, яка включає інноваційні підходи, ефективне використання ресурсів та налагодження співпраці між усіма зацікавленими сторонами.

Актуальність дослідження також посилюється впливом зовнішніх факторів, таких як економічна нестабільність та соціальні зміни, які формують нові виклики для сфери туризму. Використання стратегічного управління дозволяє ефективніше реагувати на ці виклики, зменшуючи ризики та підвищуючи адаптивність громади до змін. В умовах сучасних кризових тенденцій розробка стратегії розвитку туристичної DESTИНАЦІЇ Луцька сприятиме збереженню культурної спадщини, покращенню інфраструктури та залученню інвестицій, що в сукупності зміцнюватиме соціально-економічний розвиток громади.

Найбільший внесок у розробку досліджуваної проблеми (стратегічного управління туристичними DESTИНАЦІЯМИ) зробили такі українські вчені як Басюк Д., Богославець О., Корж Н., Любіцева О, Мілашовська О, Смирнов І., Тимошенко Т., Ткаченко Т., Шитікова Т., Юхновська Ю. Юрчишина Л. та ін.

Мета і завдання дослідження полягає у формуванні стратегічного бачення процесу управління туристичними DESTИНАЦІЯМИ (на прикладі міста Луцьк) в сучасних умовах на основі пошуку найефективніших інструментів стратегічного управління туристичними DESTИНАЦІЯМИ з врахуванням сучасних факторів впливу, з метою майбутнього сталого розвитку досліджуваних територій та повноцінного використання в індустрії гостинності.

Для досягнення цієї мети в роботі вирішено *такі завдання*:

- визначення змісту та значення стратегічного управління туристичними DESTИНАЦІЯМИ;
- формування ієрархії управління туристичними DESTИНАЦІЯМИ в Україні;
- дослідження зарубіжного досвіду забезпечення стратегічного управління туристичними DESTИНАЦІЯМИ;
- аналіз стратегічного управління у сфері розвитку туристичних DESTИНАЦІЙ;
- визначення інструментів стратегічного управління туристичними DESTИНАЦІЯМИ в сучасних умовах;
- формування стратегічного бачення управління туристичними DESTИНАЦІЯМИ в сучасних умовах.

Об'єктом дослідження кваліфікаційної роботи магістра є процес стратегічного управління туристичними DESTИНАЦІЯМИ України в сучасних умовах та їх роль в системі розвитку індустрії туризму.

Предметом дослідження кваліфікаційної роботи магістра є теоретичні та практичні засади пошуку найефективніших інструментів стратегічного управління туристичними DESTИНАЦІЯМИ з врахуванням сучасних факторів впливу, які переважно мають деструктивний характер.

Теоретична основа і ступінь висвітлення проблеми дослідження у науковій літературі. Більшість досліджень у науковій літературі зосереджено на детермінантах розвитку конкурентних переваг туризму, і лише деякі з них розглядають стратегічне управління як рушійну силу розвитку туристичних DESTINATION. Важливими з огляду на тему нашого дослідження є праці Мазаракі А., Ткаченко Т., Мельниченко С., Опанасюк Н., Охріменко А. та інших.

Практичне значення результатів дослідження має актуальне спрямування для суб'єктів індустрії туризму в громадах та полягає в тому, що у дослідженні запропоновані рекомендації, які можуть бути застосовані суб'єктами індустрії туризму для формування регіональних стратегій та програм розвитку, наприклад у місті Луцьк.

Структура роботи. Кваліфікаційна робота складається з вступу, трьох розділів та висновків; містить 108 сторінок тексту, 10 рисунки, 20 таблиць. Список джерел включає 102 найменування літератури.

Методологічна основа дослідження. Для досягнення визначеної мети використано різноманітні методи наукового дослідження: узагальнення та систематизації (для визначення змісту та значення туристичних DESTINATION в розвитку індустрії туризму); аналітичні (з метою проведення аналізу стратегічного управління у сфері розвитку туристичних DESTINATION); процесний підхід (для визначення інструментів стратегічного управління туристичними DESTINATION України в сучасних умовах); графічний (для формування графіків та діаграм динаміки розвитку туристичних DESTINATION в Україні та світі); табличні методи (для наочного відображення статистичного матеріалу досліджуваної проблеми).

Інформаційною базою дослідження слугували звіти Національної туристичної організації, Всесвітньої ради з туризму та подорожей, Всесвітньої туристичної організації, законодавчі та нормативні акти України щодо розвитку туризму, статистичні матеріали Державної служби статистики України, статистична звітність Луцької міської ради, наукова та практична література.

Апробація дослідження. Результати дослідження були апробовані під час проведення наукових конференцій, семінарів та публікацій у фахових виданнях. Зокрема, основні положення роботи були представлені на Міжнародній науково-практичній конференції «Детермінанти економічного відновлення держави, регіонів та суб'єктів господарювання» в листопаді 2024 року шляхом публікації тез Тихончук Л.Х., Теліпська К.В. «Післявоєнне відновлення галузі туризму у контексті зміцнення національної ідентичності». Крім того, окремі аспекти дослідження висвітлено у статті Матвійчук Л.Ю., Мойсіюк К.В. «Перспективи розвитку стандартизації суб'єктів гостинності України» Перспективи розвитку туризму в Україні та світі: управління, технології, моделі (колективна монографія). Луцьк: ВІП, 2024. Дослідження рецензоване завідувачем кафедри туризму та ГРС НУВГП, доцентом, к.геогр.н. Коротуном С.І., що підтвердило наукову цінність та практичну значущість результатів дослідження. Рецензія містить рекомендації щодо подальшого розвитку теми та можливих напрямків її застосування в практичній діяльності. До дослідження додається довідка про впровадження, підписана директоркою департаменту економічного розвитку, зовнішніх зносин та з питань туризму і курортів Волинської обласної військової адміністрації Бальбузою В. М.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ У СФЕРІ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ

1.1. Сутність стратегічного управління туристичними дестинаціями

Стратегічне управління туристичними дестинаціями стає дедалі важливішим напрямом у розвитку туристичної галузі, адже сучасні тенденції та виклики вимагають гнучкості, адаптивності та комплексного підходу до управління. В умовах глобалізації, зростання конкуренції та змін в уподобаннях туристів стратегічне управління забезпечує довготривалу конкурентоспроможність і сталий розвиток туристичних регіонів. Використання концептуальних засад стратегічного управління дозволяє чіткіше визначити пріоритети, цілі та механізми розвитку дестинації, враховуючи інтереси як туристів, так і місцевих жителів.

Основними аспектами концепції стратегічного управління туристичними дестинаціями є розробка ефективних стратегій позиціонування, врахування унікальних характеристик кожної дестинації та розвиток інфраструктури для забезпечення якісного туристичного досвіду. Туристичні дестинації мають потребу у плануванні, яке зважає на соціальні, економічні та екологічні фактори, а також дозволяє реагувати на ризики і непередбачувані події, такі як пандемії чи економічні кризи [34]. Таким чином, стратегічне управління допомагає створити стабільну і привабливу структуру для інвесторів, туристів та місцевих громад, стимулюючи зростання регіональної економіки.

Концептуальні засади розвитку стратегічного управління туристичними дестинаціями мають важливе значення для підвищення конкурентоспроможності індустрії туризму та сприяння сталому розвитку регіонів. Вони закладають основи для інноваційних підходів у розвитку туристичних дестинацій, зокрема через інтеграцію інтересів зацікавлених сторін та забезпечення ефективної комунікації між ними, що відкриває нові можливості для залучення інвестицій та формування позитивного іміджу

стійке зростання та відновлення, незважаючи на виклики пандемії та військової агресії, що свідчить про високий потенціал міста як туристичної дестинації. Надходження до бюджетів, зростання туристичного збору, збільшення відвідувачів Луцького замку та ефективна робота управління туризму та промоції міста Луцької міської ради, підконтрольного йому КП «Центр розвитку туризму» підкреслюють позитивний вплив туризму на місцеву економіку і розвиток інфраструктури.

Визначено інструменти стратегічного управління туристичними дестинаціями України в сучасних умовах. Сучасні умови вимагають від туристичних дестинацій пошуку нових напрямів розвитку, які відповідають змінним трендам та потребам туристів. Стратегічне партнерство з місцевими спільнотами та бізнесами для створення унікальних туристичних продуктів і послуг може значно підсилити привабливість туристичної дестинації, а також сприяти економічному розвитку регіону. Кожен з цих напрямів може відігравати важливу роль у розвитку туристичних дестинацій, адаптації до змінних умов та задоволенні очікувань сучасних туристів.

Сформовано стратегічне бачення управління туристичними дестинаціями в сучасних умовах. Стратегічні та операційні цілі розвитку туризму в конкретній дестинації є взаємопов'язаними та взаємодоповнюючими складовими ефективної туристичної стратегії. Стратегічні цілі визначають довгострокове бачення та амбіції дестинації, в той час як операційні цілі зосереджуються на конкретних, вимірюваних завданнях та ініціативах, необхідних для реалізації цього бачення. Успіх у розвитку туризму вимагає не тільки чітко визначених стратегічних напрямків, але й гнучкого підходу до операційного планування, яке може адаптуватися до змінних умов ринку та потреб туристів. Зазначене включає в себе інноваційний підхід до розвитку туристичних продуктів, удосконалення інфраструктури, підвищення якості послуг, ефективні маркетингові стратегії та зосередження на сталому розвитку.

Запропоновано кластерну модель розвитку туристичної дестинації міста Луцьк в умовах євроінтеграції, яка передбачає інтеграцію ключових

стейкхолдерів у єдину ефективну систему, спрямовану на підвищення конкурентоспроможності міста. Запропонована модель базується на державно-приватному партнерстві, що дозволяє оптимізувати управління туристичною сферою, підтримувати розвиток нових продуктів і послуг, а також забезпечувати моніторинг їхньої ефективності. Вона акцентує увагу на гармонійному поєднанні економічних, соціальних та екологічних аспектів, зокрема через стимулювання розвитку туристичних територій, підвищення якості послуг і створення умов для інноваційної діяльності. У результаті модель створює передумови для соціо-еколого-економічного зростання, підвищення зайнятості населення, збільшення експорту туристичних послуг і продукції, а також закріплення Луцька як важливої туристичної дестинації на міжнародній арені.

Визначено та систематизовано групи стейкхолдерів, які можуть увійти до туристичного кластеру Луцька та які є основою для створення ефективної моделі стратегічного управління туристичною дестинацією. До цих груп входять органи місцевого самоврядування, які забезпечують регулювання та підтримку галузі; туристичні агенції та оператори, які розробляють і просувають туристичні послуги; представники готельного й ресторанного бізнесу, що відповідають за комфорт і гастрономічний досвід відвідувачів. Також важливу роль відіграють транспортні компанії, які покращують доступність міста, постачальники анімаційних і розважальних послуг, що формують привабливі культурні програми, та освітні установи, які готують кваліфіковані кадри. Доповнюють цю систему неформальні інституції, що інтегрують локальні продукти у туристичний ринок, і музейні установи, які популяризують культурну спадщину міста. Така комплексна структура стейкхолдерів створює можливості для синергії в реалізації туристичних ініціатив, забезпечуючи сталий розвиток дестинації.