

**Міністерство освіти і науки України
Луцький національний технічний університет
Факультет митної справи, матеріалів та технологій
Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи**

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
ЗА СТУПЕНЕМ ВИЩОЇ ОСВІТИ «МАГІСТР»**

**РОЗВИТОК МІСЬКИХ ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ
(НА ПРИКЛАДІ М. ЛУЦЬК)**

спеціальність 242 «Туризм і рекреація»

освітня програма «Туризм»

Виконав: здобувач вищої освіти
Групи ТРм 21
СКРУХА Богдан Петрович

Керівник:
Д.е.н., професор
МАТВІЙЧУК Людмила Юріївна

Кваліфікаційну роботу
допущено до захисту
«__» _____ 20__ р.
К.пед.н., доцент
Гарант освітньої програми:
ЗУБЕХІНА Тетяна Василівна

Луцьк – 2024 року

ЛУЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет митної справи, матеріалів та технологій
Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи
Ступінь вищої освіти: магістр
Галузь знань: 24 «Сфера обслуговування»
Спеціальність: 242 «Туризм і рекреація»
Освітня програма: «Туризм»

ЗАТВЕРДЖУЮ
Завідувач кафедри
_____Л. Матвійчук
« ____ » _____ 20__ р.

ЗАВДАННЯ НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧУ ВИЩОЇ ОСВІТИ

Скрусі Богдану Петровичу

1. Тема кваліфікаційної роботи «Розвиток міських туристичних дестинацій (на прикладі м. Луцьк)»
Керівник роботи: *Матвійчук Людмила Юріївна, д.е.н., професор*
затверджені наказом вищого навчального закладу від «30» грудня 2023 р.
№ 437/01-02
2. Строк подання здобувачем вищої освіти кваліфікаційної роботи до 01.12.2024 р.
3. Вихідні дані до роботи *нормативні документи діяльності суб'єктів гостинності України, світові та національні стандарти сфери гостинності, наукова література за темою роботи, періодичні видання, Інтернет-ресурси, статистичні дані України, ГО «Асоціація гостинності України», Національної туристичної організації.*
4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, які потрібно розробити):
Вступ.
Розділ 1. Теоретичні аспекти розвитку туристичних дестинацій.
Розділ 2. Аналіз розвитку туристичних дестинацій.
Розділ 3. Удосконалення розвитку туристичних дестинацій.
Висновки і рекомендації
5. Перелік графічного матеріалу (з точним зазначенням обов'язкових креслень)
Динаміка надходжень до бюджетів від туризму м. Луцьк.
Динаміка обсягів туристичного збору у місті Луцьк.
Динаміка кількості відвідувачів Луцького замку.
Динаміка кількості відвідувачів КП «Центр туристичної інформації та послуг».

6. Консультанти розділів роботи

Розділи	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис, дата	
		завдання видав	завдання прийняв
Гарант освітньої програми	доцент Зубехіна Т.В.		
Розділ 1. Теоретичні аспекти розвитку туристичних дестинацій	професор Матвійчук Л.Ю.		
Розділ 2. Аналіз розвитку туристичних дестинацій	професор Матвійчук Л.Ю.		
Розділ 3. Удосконалення розвитку туристичних дестинацій	професор Матвійчук Л.Ю.		
Висновки і рекомендації	професор Матвійчук Л.Ю.		
Нормоконтроль	доцент Зубехіна Т.В.		

7. Дата видачі завдання 01.11.2023 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ п/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи магістра	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1	Обґрунтування теми	до 01.11.2023	
2	Огляд літератури із досліджуваної проблеми	до 01.02.2024	
3	Розділ 1. Теоретичні аспекти розвитку туристичних дестинацій	до 01.04.2024	
4	Розділ 2. Аналіз розвитку туристичних дестинацій	до 01.06.2024	
5	Розділ 3. Удосконалення розвитку туристичних дестинацій	до 01.10.2024	
6	Висновки	до 01.11.2024	
7	Формування списку використаних джерел	до 10.11.2024	
8	Формування додатків	до 15.11.2024	
9	Оформлення ілюстративного матеріалу	до 20.11.2024	
10	Нормоконтроль	до 24.11.2024	
11	Інструментальна перевірка на академічний плагіат	до 26.11.2024	
12	Представлення кваліфікаційної роботи магістра до захисту	до 01.12.2024	

Здобувач вищої освіти

_____ (Скруха Б.П.)

(підпис)

(прізвище, ініціали)

Керівник кваліфікаційної роботи

_____ (Матвійчук Л.Ю.)

(підпис)

(прізвище, ініціали)

АНОТАЦІЯ

Скруха Б.П. «Розвиток міських туристичних дестинацій (на прикладі м. Луцьк)». Рукопис.

Кваліфікаційна робота магістра ОП «Туризм» спеціальності 242 «Туризм і рекреація». Луцький національний технічний університет, Луцьк, 2024.

Кваліфікаційна робота магістра складається з вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел.

У роботі визначено шляхи удосконалення розвитку туристичних дестинацій у контексті євроінтеграції України через інтеграцію європейських стандартів та найкращих практик у сфері туризму. Адаптація інфраструктури, підвищення якості послуг, впровадження сталих практик екологічного та культурного туризму є важливими кроками для залучення інвестицій та покращення конкурентоспроможності українських туристичних регіонів. Важливим фактором є також активне просування України на міжнародних туристичних ринках, що дозволить зміцнити її імідж і привабливість для іноземних туристів.

Запропоновано кластерну модель розвитку туристичної дестинації міста Луцьк в умовах євроінтеграції, яка спрямована на створення ефективної системи взаємодії між усіма зацікавленими сторонами: державними органами, приватним сектором, місцевими громадами, культурними установами та туристами. Вона базується на принципах державно-приватного партнерства, стимулює створення інноваційних туристичних продуктів і послуг, а також забезпечує їх адаптацію до європейських стандартів якості. Модель передбачає формування спеціалізованих кластерів, які включають туристичні маршрути, інфраструктурні об'єкти, маркетингові програми та ініціативи зі збереження культурної спадщини.

Ключові слова: індустрія туризму, туристична дестинація, євроінтеграційні процеси.

ANNOTATION

Skrukha B.P. «Development of urban tourist destinations (on the example of the city of Lutsk)». Manuscript.

Qualification master's thesis OP «Tourism» specialty 242 «Tourism and recreation». Lutsk National Technical University, Lutsk, 2024.

The qualification master's thesis consists of an introduction, three chapters, conclusions, a list of sources used, and appendices.

The work identifies ways to improve the development of tourist destinations in the context of Ukraine's European integration through the integration of European standards and best practices in the field of tourism. Adaptation of infrastructure, improvement of service quality, implementation of sustainable practices of ecological and cultural tourism are the biggest steps to attract investment and increase the competitiveness of Ukrainian tourist regions. An important factor is also the active promotion of Ukraine in international tourist markets, which allows strengthening its image and attractiveness for foreign tourists.

A cluster model for the development of the tourist destination of the city of Lutsk in the context of European integration is proposed, which is aimed at creating an effective system of interaction between all stakeholders: state bodies, the private sector, local communities, cultural institutions and tourists. It is based on the principles of public-private partnership, stimulates the creation of innovative tourist products and services, and also ensures their adaptation to European quality standards. The model ensures the formation of specialized clusters that include tourist routes, infrastructure facilities, marketing programs and initiatives to preserve cultural heritage.

Keywords: tourism industry, tourist destination, European integration processes.

ЗМІСТ

ВСТУП	7
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ	10
1.1. Зміст та значення туристичних дестинацій в розвитку територій	10
1.2. Інституційне забезпечення розвитку туристичних дестинацій	16
1.3. Світовий досвід розвитку туристичних дестинацій	23
РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ	28
2.1. Методика дослідження розвитку туристичних дестинацій	28
2.2. Аналіз стану та перспектив розвитку туристичних дестинацій України	31
2.3. Оцінка стану та перспектив розвитку Луцька як туристичної дестинації	38
РОЗДІЛ 3. УДОСКОНАЛЕННЯ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ	48
3.1. Шляхи удосконалення розвитку туристичних дестинацій у контексті євроінтеграції України	48
3.2. Підхід до вибору цілей розвитку туристичних дестинацій	54
3.3. Стратегічні вектори розвитку міста Луцьк, як туристичної дестинації	59
ВИСНОВКИ ТА РЕКОМЕНДАЦІЇ	66
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ДЖЕРЕЛ	68

ВСТУП

Обґрунтування актуальності теми дослідження. Розвиток міських туристичних дестинацій є важливим чинником економічного, соціального та культурного зростання регіонів, особливо в умовах посиленої конкуренції на туристичному ринку та інтеграції України до європейського простору. Міста, як осередки культурної спадщини, сучасної інфраструктури та соціальної активності, мають великий потенціал для залучення туристів, формування сталого доходу та створення нових робочих місць. Луцьк, зі своїм багатим історичним спадком, зокрема Луцький замок, та розвиненою культурною інфраструктурою, виступає перспективною дестинацією для розвитку туризму. Аналіз і розробка ефективних стратегій для його туристичного зростання відповідають актуальним викликам у сфері урбаністичного розвитку та інтеграції в міжнародні туристичні мережі.

Актуальність дослідження підсилюється необхідністю адаптації міської туристичної інфраструктури до сучасних вимог, включаючи сталий розвиток, використання інноваційних технологій, посилення маркетингових стратегій та відповідність європейським стандартам якості. Досвід Луцька як міської туристичної дестинації може стати прикладом для інших регіонів України, адже дослідження в цій галузі дозволяє виявити ключові проблеми та можливості для зростання. Актуальність дослідження також посилюється впливом зовнішніх факторів, таких як економічна нестабільність та соціальні зміни, які формують нові виклики для сфери туризму. Увага до розвитку туризму у Луцьку не лише сприятиме підвищенню його конкурентоспроможності, але й забезпечить соціально-економічний ефект, позитивно впливаючи на добробут громади та імідж України на міжнародній арені.

Стан вивченості проблеми. Проблема розвитку міських туристичних дестинацій широко досліджується науковцями. Питання туристичного розвитку, формування туристичних кластерів і сталого управління

дестинаціями знайшли відображення у працях таких дослідників, як Басюк Д., Брич В., Корж Н., Мазаракі А., Мельниченко С., Ткаченко Т. Значна увага приділяється економічним, соціокультурним і екологічним аспектам розвитку міських дестинацій, включаючи дослідження впливу туризму на місцеві громади, інфраструктуру та збереження культурної спадщини. Вивчені також аспекти кластерної моделі розвитку, інтеграції інноваційних технологій та впровадження державно-приватного партнерства.

Об'єктом дослідження кваліфікаційної роботи магістра є процес розвитку туристичних дестинацій в сучасних умовах та їх роль в системі розвитку індустрії туризму.

Предметом дослідження кваліфікаційної роботи магістра є теоретичні та практичні засади пошуку найефективніших напрямів розвитку туристичних дестинацій з врахуванням сучасних факторів впливу, які переважно мають деструктивний характер.

Метою роботи є пошук перспективних напрямів розвитку міських туристичних дестинацій на прикладі міста Луцьк, для підвищення конкурентоспроможного розвитку досліджуваної території.

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

- визначити зміст та значення туристичних дестинацій в розвитку територій;
- систематизувати інституційне забезпечення розвитку туристичних дестинацій;
- здійснити оцінку стану та перспектив розвитку Луцька як туристичної дестинації;
- визначити шляхи удосконалення розвитку туристичних дестинацій у контексті євроінтеграції України;
- запропонувати кластерну модель розвитку туристичної дестинації міста Луцьк.

Перелік використаних у ході проведення дослідження методів. У ході проведення дослідження використано комплекс методів, які дозволили

провести аналіз розвитку туристичної дестинації міста Луцьк. Серед них методи теоретичного аналізу, що включають опрацювання наукової літератури та нормативно-правових документів для вивчення концептуальних засад і регулювання туризму. Статистичний аналіз дозволив оцінити динаміку показників туристичної активності, таких як кількість відвідувачів, обсяги туристичного збору та економічний внесок туризму. Метод SWOT-аналізу застосовано для виявлення сильних і слабких сторін дестинації, а також оцінки її можливостей і загроз. Табличні методи використані для наочного відображення статистичного матеріалу досліджуваної проблеми.

Джерела інформаційної бази дослідження. Інформаційну базу кваліфікаційної роботи складають статистичні дані індустрії туризму Державної служби статистики України, статистична звітність Луцької міської ради, регіонів України, результати досліджень у виданнях індустрії туризму; матеріали конференцій, монографічні дослідження, дані Всесвітньої туристичної організації.

Практична цінність одержаних результатів роботи полягає в тому, що запропоновані рекомендації та висновки можуть бути корисними в роботі суб'єктів господарювання індустрії туризму, а також в роботі відповідних департаментів, управлінь та відділів відповідальних за сферу гостинності в регіонах країни, територіальних громад, що зацікавлені в розвитку туристичного бізнесу на своїй території. Дослідження можуть бути використанні для підготовки фахівців з індустрії туризму.

Апробація результатів дослідження. Основні висновки та результати дослідження апробовані та опубліковані у вигляді тез у збірнику I Міжнародної науково-практичної конференції «Перспективи розвитку індустрії туризму і гостинності в Україні та світі» (Луцьк, 2024 р).

Структура роботи. Кваліфікаційна робота складається з вступу, трьох розділів та висновків; містить 75 сторінок тексту, 9 рисунків, 15 таблиць. Список джерел включає 67 найменувань літератури.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ

1.1. Зміст та значення туристичних дестинацій в розвитку територій

Розвиток туристичних дестинацій є важливою складовою сучасної економіки, адже туризм має значний вплив на соціально-економічний та культурний розвиток регіонів. У сучасному глобалізованому світі туристичні дестинації виступають не лише як місця відпочинку, а й як інструменти зміцнення міжкультурного діалогу, збереження культурної спадщини та стимулювання місцевого підприємництва. Саме тому дослідження теоретичних аспектів цього феномену набуває все більшої актуальності.

Теоретична база розвитку туристичних дестинацій охоплює широкий спектр наукових підходів, які аналізують економічні, екологічні, соціальні та управлінські аспекти. Центральною ланкою вивчення є розуміння факторів, що впливають на привабливість дестинації, а також механізмів її сталого розвитку. Важливу роль у формуванні теоретичних основ відіграють концепції просторового планування, маркетингу територій, а також моделі співпраці між приватним, державним і громадським секторами [48].

Таким чином, розробка теоретичних аспектів розвитку туристичних дестинацій не лише сприяє удосконаленню методологічного інструментарію, але й створює підґрунтя для практичних рішень у сфері туризму. Зазначені дослідження дозволяють адаптувати існуючі підходи до умов конкретних регіонів, враховуючи їх природні, культурні та економічні особливості, що є ключем до ефективного розвитку як локальних, так і глобальних туристичних напрямків.

Туристичні дестинації відіграють важливу роль у розвитку територій, адже вони не лише забезпечують економічне зростання, але й сприяють збереженню культурної та природної спадщини. Завдяки туризму відбувається активізація локальної економіки, створення робочих місць, розширення інфраструктури та покращення якості життя місцевого населення. Зміст та

значення туристичних дестинацій як інструменту регіонального розвитку набувають особливого значення в умовах глобалізації та зростаючої конкуренції між територіями [52].

Зміст туристичних дестинацій охоплює їх унікальні природні, культурні та історичні ресурси, які формують їхню привабливість для туристів. Також це включає інфраструктуру, якість послуг, доступність і здатність дестинації задовольняти потреби різних категорій туристів. Значення туристичних дестинацій для територій визначається їхнім впливом на економіку, соціальну сферу та екологію, оскільки вони є важливим джерелом інвестицій, засобом покращення міжнародного іміджу регіону та платформою для зміцнення місцевих культурних традицій.

Таким чином, туристичні дестинації є потужним механізмом розвитку територій, що дозволяє регіонам використовувати свій потенціал для забезпечення сталого розвитку. Їх правильне планування і просування сприяють не лише підвищенню економічної ефективності, але й створенню гармонійного середовища для взаємодії між туристами та місцевими громадами. Аналіз змісту та значення туристичних дестинацій відкриває нові можливості для розвитку регіонів в умовах сучасних викликів і змін.

Наукові підходи до визначення змістовного наповнення дефініції «туристична дестинація» є ключовими для розуміння, управління та розвитку туристичних територій. Вони дозволяють комплексно аналізувати дестинацію, враховуючи її просторові, економічні, соціокультурні, екологічні та управлінські аспекти. Такий підхід забезпечує розробку ефективних стратегій сталого розвитку, збереження унікальних ресурсів та підвищення конкурентоспроможності на глобальному туристичному ринку. Різноманіття підходів сприяє інтеграції інтересів місцевих громад, туристів і бізнесу, що важливо для створення позитивного туристичного досвіду та підтримки економічного зростання регіонів. Наукові підходи до змістовного наповнення дефініції «туристична дестинація» представлено в таблиці 1.1

Таблиця 1.1 – Наукові підходи до
змістовного наповнення дефініції «туристична дестинація»

Підхід	Ключові аспекти
1	2
Географічний	Туристична дестинація як просторово обмежена територія з унікальними природними, культурними чи історичними ресурсами, що приваблює туристів.
Економічний	Дестинація розглядається як економічний суб'єкт, який створює прибуток за рахунок туристичної діяльності, пропонуючи послуги та товари.
Соціокультурний	Взаємодія місцевих жителів та туристів у рамках дестинації, що формує унікальний культурний досвід та автентичність.
Маркетинговий	Дестинація як бренд або продукт, що продається на туристичному ринку; акцент на іміджі, привабливості та конкурентоспроможності.
Системний	Розгляд дестинації як системи, що включає ресурси, інфраструктуру, управління, туристів та інші зацікавлені сторони.
Екологічний	Підхід орієнтований на стійкий розвиток дестинації, збереження природних ресурсів та мінімізацію впливу туризму на довкілля.
Інноваційний	Орієнтація на використання новітніх технологій, цифрових платформ та інновацій для покращення туристичного досвіду у дестинаціях.
Управлінський	Фокус на управлінні туристичною дестинацією через планування, стратегічний розвиток і залучення місцевих зацікавлених сторін.

Складено на основі [19, 22, 24, 25, 52, 57, 64].

Географічний підхід акцентує увагу на просторовій обмеженості дестинації та її унікальних природних, культурних і історичних ресурсах, які є ключовими для залучення туристів. Економічний підхід розглядає дестинацію як суб'єкт економічної діяльності, спрямованої на отримання прибутку через розвиток туристичних послуг та інфраструктури. Соціокультурний підхід висвітлює роль взаємодії між місцевими жителями та туристами, формуючи автентичний культурний досвід, який посилює привабливість дестинації. Маркетинговий підхід акцентує на створенні бренду дестинації, що підвищує її конкурентоспроможність на туристичному ринку [36]. Системний підхід дозволяє бачити дестинацію як інтегровану систему, що включає ресурси, інфраструктуру, туристів та управлінські процеси.

Вплив туристичних дестинацій на розвиток територій (табл. 1.2) має важливе значення, оскільки вони стають каталізаторами економічного, соціокультурного, екологічного та інфраструктурного прогресу.

Таблиця 1.2 – Вплив туристичних дестинацій на розвиток територій

Сфера впливу	Основні ефекти	Приклади впливу
1	2	3
Економічна	Стимулювання економічного зростання, створення робочих місць, залучення інвестицій, зростання доходів.	Підвищення прибутковості малого та середнього бізнесу, розвиток сфери послуг, залучення іноземних туристів.
Соціо-культурна	Збереження і промоція культурної спадщини, активізація локальних спільнот, підвищення якості життя.	Проведення фестивалів, розвиток локальних ремесел, зміцнення місцевої ідентичності.
Екологічна	Стимулювання екологічної свідомості, захист природних ресурсів, розвиток сталого туризму.	Створення заповідників, використання екологічно чистих технологій у туризмі.
Інфра-структурна	Розвиток туристичної інфраструктури, підвищення рівня благоустрою територій.	Будівництво аеропортів, доріг, покращення громадського транспорту та комунальних послуг.
Іміджева	Формування позитивного іміджу регіону, підвищення туристичної привабливості на національному та міжнародному рівнях.	Просування туристичних брендів, залучення міжнародних заходів, покращення репутації території.
Демографічна	Стимулювання міграції населення, залучення молоді, покращення демографічної ситуації через нові можливості.	Зростання зайнятості, створення умов для комфортного проживання місцевого населення.
Інноваційна	Впровадження сучасних технологій у туристичну сферу, стимулювання інноваційного розвитку регіонів.	Використання цифрових платформ, створення «розумних» туристичних дестинацій, інтеграція VR/AR.
Політична	Зміцнення міжнародних відносин, формування партнерств між регіонами, розвиток дипломатичних зв'язків.	Організація міжнародних конференцій, залучення інвесторів та партнерів через культурний туризм.

Складено на основі [19, 22, 24, 25, 52, 57, 64].

Розвиток дестинацій сприяє залученню інвестицій, створенню нових робочих місць, покращенню життєвого рівня місцевих громад і збереженню культурної спадщини. Дестинації забезпечують сталий розвиток територій через впровадження екологічних ініціатив і сучасних технологій, формують позитивний імідж регіону на міжнародній арені. Туристичні дестинації також сприяють соціальній згуртованості, створюючи умови для активної участі місцевих громад у формуванні туристичного продукту, що посилює їхню ідентичність та впевненість у майбутньому. У економічній сфері туристичні дестинації стимулюють зростання доходів, створення нових робочих місць і залучення інвестицій, сприяючи розвитку малого і середнього бізнесу та

залученню туристів з різних країн. У соціокультурній сфері дестинації підтримують збереження культурної спадщини, сприяють активізації місцевих спільнот і популяризації локальних традицій, що покращує якість життя мешканців. У екологічній сфері дестинації сприяють розвитку екологічно сталого туризму, збереженню природних ресурсів і впровадженню екологічних ініціатив, таких як створення заповідників або використання екологічних технологій [21]. Інфраструктурний розвиток також значно залежить від туризму, оскільки зростання туристичних потоків стимулює будівництво доріг, готелів, покращення транспортної та комунікаційної інфраструктури.

У іміджевій сфері туристичні дестинації формують позитивний образ регіону на міжнародному рівні, підвищують його туристичну привабливість і залучають увагу до місцевих особливостей. Демографічні ефекти включають покращення умов для проживання місцевих мешканців, утримання молоді в регіоні та зменшення міграції. Інноваційні впливи виражаються у впровадженні сучасних технологій, розвитку цифрових платформ і створенні «розумних» туристичних просторів. Політичний вплив розкривається у зміцненні міжнародних відносин, партнерств і культурної дипломатії через розвиток туристичної діяльності.

Моделювання внутрішнього середовища дестинацій досліджували ряд вчених, які акцентували увагу на різних аспектах управління та розвитку. Наприклад, деякі дослідники зосереджувалися на оцінці ресурсного потенціалу дестинацій, включаючи природні, культурні, інфраструктурні та людські ресурси, які є базовими для їх конкурентоспроможності. Інші акцентували увагу на системному підході до управління, де внутрішнє середовище розглядається як сукупність елементів, що взаємодіють між собою, таких як інфраструктура, кадровий потенціал, рівень обслуговування та маркетингові стратегії [65]. Модель внутрішнього середовища дестинації за Басюк Д.І. представлено на рис. 1.1.

Супраструктура туризму:	Туристично-рекреаційні ресурси:	Туристична інфраструктура:	Соціальне середовище, управління, туристичний імідж:
Спеціалізовані заклади та підприємства; спорткомплекси та спортивні містечка; індустріальні підприємства (наприклад, виноградарсько-виноробного комплексу, ракетобудівного комплексу, шахти тощо); спеціалізовані торговельні організації; державні та відомчі установи; наукові центри; аукціони та ін.	Мальовничий ландшафт; сприятливий клімат; бальнеологічні ресурси; історико-культурні пам'ятки; біосоціальні ресурси; подієві ресурси.	туроператори; турагенти; менеджери продажу; гідів, екскурсіводи; комунальна інфраструктура; транспортне забезпечення; засоби розміщення; заклади ресторанного господарства; розваги і атракції; сувеніри.	нормативно-правова підтримка розвитку туризму; кадрове забезпечення; ставлення місцевої громади; ліцензування; оподаткування; прикордонні та митні формальності; екологічний контроль; захист прав споживачів; органи контролю якості сировини та готової продукції; маркетингові комунікації.

Рисунок 1.1. Модель внутрішнього середовища дестинації

Складено на основі [20].

Туристичні дестинації мають важливе значення для розвитку територій, оскільки вони об'єднують природні, культурні та економічні ресурси, створюючи можливості для зростання локальної економіки, збереження спадщини та покращення добробуту місцевого населення. Їхній зміст, що включає унікальні характеристики, інфраструктуру та рівень послуг, визначає привабливість для туристів та конкурентоспроможність на світовому ринку. Завдяки розвитку дестинацій території отримують інвестиції, зростання доходів та посилення своєї ідентичності, що особливо важливо у глобалізованому світі.

Таким чином, туристичні дестинації є ефективним інструментом сталого розвитку територій, який забезпечує взаємодію між економічними, соціальними та екологічними аспектами. Їх правильне управління дозволяє максимально використовувати регіональні ресурси, сприяючи довгостроковому процвітання регіонів. Усвідомлення змісту та значення туристичних дестинацій є основою для формування стратегій, що орієнтовані на збалансований розвиток територій та розширення їхніх можливостей у сучасному конкурентному середовищі.

1.2. Інституційне забезпечення розвитку туристичних дестинацій.

Інституційне забезпечення розвитку туристичних дестинацій є важливим фактором, який визначає ефективність реалізації стратегій у сфері туризму. Сучасний туризм, як багатогалузевий сектор економіки, потребує чітко організованої системи управління, що охоплює як державні, так і приватні інституції. Зазначені структури відіграють вирішальну роль у створенні сприятливих умов для розвитку дестинацій, забезпеченні сталого використання ресурсів та підвищенні конкурентоспроможності регіонів. Інституційне забезпечення включає нормативно-правову базу, організаційні механізми, фінансову підтримку та міжнародне співробітництво. Від ефективності цих елементів залежить розвиток інфраструктури, збереження природної та культурної спадщини, а також забезпечення високої якості туристичних послуг. Особливу роль у цьому процесі відіграють національні та місцеві органи влади, туристичні асоціації, бізнес-структури та неурядові організації, які сприяють координації зусиль різних сторін. Інституційне забезпечення є основою сталого розвитку туристичних дестинацій, яке дозволяє ефективно використовувати наявний потенціал регіонів [45].

Інституційне забезпечення стратегічного управління туристичними дестинаціями є критично важливим для їх сталого розвитку та ефективного функціонування. Воно забезпечує скоординовану діяльність на міжнародному, національному, регіональному та місцевому рівнях, залучаючи різні зацікавлені сторони – уряд, бізнес, громадські організації та наукові установи. Завдяки такій інтеграції можна ефективно використовувати ресурси, залучати інвестиції, впроваджувати інновації та забезпечувати сталість розвитку. Інституції формують стратегії, сприяють розвитку інфраструктури, підтримують туристичний бізнес і створюють сприятливі умови для збереження культурної та природної спадщини, що є основою для підвищення конкурентоспроможності дестинацій на глобальному ринку та забезпечення позитивного впливу на місцеві громади.

Таблиця 1.3 – Інституційне забезпечення розвитку туристичних дестинацій

Рівень	Інституції/Організації	Основні функції	Приклади
1	2	3	4
Міжнародний	Всесвітня туристична організація (UNWTO), ЮНЕСКО, Світовий банк	Розробка глобальних стандартів, підтримка міжнародної співпраці, фінансування проектів.	Програми ЮНЕСКО з охорони культурної спадщини, ініціативи UNWTO зі сталого розвитку туризму.
Національний	Міністерства туризму, національні агентства з туризму	Формування національної туристичної політики, стратегічне планування, підтримка національних дестинацій.	Міністерство туризму Франції, Державне агентство розвитку туризму України.
Регіональний	Регіональні управління, департаменти туризму	Координація розвитку туристичних дестинацій у регіоні, залучення інвесторів, розробка регіональних стратегій.	Управління туризму Закарпатської області, Туристична агенція Каталонії.
Місцевий	Місцеві органи влади, комунальні підприємства, місцеві туристичні асоціації	Розвиток туристичної інфраструктури, підтримка малого та середнього бізнесу, популяризація локальних атракцій.	Управління туризму Львівської міської ради, місцеві об'єднання готельєрів та рестораторів.
Громадський	Некомерційні організації, асоціації туристичних операторів, ініціативні групи	Сприяння розвитку сталого туризму, лобювання інтересів громад, організація подій та фестивалів.	Глобальна рада сталого туризму (GSTC), Асоціація індустрії гостинності України.
Приватний	Готельні мережі, туристичні компанії, інвестори	Інвестування у розвиток інфраструктури, створення робочих місць, формування конкурентних туристичних продуктів.	Marriott International, TUI Group, місцеві туристичні компанії.
Науково-освітній	Університети, дослідницькі інститути, навчальні центри	Проведення досліджень, підготовка кадрів, розробка нових підходів до управління туристичними дестинаціями.	Інститут туризму та рекреації, дослідницькі центри сталого туризму.
Міжсекторальний	Партнерства між владою, бізнесом та громадськими організаціями	Реалізація комплексних стратегій, інтеграція інтересів різних сторін для досягнення сталого розвитку дестинацій.	Публічно-приватне партнерство у сфері туризму (PPP), кластери туристичного розвитку.

Складено на основі [19, 22, 24, 25, 52, 57, 64].

Визначений багаторівневий підхід до інституційного забезпечення стратегічного управління туристичними дестинаціями, починаючи з міжнародного рівня, де ключову роль відіграють організації, такі як UNWTO та

ЮНЕСКО. Вони забезпечують розробку глобальних стандартів і сприяють міжнародній співпраці. На національному рівні інституції, як-от міністерства туризму, формують політику розвитку галузі та підтримують національні дестинації через стратегічне планування й законодавчі ініціативи [14].

На регіональному рівні управління зосереджується на адаптації національних стратегій до особливостей конкретного регіону, залученні інвесторів і розробці регіональних програм. Місцевий рівень акцентує увагу на розвитку туристичної інфраструктури, підтримці малого та середнього бізнесу, популяризації локальних ресурсів і залученні громади до туристичних ініціатив. Громадські організації та некомерційні асоціації відіграють важливу роль у розвитку сталого туризму, організації подій та лобюванні інтересів місцевих спільнот.

У приватному секторі інституції, як-от готельні мережі та туристичні компанії, інвестують у розвиток інфраструктури, створюють робочі місця й формують конкурентоспроможний туристичний продукт. Науково-освітні установи забезпечують підготовку кадрів, досліджують нові тенденції та розробляють сучасні управлінські підходи [9]. Міжсекторальний рівень об'єднує владу, бізнес і громадськість для реалізації комплексних стратегій, що забезпечують сталий розвиток туристичних дестинацій через синергію ресурсів та інтересів.

Нормативно-правове забезпечення розвитку туристичних дестинацій в Україні є ключовим елементом для створення сприятливих умов функціонування туристичної галузі. Воно визначає правові основи, регулює діяльність суб'єктів туризму, забезпечує збереження природних і культурних ресурсів, а також сприяє залученню інвестицій у розвиток інфраструктури. Завдяки комплексності нормативно-правової бази, яка включає закони, постанови, міжнародні угоди та регіональні програми, створюється правове поле для ефективного управління дестинаціями, їхнього сталого розвитку та інтеграції у світовий туристичний ринок [33]. Такий підхід сприяє розвитку

економіки, покращенню якості послуг, захисту прав туристів і збереженню національної спадщини.

Таблиця 1.4 – Нормативно-правове забезпечення розвитку туристичних дестинацій в Україні

Рівень	Нормативно-правові акти	Основні положення та функції
1	2	3
Законодавчий	Конституція України	Гарантує право громадян на свободу пересування, відпочинок, охорону культурної та природної спадщини.
	Закон України «Про туризм» (1995, з наступними змінами)	Визначає правові основи туризму, регулює діяльність суб'єктів туристичної галузі, стимулює розвиток туристичних дестинацій.
Екологічний	Закон України «Про охорону навколишнього природного середовища» (1991)	Регулює збереження природних ресурсів, екологічну безпеку, забезпечує сталий розвиток екологічного туризму.
Культурний	Закон України «Про охорону культурної спадщини» (2000)	Захищає культурні пам'ятки, підтримує розвиток туризму на основі історичних і культурних ресурсів.
Адміністративний	Кодекс адміністративного судочинства України	Встановлює правові механізми вирішення спорів у сфері туризму та захисту прав суб'єктів туристичної діяльності.
Регіональний	Постанови та розпорядження обласних та місцевих рад	Регулюють розвиток туристичних дестинацій на місцевому рівні, затверджують регіональні програми розвитку туризму.
Інвестиційний	Закон України «Про інвестиційну діяльність» (1991)	Стимулює залучення інвестицій у розвиток туристичної інфраструктури та дестинацій.
Міжнародний	Угоди з міжнародними організаціями (UNWTO, ЮНЕСКО, ЄС)	Сприяють інтеграції України в міжнародний туристичний ринок, залученню грантів і технічної допомоги для розвитку туризму.
Податковий	Податковий кодекс України	Регулює оподаткування у сфері туризму, створює умови для стимулювання бізнесу в галузі туристичних послуг.
Санітарний і безпековий	Закон України «Про забезпечення санітарного та епідемічного благополуччя населення» (1994)	Встановлює вимоги до безпеки туристів, зокрема санітарно-гігієнічних стандартів у туристичній інфраструктурі.
Освітній	Закон України «Про освіту» (2017)	Регулює підготовку кваліфікованих кадрів для туристичної галузі, розвиток професійної освіти у сфері туризму.
Сектор підприємництва	Закон України «Про розвиток та державну підтримку малого і середнього підприємництва»	Підтримує діяльність малого та середнього бізнесу, що працює в туристичній індустрії.

Складено на основі [19, 22, 24, 25, 52, 57, 64].

Нормативно-правове забезпечення розвитку туристичних дестинацій в Україні, демонструє комплексність та багаторівневність. На законодавчому рівні закріплюються базові права громадян, зокрема свобода пересування та доступ до природних і культурних ресурсів. Закон України «Про туризм» визначає основні принципи та механізми функціонування галузі, створюючи правову основу для розвитку дестинацій. Екологічні та культурні закони забезпечують збереження природної та культурної спадщини, стимулюючи розвиток сталого туризму.

Регіональні акти адаптують національну політику до специфіки місцевостей, сприяючи розвитку туристичних ініціатив на рівні громад. Інвестиційні положення, такі як Закон України «Про інвестиційну діяльність», спрямовані на залучення капіталу для розвитку інфраструктури та інновацій у туристичній сфері. Міжнародні угоди інтегрують Україну у світовий туристичний ринок, дозволяючи використовувати міжнародний досвід та ресурси [14].

Податкове та санітарне регулювання створюють сприятливі умови для ведення бізнесу в галузі туризму, забезпечуючи високі стандарти якості та безпеки для туристів. Освітні закони гарантують підготовку кваліфікованих фахівців, що сприяє професіоналізації галузі. Комплексний підхід до нормативно-правового забезпечення створює умови для сталого розвитку туристичних дестинацій, сприяючи їхній конкурентоспроможності та інтеграції в глобальний ринок.

Регулювання розвитку туристичних дестинацій є критично важливим для забезпечення їх сталого розвитку, збереження культурної та природної спадщини, а також підвищення конкурентоспроможності на туристичному ринку, що дозволяє уникати хаотичного зростання, яке може призвести до перенавантаження інфраструктури, деградації екосистем і зниження якості туристичного досвіду. Завдяки регулюванню створюються умови для гармонійної взаємодії між зацікавленими сторонами – місцевими громадами, бізнесом, туристами та урядами. Крім того, ефективна політика розвитку

сприяє залученню інвестицій, впровадженню інновацій та формуванню позитивного іміджу дестинацій на міжнародному рівні, забезпечуючи їх довгострокову привабливість і економічну стабільність [4]. Ієрархія регулювання розвитку туристичних дестинацій в Україні станом на 2024 рік систематизовано на рис. 1.2.

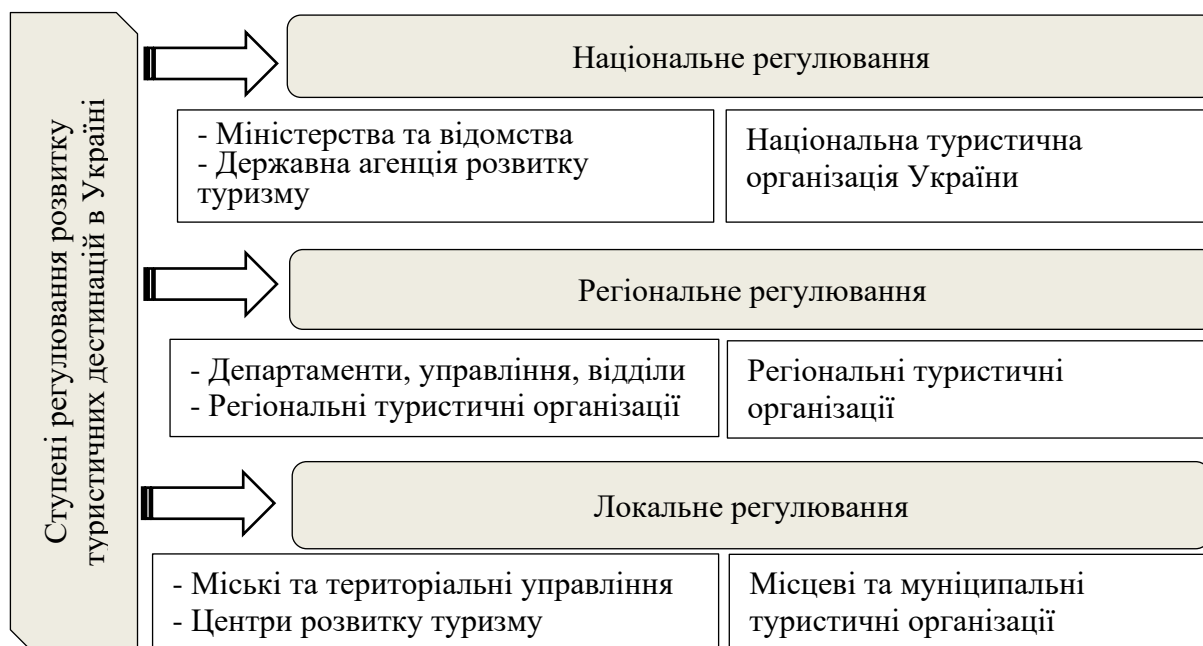


Рисунок 1.2. Ієрархія регулювання розвитку туристичних дестинацій в Україні (2024 рік)

Складено на основі [19, 22, 24, 25, 52, 57, 64].

Ієрархічна структура регулювання розвитку туристичних дестинацій в Україні охоплює три основні рівні: національний, регіональний і локальний. Кожен із цих рівнів відіграє важливу роль у формуванні та реалізації туристичної політики, взаємодіючи між собою для забезпечення ефективного управління.

Національний рівень включає такі органи, як Національна туристична організація України, Міністерства, відомства, а також Державну агенцію розвитку туризму. Їхня основна функція полягає у розробці загальнонаціональної політики, нормативно-правового забезпечення, стратегічного планування та підтримки розвитку туризму. Ці органи

забезпечують координацію з міжнародними партнерами, залучення інвестицій, а також реалізацію програм популяризації України на глобальному туристичному ринку [52].

На регіональному рівні відповідальність за розвиток туризму покладається на регіональні туристичні організації, які взаємодіють із департаментами, управліннями та відділами місцевих адміністрацій. Їхнє завдання – адаптація національної політики до специфіки регіону, створення регіональних програм розвитку туризму, а також забезпечення інтеграції регіональних туристичних продуктів у національні та міжнародні маршрути.

На локальному рівні функціонують місцеві та муніципальні туристичні організації, включаючи міські та територіальні управління, а також центри розвитку туризму. Їх основна функція – управління туризмом на рівні громад, створення туристичних продуктів, організація культурних подій і забезпечення взаємодії з місцевим бізнесом. Локальне регулювання зосереджується на популяризації місцевих дестинацій, забезпеченні туристичної інфраструктури та підтримці малих і середніх підприємств у сфері туризму.

Таким чином, трирівнева система регулювання розвитку туристичних дестинацій в Україні, яка включає національний, регіональний та локальний рівні. Національний рівень забезпечує розробку стратегій, нормативно-правове регулювання та міжнародну співпрацю. Регіональний рівень адаптує національні програми до специфіки регіонів, створює туристичні продукти та інтегрує їх у міжнародні маршрути. Локальний рівень займається практичною реалізацією ініціатив, популяризацією місцевих дестинацій, розвитком інфраструктури та підтримкою громад. Взаємодія між цими рівнями забезпечує ефективне управління, спрямоване на сталий розвиток туризму в Україні. Інституційне забезпечення розвитку туристичних дестинацій створює основу для ефективного управління, координації зусиль і реалізації стратегічних цілей.

1.3. Світовий досвід розвитку туристичних destinations

Світовий досвід розвитку туристичних destinations надає цінні уроки щодо формування успішних стратегій у сфері туризму. У різних країнах накопичено багатий арсенал практик, які демонструють, як ефективно використовувати природні, культурні та економічні ресурси для створення конкурентоспроможних destinations. Вивчення цього досвіду дозволяє адаптувати найкращі рішення до локальних умов, сприяючи розвитку регіонів і підвищенню їх привабливості для туристів [51].

Успішні приклади світових туристичних destinations, таких як Франція, Іспанія чи Таїланд, свідчать про значення комплексного підходу до управління та маркетингу. Основним факторами є інвестиції в інфраструктуру, впровадження сучасних технологій, підтримка сталого розвитку та врахування інтересів місцевих громад. Ці країни демонструють, як інтеграція інновацій, розвиток партнерств між державними та приватними структурами, а також збереження культурної і природної спадщини можуть створити потужну основу для довгострокового успіху. Аналіз світового досвіду розвитку туристичних destinations є важливим інструментом для створення ефективних стратегій у різних регіонах, що дозволяє уникати типових помилок, які були зроблені іншими, і в той же час використовувати перевірені підходи для досягнення сталого розвитку. Застосування світових практик сприяє підвищенню конкурентоспроможності destinations, забезпеченню економічного зростання та зміцненню позитивного іміджу на міжнародній арені. Світові тренди розвитку туристичних destinations мають вирішальне значення для адаптації індустрії туризму до сучасних викликів та очікувань туристів. Впровадження інноваційних підходів, таких як цифровізація, смарт-технології, персоналізація послуг та акцент на безпеку, дозволяє destinations залишатися конкурентоспроможними в умовах глобалізації. Одночасно з цим, сталий туризм і розвиток маловідомих локацій сприяють збереженню природних і культурних ресурсів та зменшенню туристичного навантаження на популярні

місця [23]. Такі тренди, як медичний туризм, експериментальний відпочинок і активне використання соціальних медіа, допомагають DESTINAЦІЯМ диверсифікувати свої пропозиції, залучати нові сегменти туристів і створювати унікальний досвід. Впровадження трендів забезпечує сталість, інноваційність та розвиток туристичних DESTINAЦІЙ у глобальному середовищі. Світові тренди розвитку туристичних DESTINAЦІЙ систематизовано в таблиці 1.5.

Таблиця 1.5 – Світові тренди розвитку туристичних DESTINAЦІЙ

Тренд	Суть	Приклади реалізації
1	2	3
Сталий туризм	Орієнтація на екологічність, збереження ресурсів та мінімізацію впливу на довкілля.	Впровадження «зелених» сертифікацій для готелів, розвиток екотуризму в Скандинавії.
Цифровізація	Використання цифрових платформ, додатків та технологій у.	Мобільні додатки для подорожей, VR-тури, автоматизація бронювання (Airbnb, Booking.com).
Індивідуалізація послуг	Пропозиція персоналізованих турів для туристів.	Авторські тури, приватні гіді, індивідуальні програми відпочинку.
Культурна автентичність	Висвітлення місцевої культури, традицій та гастрономії.	Фестивалі локальної кухні в Італії, етнографічні тури в Південній Африці.
Медичний та оздоровчий туризм	Фокус на здоров'ї, реабілітації та спа-процедурах.	Санаторії Карлових Вар, спа-курорти Таїланду, медичний туризм у Туреччині.
Розвиток смарт-DESTINAЦІЙ	Використання технологій «розумного міста» для підвищення комфорту туристів.	Wi-Fi у туристичних зонах, інтерактивні карти, автоматизовані інформаційні центри (Барселона, Сінгапур).
Акцент на безпеку	Забезпечення фізичної, санітарної та кібербезпеки для туристів.	COVID-19 протоколи у готелях, страхування подорожей, безпечні цифрові платформи.
Відновлення після пандемії	Стимулювання подорожей через акції, субсидії та інші інструменти для відновлення туризму.	Туристичні ваучери в Європі, акції на авіаквитки, субсидовані подорожі в Японії.
Розвиток маловідомих локацій	Перенаправлення туристів з популярних місць до нових і менш завантажених локацій.	Кампанії з просування малих міст і сіл у Франції, проекти «Відкрий Україну» для внутрішнього туризму.
Гейміфікація у туризмі	Впровадження ігрових елементів для залучення туристів.	Туристичні квести, AR-додатки для вивчення історичних місць (Pokemon Go для туризму, iTourist).
Експериментальний туризм	Створення унікальних, нестандартних вражень для туристів.	Ночівлі у бульбашках в Ісландії, тематичні тури на зразок «Вино і шоколад» у Франції.
Розвиток роботи з соціальними медіа	Використання соцмереж для просування DESTINAЦІЙ та залучення нових туристів.	Партнерство з travel-блогерами, створення вірусного контенту для TikTok чи Instagram.

Складено на основі [19, 22, 24, 25, 52, 57, 64].

Світові тренди впливають на розвиток туристичних дестинацій та демонструють їхній вплив на туристичний ринок. Сталий туризм є однією з центральних тенденцій, яка орієнтується на екологічність і збереження ресурсів, допомагаючи дестинаціям залишатися привабливими для майбутніх поколінь. Цифровізація змінює підхід до взаємодії з туристами, пропонуючи зручність через мобільні додатки, VR-тури та автоматизовані платформи. Індивідуалізація послуг дозволяє туристам отримувати унікальні та персоналізовані враження, що стають дедалі популярнішими.

Акцент на культурній автентичності сприяє збереженню місцевих традицій та популяризації культурного туризму, тоді як медичний і оздоровчий туризм задовольняють зростаючу потребу в туризмі, орієнтованому на здоров'я. Смарт-дестинації, які впроваджують новітні технології, такі як інтерактивні карти та автоматизовані сервіси, покращують туристичний досвід. Безпека стала пріоритетом у після пандемічному світі, забезпечуючи комфорт і довіру мандрівників [48].

Тенденція до відновлення після пандемії стимулює попит на подорожі через акції та підтримку урядів, а розвиток маловідомих локацій сприяє рівномірному розподілу туристичних потоків. Гейміфікація додає ігрові елементи до туристичного досвіду, роблячи його більш захопливим, тоді як експериментальний туризм пропонує нестандартні враження, що задовольняють попит на нові відчуття. Нарешті, активне використання соціальних медіа стало важливим інструментом просування дестинацій, залучаючи молодіжну аудиторію через вірусний контент та партнерство з блогерами. Зазначені тренди формують сучасний туристичний ландшафт, сприяючи сталому розвитку і конкурентоспроможності дестинацій [63].

Досвід зарубіжних країн у розвитку туристичних дестинацій є надзвичайно важливим для удосконалення індустрії туризму в інших регіонах, включаючи Україну. Такий досвід дозволяє перейняти найкращі практики, адаптувати інноваційні рішення та уникнути поширених помилок. Світовий досвід розвитку туристичних дестинацій систематизовано в таблиці 1.6.

Світовий досвід розвитку туристичних дестинацій

Країна	Основні практики	Результати	Приклади
1	2	3	4
Іспанія	Розвиток смарт-дестинацій, впровадження цифрових рішень для туристів.	Підвищення туристичного потоку, зручність для відвідувачів, збереження ресурсів.	Барселона: мобільні додатки, інтерактивні карти, Wi-Fi у туристичних зонах.
Франція	Підтримка культурного туризму через збереження спадщини та організацію культурних заходів.	Лідерство у світовому туризмі, збереження культурної спадщини.	Лувр, фестивалі у Провансі, розвинена мережа музеїв.
Італія	Акцент на гастрономічному туризмі, популяризація локальної кухні та вин.	Привернення уваги до регіональних продуктів, збільшення туристичних потоків у провінції.	Тоскана: гастрономічні тури, винні маршрути.
ОАЕ	Створення унікальної інфраструктури для розкішного та ділового туризму.	Залучення туристів преміум-класу, розвиток ділового туризму.	Дубай: Бурдж Халіфа, штучні острови, міжнародні виставки.
США	Використання національних парків для розвитку екотуризму.	Сталий розвиток туризму, популяризація природних ресурсів.	Гранд-Каньйон, Єллоустоун.
Норвегія	Розвиток сталого туризму, екологічні ініціативи, підтримка локальних громад.	Збереження природних ресурсів, інтеграція місцевих громад до туристичної діяльності.	Екотуризм у фіордах, енергозберігаючі готелі.
Японія	Інтеграція традицій та сучасних технологій для створення унікального досвіду.	Баланс між автентичністю та інноваціями, підвищення туристичної привабливості.	Кіото: традиційна культура, VR-додатки для екскурсій.
Нова Зеландія	Просування активного туризму, фокус на пригодах і природних ресурсах.	Приваблення активних туристів, популяризація унікальної природи.	Туризм у національних парках, екстремальні види спорту.
Швейцарія	Розвиток гірськолижного туризму та інфраструктури для активного відпочинку.	Залучення туристів у зимовий період, розвиток курортів світового рівня.	Курорти Церматт, Давос.
Індія	Розвиток духовного та медичного туризму, популяризація аюрведичних практик.	Залучення туристів, які шукають духовного досвіду, підвищення доходів регіонів.	Керала: аюрведичні центри, ретрит-тури.
Австралія	Використання природних пам'яток для розвитку туризму та залучення міжнародних туристів.	Підвищення популярності країни серед туристів, збереження унікальних ландшафтів.	Великий Бар'єрний риф, Улуру.
Китай	Інвестування в інфраструктуру та просування внутрішнього туризму.	Зростання внутрішніх і міжнародних туристичних потоків, економічний розвиток регіонів.	Велика Китайська стіна, тематичні парки (Діснейленд у Шанхаї).

Наприклад, Іспанія, наприклад, стала лідером у впровадженні цифрових рішень, створюючи смарт-дестинації, які забезпечують туристам зручність та інтерактивний досвід. Франція успішно розвиває культурний туризм, фокусуючись на збереженні спадщини та організації масштабних культурних заходів, що закріплюють її позиції серед найвідвідуваніших країн світу.

Італія активно популяризує гастрономічний туризм, привертаючи увагу до локальних продуктів і традиційної кухні, що сприяє розвитку провінцій. ОАЕ, своєю чергою, роблять акцент на розкішному та діловому туризмі, інвестуючи у створення унікальної інфраструктури, яка приваблює туристів преміум-класу. США виділяються ефективним використанням національних парків для розвитку екотуризму, що дозволяє їм зберігати природні ресурси та залучати туристів, які цінують природу.

Норвегія і Нова Зеландія акцентують увагу на сталому розвитку, впроваджуючи екологічні ініціативи та підтримуючи локальні громади. У Японії інтеграція традицій та сучасних технологій створює унікальний баланс, який приваблює туристів, зацікавлених як у культурі, так і в інноваціях. Австралія та Китай роблять ставку на розвиток природних пам'яток та інфраструктури, що підвищує популярність їхніх дестинацій серед міжнародних туристів. Цей різноплановий підхід до розвитку дестинацій дозволяє країнам адаптувати стратегії до своїх ресурсів і можливостей, створюючи конкурентні переваги.

Застосування світових практик сприяє підвищенню конкурентоспроможності туристичних дестинацій, розвитку локальної економіки та створенню позитивного іміджу регіонів на міжнародній арені. Успішні приклади країн, які досягли значних результатів у цій сфері, свідчать про важливість комплексного підходу, що охоплює інвестиції в інфраструктуру, впровадження інноваційних технологій, сталий розвиток та активну взаємодію між зацікавленими сторонами. Вивчення цього досвіду дозволяє адаптувати перевірені стратегії до місцевих умов, мінімізувати ризики та прискорити реалізацію ефективних рішень.

РОЗДІЛ 2. АНАЛІЗ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ

2.1. Методика дослідження розвитку туристичних дестинацій

Розвиток туристичних дестинацій є одним із важливих аспектів у сучасному туризмі, оскільки він забезпечує не лише економічне зростання, а й соціальний та культурний прогрес регіонів. Туризм став потужним двигуном економіки багатьох країн, адже він сприяє створенню робочих місць, розвитку інфраструктури та підвищенню рівня життя місцевих громад. Розвиток туристичних дестинацій вимагає комплексного підходу, що включає ефективне управління природними ресурсами, інвестиції в інфраструктуру та відповідальний маркетинг. Важливими елементами успішного розвитку туристичних дестинацій є залучення інвестицій, розвиток транспортної та соціальної інфраструктури, а також створення привабливих туристичних продуктів, які відповідають потребам сучасних мандрівників. Важливою складовою є збереження культурної та природної спадщини, що допомагає підтримувати унікальність кожної дестинації. Успіх розвитку туристичних дестинацій залежить також від співпраці між державними органами, місцевими громадами та бізнесом. Розвиток туристичних дестинацій є багатограним і динамічним процесом, який потребує узгоджених дій на різних рівнях управління [5]. Він вимагає врахування різноманітних факторів, таких як екологічна сталість, соціальні інтереси та економічні можливості. Правильне стратегічне планування і ефективне управління дозволяють не лише покращити привабливість регіону, а й забезпечити сталий розвиток туристичних напрямків у довгостроковій перспективі.

Методика дослідження розвитку туристичних дестинацій є важливим інструментом для вивчення та аналізу факторів, що впливають на ефективність функціонування туристичних регіонів. Вона включає в себе комплекс підходів і методів, що дозволяють оцінити як природні, так і соціально-економічні ресурси, інфраструктуру, маркетингові стратегії та рівень управлінського потенціалу. Застосування відповідних методів дослідження дає змогу не лише

зрозуміти існуючі проблеми, а й розробити рекомендації для оптимізації процесу розвитку туристичних дестинацій [34]. Методика дослідження розвитку туристичних дестинацій представлена на рис. 2.1.



Рисунок 2.1. Методика дослідження розвитку стратегічного управління туристичних дестинацій [13]

Методика дослідження розвитку туристичних дестинацій є важливим інструментом для комплексного аналізу факторів, що впливають на ефективність і конкурентоспроможність туристичних регіонів. Використання різноманітних методів, таких як статистичний аналіз, соціологічні опитування та SWOT-аналіз, дозволяє глибше зрозуміти сильні та слабкі сторони дестинацій, а також виявити можливості для їхнього сталого розвитку. Це дає

змогу розробити практичні рекомендації для покращення інфраструктури, маркетингових стратегій та загального управління туристичними напрямками.

Удосконалення методик дослідження розвитку туристичних дестинацій сприяє більш точному прогнозуванню майбутніх тенденцій та потреб туристичного ринку. Оскільки туризм є динамічною галуззю, що постійно змінюється, необхідність у таких дослідженнях тільки зростає. Вони стають основою для прийняття обґрунтованих рішень, які можуть забезпечити сталий розвиток туристичних дестинацій і підвищити їх привабливість на міжнародному ринку [26].

Основними методами дослідження є аналіз статистичних даних, порівняльний аналіз, соціологічні опитування, а також експертні оцінки, які допомагають виявити сильні та слабкі сторони туристичних регіонів. Окрім того, важливими є методи SWOT-аналізу, які дозволяють виявити можливості та загрози для розвитку дестинації, а також методи економічного аналізу для оцінки фінансової ефективності та вигідності інвестицій. Всі ці методи допомагають отримати комплексну картину і виробити стратегічні рекомендації для розвитку туристичних напрямків.

Застосування методики дослідження розвитку туристичних дестинацій дозволяє не тільки оцінити поточний стан, але й прогнозувати майбутні тенденції індустрії туризму. Дослідження розвитку туристичних дестинацій є важливим інструментом для аналізу їхнього потенціалу, визначення ключових проблем і формування ефективних стратегій управління. Вона базується на системному підході, що враховує взаємодію внутрішніх і зовнішніх факторів, таких як економічні, соціокультурні, екологічні та інфраструктурні аспекти. Використання комплексних методів, дозволяє отримати всебічну картину стану дестинації та перспектив її розвитку. Такий підхід сприяє прийняттю обґрунтованих управлінських рішень, підвищенню ефективності використання ресурсів і забезпеченню сталого розвитку туристичних дестинацій.

2.2. Аналіз стану та перспектив розвитку туристичних destinations України

Україна володіє значним потенціалом для розвитку індустрії туризму завдяки своїм унікальним природним ландшафтам, багатій культурно-історичній спадщині, численним курортним зонам та архітектурним пам'яткам. Однак, незважаючи на наявність таких переваг, індустрія туризму стикається з певними проблемами, зокрема, військове вторгнення росії в Україну, руйнування та зношеність туристичної інфраструктури, економічна та соціальна криза, недостатня згуртованість стейкхолдерів туризму, низький рівень сервісу, обмеження промоції та рекламою про туристичні можливості destinations на глобальному ринку [20].

Туристичні destinations України включають як популярні напрямки, такі як Київ, Львів, Одеса, Карпати, так і менше відомі, але перспективні регіони, що мають величезний потенціал для розвитку. Проте для повноцінного використання цього потенціалу необхідні системні зміни, зокрема, поліпшення транспортної доступності, розвиток готельного та обслуговуючого секторів, а також підвищення рівня безпеки та комфортності для туристів. Важливим фактором є також посилення іміджевої роботи на міжнародному рівні та активне просування України як туристичної destinations.

Перспективи розвитку туристичних destinations України залежать від стратегічного підходу до управління індустрією туризму, що передбачає не лише модернізацію інфраструктури та залучення інвестицій, але й розвиток нових видів туризму, таких як екологічний, гастрономічний, медичний та культурний [3]. Крім того, важливими є ініціативи з підтримки сталого туризму, що дозволяють зберігати природні ресурси та культурну спадщину. Оскільки туризм може стати важливим драйвером економічного зростання, для України відкриваються значні можливості, якщо будуть ефективно використані як внутрішні, так і міжнародні ресурси.

Структура загальних втрат економіки України, з урахуванням потреби у відновленні представлено на рис. 2.2.

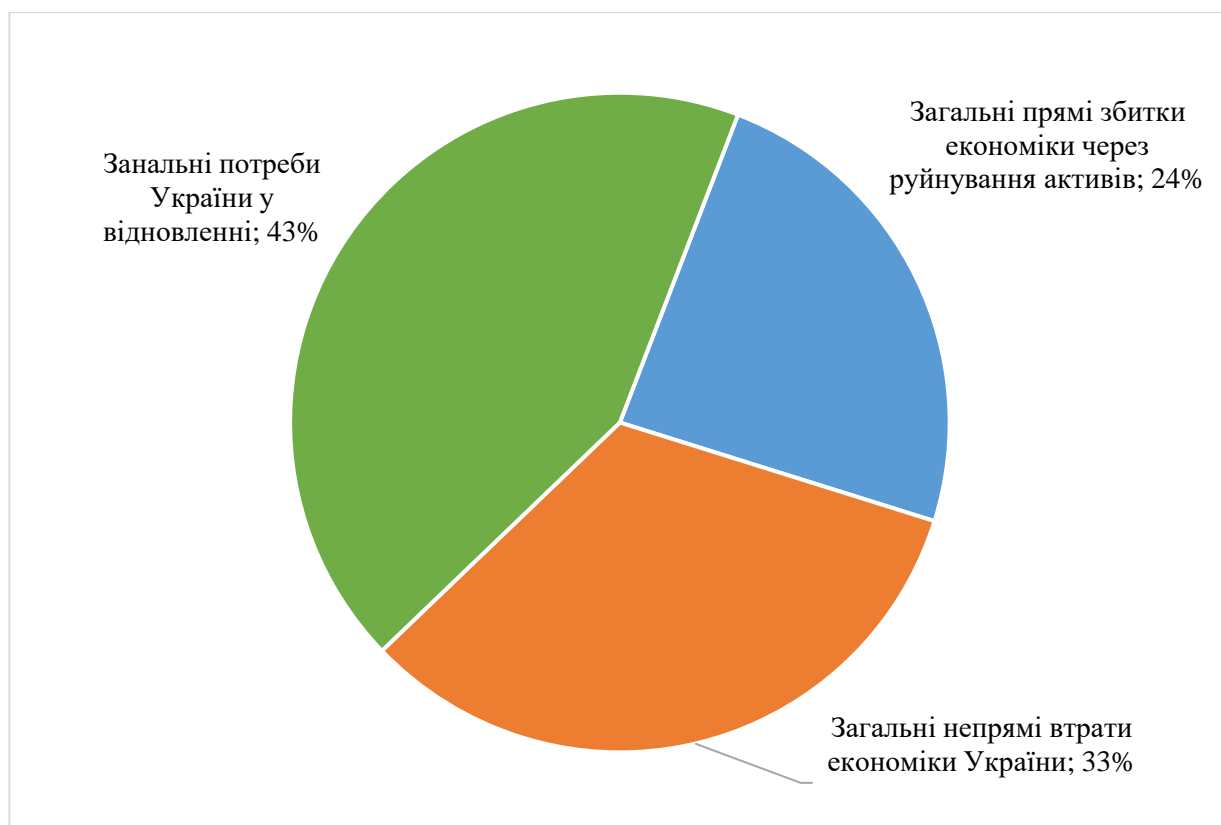


Рисунок 2.2. Структура загальних втрат економіки України, з урахуванням потреби у відновленні (станом на початок 2023 року) [36, 49, 56]

Для аналізу стану та перспектив розвитку досліджуваних процесів України скористаємось типологією туристичних дестинацій сформованою Матвійчук Л.Ю., яка розділяє їх на придатні, умовно придатні та тимчасово непридатні для туристичного використання. Наведемо приклади таких дестинацій в таблиці 2.1.

Збережені та придатні до використання туристичні дестинації України відіграють важливу роль у розвитку індустрії туризму, сприяючи популяризації культурної спадщини, природних багатств та історичних пам'яток. Вони є основою для залучення внутрішніх і міжнародних туристів, створення нових робочих місць, стимулювання регіонального розвитку та збереження унікальних ресурсів. Різноманітність дестинацій дозволяє розвивати широкий спектр видів туризму – від історичного та культурного до екологічного та

активного, що не лише забезпечує економічний ефект, але й сприяє формуванню позитивного іміджу України на міжнародній арені, укріплюючи її позиції як привабливого туристичного напрямку.

Таблиця 2.1 – Приклади придатних, умовно придатних та тимчасово непридатних для використання туристичних дестинацій України

Туристична дестинація	Локація	Основні ресурси	Види туризму
1	2	3	4
Придатні для використання туристичні дестинації			
Львівський історичний центр	м. Львів	Середньовічна архітектура, унікальна атмосфера, гастрономічні традиції.	Культурний, гастрономічний, екскурсійний
Буковель	Івано-Франківська область	Гірськолижний курорт, сучасна інфраструктура, мальовничі Карпати.	Спортивний, рекреаційний, екологічний
Умовно придатні для використання туристичні дестинації			
Чорнобильська зона відчуження	Київська область	Обмежений доступ, радіаційна небезпека, потреба в модернізації інфраструктури для туристів.	Популярність серед міжнародних туристів, інтерес до пост апокаліптичного туризму.
Бушанський історико-культурний заповідник	Вінницька область	Віддаленість від основних транспортних шляхів, слабка туристична інфраструктура.	Розвиток археологічного та культурного туризму.
Тимчасово непридатні для використання туристичні дестинації			
Арабатська Стрілка	Херсонська область	Тимчасова окупація, відсутність можливості відвідування.	Рекреаційний туризм, розвиток термальних джерел.
Соляні озера Сиваша	Херсонська область	Територія перебуває під окупацією, недоступність для туристів.	Розвиток рекреаційного та оздоровчого туризму.

Складено на основі власних досліджень.

В Україні існує значна кількість туристичних дестинацій, які поєднують історичні, природні та культурні ресурси, створюючи широкий спектр можливостей для розвитку туризму. Наприклад, Кам'янець-Подільська фортеця та Аккерманська фортеця є яскравими прикладами історичних пам'яток, що привертають увагу шанувальників культури та архітектури. Національний парк «Синевир» і Олешківські піски відображають природну різноманітність країни, сприяючи розвитку екотуризму та активного відпочинку. Львівський історичний центр та Софійський собор, включені до світової спадщини

ЮНЕСКО, представляють культурну унікальність та багату історію українських міст. Хортиця та Дністровський каньйон ілюструють поєднання природної краси та історичного значення, створюючи умови для екологічного, культурного та пригодницького туризму. Гірськолижний курорт Буковель є прикладом успішного використання природного потенціалу для розвитку сучасної туристичної інфраструктури, орієнтованої на спортивний і рекреаційний туризм. Унікальні destinations, такі як Асканія-Нова, забезпечують збереження біологічного різноманіття та сприяють розвитку наукового й освітнього туризму [62].

Умовно придатні до використання туристичні destinations України мають величезний потенціал для розвитку, який може сприяти економічному, культурному та соціальному піднесенню регіонів. Вони є носіями унікальної історичної, природної та культурної спадщини, яка за належної реставрації, модернізації інфраструктури та активної промоції може привабити значні туристичні потоки. Розвиток цих destinations дозволить урізноманітнити туристичний продукт країни, знизити навантаження на популярні місця та створити нові робочі місця в регіонах [41]. Окрім того, інтеграція таких об'єктів у туристичну інфраструктуру сприятиме збереженню їхньої унікальності та популяризації України як привабливого туристичного напрямку.

Ідентифікація недоступних або тимчасово непридатних до використання туристичних destinations України є важливим кроком для розуміння втрат та планування їхнього відновлення у майбутньому. Такі destinations не лише символізують культурну, природну та історичну спадщину країни, але й мають значний економічний і соціальний потенціал. Відновлення таких об'єктів, як Свято-Успенська Святогірська Лавра, може стати інструментом консолідації суспільства, залучення туристів та підвищення міжнародного іміджу України. Інвестиції в їхнє відновлення після завершення військових дій та політичних конфліктів сприятимуть сталому розвитку регіонів, відродженню туристичної інфраструктури та збереженню національної спадщини для майбутніх поколінь.

В Україні щодня збільшується кількість туристичних дестинацій, які внаслідок військових дій, окупації або політичних обмежень стали недоступними або тимчасово непридатними до використання. Свято-Успенська Святогірська Лавра та Маріупольський театр зазнали значних руйнувань через військові дії, втративши можливість приймати туристів, але залишаються символами культурної та духовної спадщини України. Соляні озера Сиваша та Арабатська Стрілка, розташовані на окупованих територіях, мають значний потенціал для оздоровчого й рекреаційного туризму, але наразі недоступні.

Ластівчине гніздо та Карадазький заповідник у Криму демонструють втрату туристичного потоку через анексію півострова, але зберігають свою привабливість як об'єкти культурного та природного туризму. Індустріальні об'єкти, як Донбас Арена, також постраждали від бойових дій, але мають потенціал для відновлення як центри спортивних і культурних заходів. Північний Сиваш є прикладами унікальних природних і археологічних пам'яток, які ризикують бути втраченими без належного захисту. Відновлення цих дестинацій після вирішення безпекових і політичних проблем стане важливим кроком для відродження туристичної галузі України та збереження її спадщини [21].

Ідентифікація та взаємодія основних груп стейкхолдерів розвитку туристичних дестинацій є основою для їхнього успішного розвитку та сталості. Кожна група відіграє унікальну роль: державні та місцеві органи влади забезпечують регулювання й інфраструктурну підтримку, приватний сектор створює туристичні продукти та послуги, а громадські організації сприяють збереженню спадщини й автентичності. Участь місцевих громад гарантує інтеграцію їхніх інтересів, а туристи формують попит і забезпечують зворотний зв'язок для вдосконалення пропозицій. Наукові установи й міжнародні організації пропонують інноваційні стратегії, стандарти та фінансову підтримку. Завдяки узгодженій роботі стейкхолдерів створюються умови для ефективного управління, підвищення конкурентоспроможності дестинацій і

їхньої інтеграції в глобальний туристичний ринок. Основні групи стейкхолдерів розвитку туристичних дестинацій систематизовано в таблиці 2.2

Таблиця 2.2 – Основні групи стейкхолдерів розвитку туристичних дестинацій

Група стейкхолдерів	Роль у стратегічному управлінні	Приклади
1	2	3
Державні органи влади	Формування політики, регулювання та контроль, підтримка інфраструктури.	Міністерства туризму, місцеві адміністрації, національні агентства з туризму.
Місцеві органи влади	Розробка та реалізація регіональних програм розвитку туризму, управління дестинаціями.	Обласні, міські та районні ради, місцеві департаменти туризму.
Приватний сектор	Інвестування, створення туристичних продуктів, забезпечення послуг.	Готельні мережі, туристичні агентства, транспортні компанії.
Громадські організації	Просування сталого туризму, захист інтересів громади, організація культурних заходів.	Асоціації туризму, екологічні організації, культурні фонди.
Місцеві громади	Участь у формуванні автентичного досвіду для туристів, збереження культурної спадщини.	Жителі туристичних регіонів, місцеві ремісники, організатори фестивалів.
Туристи	Генерація попиту, формування зворотного зв'язку, вплив на формування туристичного продукту.	Внутрішні та міжнародні туристи, рекреаційні відвідувачі.
Наукові установи	Проведення досліджень, підготовка кадрів, розробка стратегій розвитку.	Університети, інститути туризму, дослідницькі центри.
Міжнародні організації	Сприяння співпраці, надання грантів, розробка міжнародних стандартів.	UNWTO, ЮНЕСКО, Європейський банк реконструкції та розвитку (ЄБРР).
Медіа та маркетингові агенції	Просування дестинацій, підвищення впізнаваності, інформування туристів.	Travel-блогери, соціальні мережі, рекламні агенції.
Фінансові установи	Фінансування інфраструктурних проектів, надання кредитів та грантів.	Банки, інвестиційні фонди, міжнародні фінансові організації.

Складено на основі власних досліджень.

Стейкхолдери відіграють важливу роль у розвитку як туристичних дестинацій зокрема, так й індустрії туризму загалом. Державні органи влади забезпечують регулювання та створення умов для розвитку туризму, тоді як місцеві органи зосереджуються на реалізації регіональних програм і управлінні дестинаціями. Приватний сектор є рушійною силою економічного розвитку,

надаючи туристичні послуги та інвестуючи в інфраструктуру, а громадські організації сприяють збереженню спадщини та просуванню сталого туризму.

Особливе місце займають місцеві громади, які забезпечують автентичність досвіду для туристів і зберігають культурні традиції. Туристи, як кінцеві споживачі, впливають на формування попиту та покращення туристичних продуктів. Наукові установи сприяють дослідженням, підготовці кадрів і розробці стратегій розвитку, тоді як міжнародні організації, такі як UNWTO і ЮНЕСКО, забезпечують фінансову підтримку, стандартизацію та співпрацю на глобальному рівні. Медіа та маркетингові агенції підвищують впізнаваність дестинацій через активне просування, а фінансові установи забезпечують необхідне фінансування для розвитку інфраструктури. Комплексна взаємодія стейкхолдерів формує стабільну основу для сталого розвитку туристичних дестинацій [18].

Аналіз стану та перспектив розвитку туристичних дестинацій України свідчить про наявність значного потенціалу, але й виявляє ряд проблем, які потребують вирішення для досягнення сталого розвитку галузі. Україна володіє унікальними природними ресурсами, культурною спадщиною та історичними пам'ятками, що створює основу для розвитку різних видів туризму. Однак для повноцінного використання цього потенціалу необхідно здійснити системні зміни в інфраструктурі, підвищити рівень сервісу та активно працювати над іміджем країни на міжнародному туристичному ринку.

Перспективи розвитку туристичних дестинацій України залежатимуть від здатності країни адаптуватися до сучасних викликів та активно впроваджувати інноваційні стратегії в туристичну індустрію. Це включає не лише покращення інфраструктури та маркетингу, але й розвиток сталого туризму, що забезпечить збереження природних і культурних ресурсів для майбутніх поколінь. Окрім того, інтеграція сучасних технологій та міжнародне співробітництво відкривають нові можливості для залучення туристів і зміцнення економічного потенціалу регіонів країни.

2.3. Оцінка стану та перспектив розвитку Луцька як туристичної дестинації

Оцінка стану та перспектив розвитку Луцька як туристичної дестинації є важливою для розуміння його потенціалу в туристичній галузі України. Луцьк, з багатою історією та культурною спадщиною, має значні можливості для розвитку туризму. Місто відоме своїми архітектурними пам'ятками, серед яких особливо виділяються Луцький замок, монастирі та старовинні церкви. Водночас, на сьогоднішній день Луцьк не є одним з найбільш популярних туристичних напрямків в Україні, що вимагає системного підходу до розвитку туристичної інфраструктури та маркетингу [56].

Основними факторами для подальшого розвитку Луцька як туристичної дестинації є його унікальне історичне середовище, наявність природних зон для активного відпочинку, а також близькість до інших культурно багатих регіонів України. Місто має великий потенціал для розвитку як культурного, так і екологічного туризму, завдяки численним музеям, фестивалям, а також мальовничим пейзажам. Проте для того, щоб максимально використати ці можливості, необхідно інвестувати в модернізацію інфраструктури, розвиток туристичних послуг та активне просування Луцька на національному та міжнародному рівнях.

Перспективи розвитку Луцька як туристичної дестинації залежать від стратегічного підходу до розвитку туризму, що включає залучення інвестицій, створення нових туристичних маршрутів та покращення якості обслуговування. Важливим кроком є активна робота з маркетинговими стратегіями та брендуванням міста, що дозволить підвищити його конкурентоспроможність серед інших туристичних регіонів України. Успішна реалізація цих заходів може зробити Луцьк привабливим туристичним напрямком, сприяючи економічному розвитку регіону та покращенню якості життя місцевого населення [33].

SWOT-аналіз для визначення перспектив розвитку Луцька як туристичної дестинації є важливим інструментом стратегічного планування, який дозволяє оцінити внутрішні та зовнішні фактори, що впливають на розвиток міста. Аналіз сильних сторін, таких як історичні пам'ятки та зручне розташування, допомагає зрозуміти, на чому можна будувати конкурентні переваги. Виявлення слабких сторін, таких як недостатній рівень промоції та обмежена інфраструктура, дає змогу визначити напрямки для вдосконалення. Оцінка можливостей, наприклад, розвитку подієвого та гастрономічного туризму, відкриває перспективи для залучення нових туристів і інвестицій. Водночас усвідомлення загроз, таких як конкуренція чи економічна нестабільність, дозволяє завчасно планувати заходи для їх мінімізації. Таким чином, SWOT-аналіз є основою для формування ефективної стратегії розвитку Луцька як привабливої туристичної дестинації (таблиця 2.3).

Таблиця 2.3 – Матриця SWOT-аналізу для визначення перспектив розвитку Луцька як туристичної дестинації

Категорія	Фактори
1	2
Сильні сторони (Strengths)	<ul style="list-style-type: none"> - наявність історичних пам'яток, зокрема Луцького замку; - зручне географічне розташування поблизу європейського кордону; - розвинена транспортна інфраструктура; - наявність культурних подій та фестивалів, таких як «Ніч у Луцькому замку»; - відносно низька вартість відпочинку.
Слабкі сторони (Weaknesses)	<ul style="list-style-type: none"> - обмежена кількість висококласних готелів і туристичних послуг; - недостатній рівень промоції на міжнародному рівні; - відсутність розвинених туристичних маршрутів; - обмежена кількість інноваційних рішень у сфері туризму.
Можливості (Opportunities)	<ul style="list-style-type: none"> - розширення міжнародної співпраці з туристичними агенціями; - створення нових туристичних маршрутів, які охоплюють історичні та природні об'єкти; - розвиток подієвого туризму через збільшення кількості фестивалів; - інвестування в інфраструктуру та сучасні технології; - розвиток гастрономічного туризму, орієнтованого на локальну кухню.
Загрози (Threats)	<ul style="list-style-type: none"> - конкуренція з іншими регіональними туристичними центрами; - вплив економічної нестабільності та військових дій на туристичний потік; - відтік туристів до закордонних дестинацій; - відсутність стійкої стратегії розвитку туризму на місцевому рівні.

SWOT-аналізу Луцька як туристичної дестинації дозволяє оцінити сильні сторони міста, які забезпечують його конкурентоспроможність. Зокрема, історичні пам'ятки, такі як Замок Любарта, культурні події, зручне географічне розташування та доступна вартість перебування створюють вагомі передумови для залучення туристів. Водночас слабкі сторони, наприклад, недостатня кількість сучасних готелів, обмеженість туристичних маршрутів і слабка міжнародна промоція, вказують на необхідність покращення інфраструктури та маркетингових стратегій.

Можливості розвитку туризму у Луцьку включають активізацію міжнародної співпраці, створення нових туристичних маршрутів, збільшення кількості фестивалів і розвиток гастрономічного туризму, що може значно підвищити привабливість міста. Проте, місто також стикається із загрозами, такими як конкуренція з іншими регіональними центрами, економічна нестабільність і відсутність стійкої стратегії розвитку туризму. SWOT-аналіз дозволяє не лише зрозуміти поточну ситуацію, але й сформуванати дорожню карту для подальшого розвитку Луцька як туристичної дестинації [40]. Динаміка надходжень до бюджетів від туризму Луцька відображена на рис. 2.3.

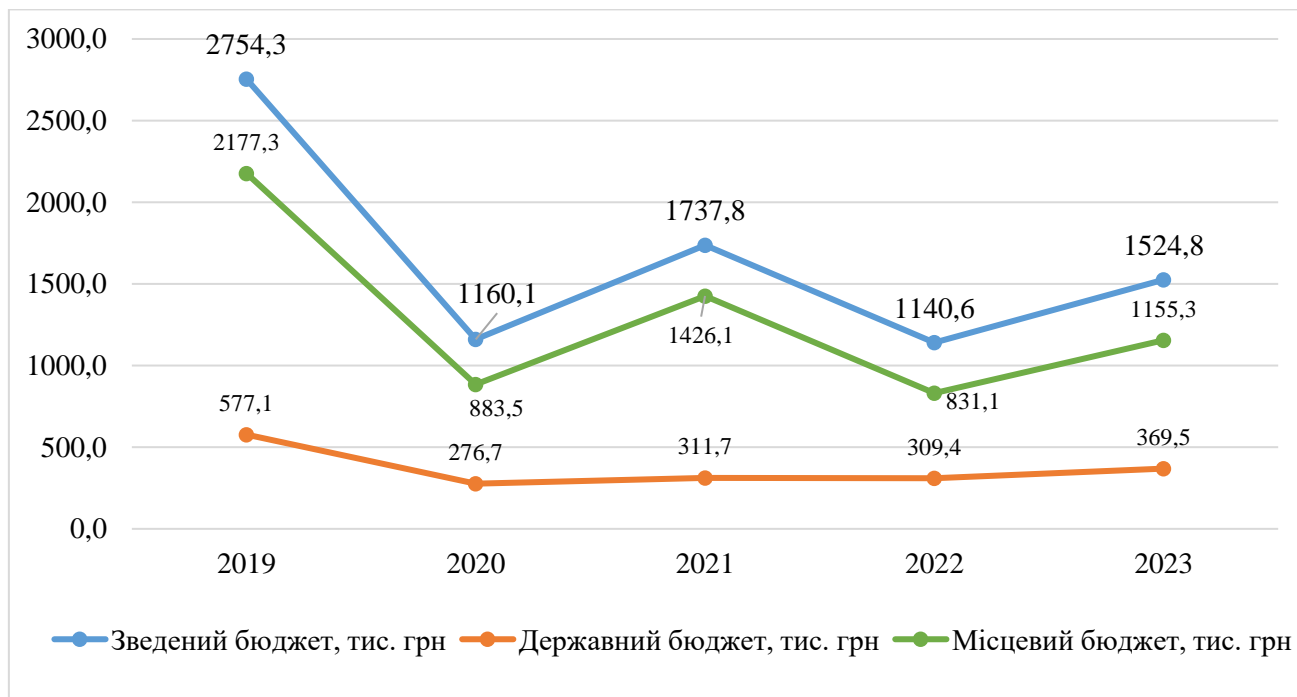


Рисунок 2.3. Динаміка надходжень до бюджетів від туризму м. Луцьк (тис. грн)

Складено на основі даних Управління туризму та промоції міста ЛМР [39, 45, 47].

Динаміка надходжень до бюджетів від туризму міста Луцьк демонструє значні скачки. Наприклад, найбільший показник надходжень до місцевого бюджету спостерігався у 2019 році та становив 2753,3 тис. грн. Цей результат, ймовірно, зумовлений активною промоцією туристичних об'єктів міста, проведенням культурних подій та розвитком внутрішнього туризму. У 2020 році динаміка суттєво знизилася через вплив пандемії COVID-19, що обмежила туристичну активність і спричинила скорочення туристичних потоків. Проте, починаючи з 2021 року, показники демонструють поступове відновлення, що свідчить про ефективність впровадження нових програм і адаптації до змінених умов. У 2023 році надходження до бюджету склали 2150,7 тис. грн, що свідчить про стабілізацію туристичного ринку після кризового періоду. Попри те, що цей показник ще не досяг рівня 2019 року, він підтверджує позитивну тенденцію і зростаючий інтерес туристів до Луцька як дестинації. Аналіз таких даних є основою для подальшого стратегічного планування розвитку туризму та підвищення його внеску в економіку міста [60].

Аналіз динаміки надходжень до бюджетів від туризму міста Луцьк показує значну залежність галузі від зовнішніх факторів, таких як економічна ситуація та пандемія COVID-19, а також від ефективності місцевих управлінських рішень. Максимальний рівень доходів у 2019 році (2753,3 тис. грн) демонструє високий потенціал міста в умовах стабільного туристичного потоку та активного промоційного просування. Попри спад у 2020 році, у 2023 році спостерігається відновлення доходів до 2150,7 тис. грн, що свідчить про поступове відновлення галузі та зростання інтересу до Луцька як туристичної дестинації. Зазначені дані підкреслюють необхідність подальших інвестицій у туристичну інфраструктуру, маркетинг та адаптацію до сучасних викликів, щоб забезпечити стабільний і сталий розвиток галузі.

Аналіз туристичного збору є важливим інструментом для оцінки ефективності розвитку туристичних дестинацій, оскільки він відображає реальні обсяги туристичної активності та фінансовий внесок галузі в місцеву економіку. Цей показник дозволяє визначити, які ініціативи та заходи

приносять найбільшу користь, ідентифікувати сильні та слабкі сторони дестинації, а також виявити залежність від зовнішніх факторів, таких як сезонність, економічні кризи чи глобальні події. Регулярний аналіз динаміки збору дає змогу ухвалювати обґрунтовані управлінські рішення, планувати інвестиції, адаптувати маркетингові стратегії та оптимізувати використання ресурсів. Такий підхід сприяє не лише фінансовій стабільності регіону, а й сталому розвитку туристичної дестинації, забезпечуючи її привабливість для туристів і конкурентоспроможність на ринку [44]. Динаміка обсягів туристичного збору у місті Луцьк представлено на графіку (рис. 2.4).

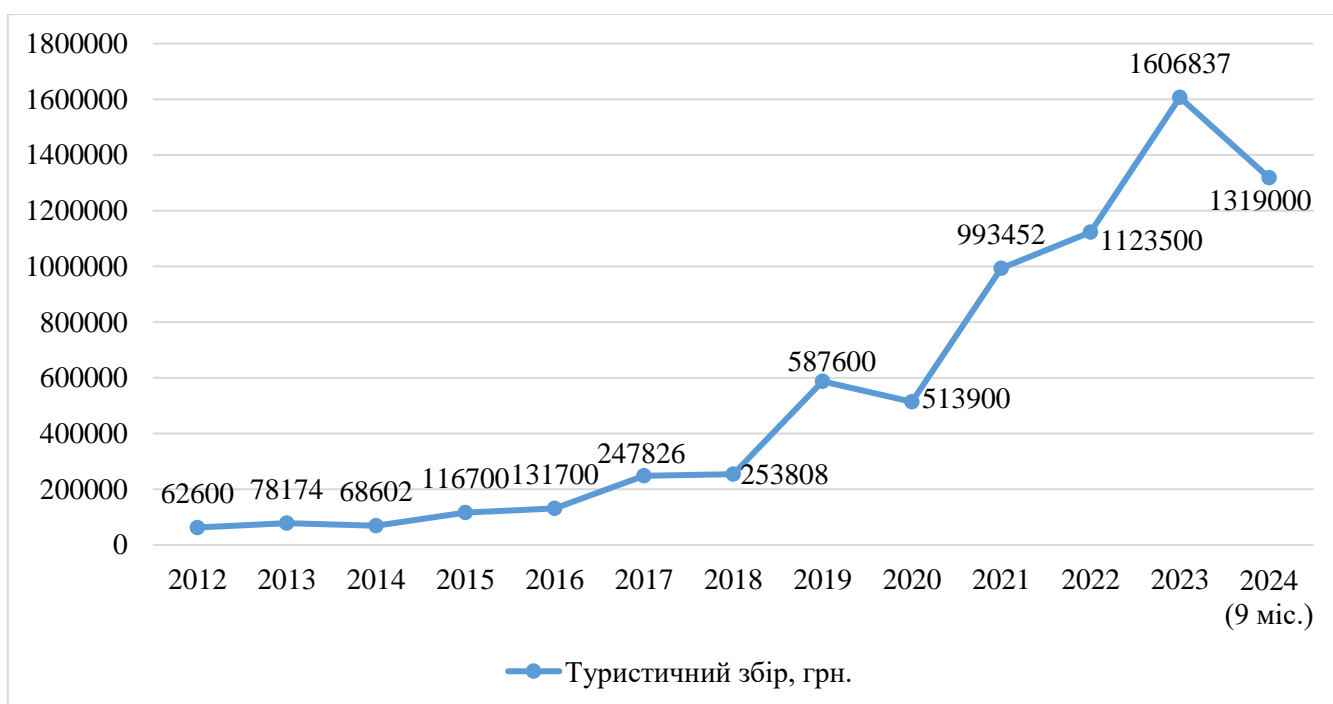


Рисунок 2.4. Динаміка обсягів туристичного збору у місті Луцьк (грн).

Складено на основі статистичних даних Управління туризму та промоції міста ЛМР [39, 45, 47].

Динаміка обсягів туристичного збору у місті Луцьк демонструє коливання протягом аналізованого періоду, відображаючи вплив економічних, соціальних і зовнішніх факторів на галузь туризму. Найвищий показник туристичного збору було зафіксовано у 2019 році, що свідчить про активний туристичний рух і ефективність місцевих ініціатив у сфері туризму. Таке зростання, ймовірно, було зумовлене проведенням масштабних подій, покращенням інфраструктури та ефективною маркетинговою кампанією.

У 2020 році відбулося різке зниження туристичного збору, що стало наслідком пандемії COVID-19 і введення карантинних обмежень, які значно скоротили туристичні потоки. Починаючи з 2021 року, графік демонструє поступове відновлення показників, що вказує на адаптацію галузі до нових умов та активізацію туристичної діяльності.

У 2023 році туристичний збір залишається стабільним, хоча ще не досяг рівня докризових років, що свідчить про поступове відновлення довіри туристів і покращення умов для відвідувачів. Аналіз цих даних є важливим для оцінки ефективності заходів, спрямованих на підтримку туристичної галузі, та визначення стратегій подальшого розвитку [11].

Аналіз динаміки обсягів туристичного збору у місті Луцьк свідчить про значний вплив зовнішніх чинників, таких як пандемія COVID-19, на розвиток туристичної галузі. Найвищий рівень збору у 2019 році підтверджує високий потенціал міста за умови стабільного туристичного потоку та ефективного управління. Різке падіння у 2020 році демонструє вразливість галузі до кризових явищ, проте поступове відновлення з 2021 року свідчить про активізацію туристичних ініціатив і адаптацію до нових викликів. Стабільні показники у 2023 році вказують на позитивну тенденцію, яка потребує подальшого підкріплення через розвиток інфраструктури, маркетинг і залучення інвестицій для забезпечення сталого зростання туристичної галузі Луцька.

Динаміка кількості відвідувачів Луцького замку відображає інтерес туристів до туристичної дестинації Луцьк, а також індикатором загального розвитку туризму в місті. Вивчення цієї динаміки дозволяє виявляти ключові тенденції, визначати пікові періоди активності туристів та розробляти ефективні стратегії для залучення нових відвідувачів, сприяючи популяризації Луцького замку як одного з головних туристичних об'єктів регіону. Динаміка кількості відвідувачів Луцького замку представлено на графіку (рис. 2.5).



Рисунок 2.5. Динаміка кількості відвідувачів Луцького замку (осіб)

Складено на основі статистичних даних Управління туризму та промоції міста ЛМР [39, 45, 47].

Динаміка кількості відвідувачів Луцького замку демонструє змінність за роками, що відображає вплив як внутрішніх, так і зовнішніх факторів на популярність цього туристичного об'єкта. Найбільша кількість відвідувачів зафіксована у 2019 році, що, ймовірно, пов'язано з активною організацією культурних заходів і фестивалів, а також із загальним зростанням туристичного потоку в місті. У 2020 році спостерігається різке зниження кількості відвідувачів через пандемію COVID-19 та пов'язані з нею обмеження на подорожі та масові зібрання [26].

Починаючи з 2021 року, динаміка свідчить про поступове відновлення, що може бути результатом адаптації до нових умов, активізації внутрішнього туризму та заходів з популяризації замку як одного з головних символів Луцька. У 2023 році кількість відвідувачів демонструє стабільний приріст, підтверджуючи повернення туристів і ефективність зусиль щодо розвитку цього об'єкта. Аналіз цих даних дозволяє визначити найуспішніші періоди та причини змін, що є основою для подальшого планування заходів, спрямованих на підвищення відвідуваності замку.

Зростання кількості відвідувачів у певні періоди може бути пов'язане з організацією масштабних культурних заходів, таких як фестивалі чи історичні реконструкції, а також із покращенням туристичної інфраструктури та маркетингових кампаній. У роки, коли відвідуваність знижується, часто можна простежити вплив зовнішніх факторів, таких як пандемія, економічна нестабільність чи недостатня промоція об'єкта. Динаміка кількості відвідувачів КП «Центр туристичної інформації та послуг» представлено на графіку (рис. 2.6).

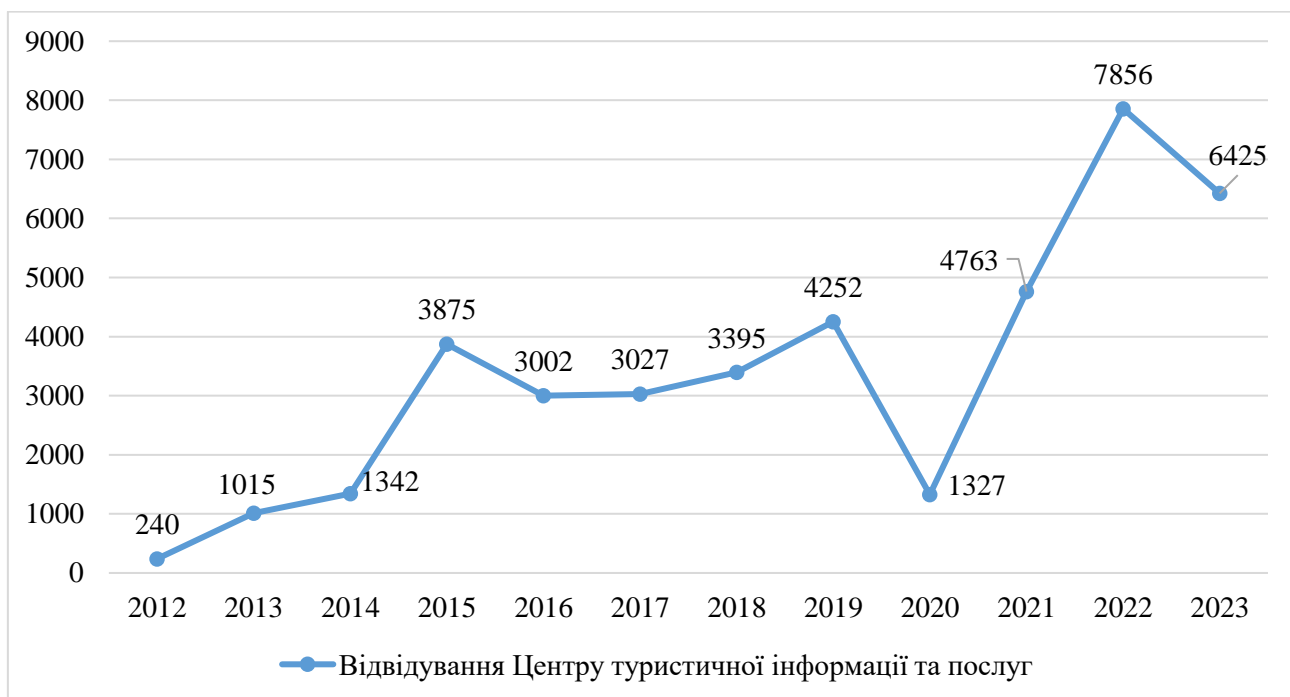


Рисунок 2.6. Динаміка кількості відвідувачів

КП «Центр туристичної інформації та послуг» (осіб)

Складено на основі статистичних даних Управління туризму та промоції міста ЛМР [39, 40, 45, 47].

Динаміка кількості відвідувачів КП «Центр туристичної інформації та послуг» демонструє значні коливання, які відображають попит на інформаційні та туристичні послуги в місті Луцьк. Найвищий рівень відвідуваності було зафіксовано у 2019 році, що може свідчити про зростання туристичного потоку та активну роботу з просування туристичних об'єктів міста. У цей період, ймовірно, діяли успішні маркетингові кампанії, а також проводилися заходи, які стимулювали інтерес до Луцька [10].

У 2020 році спостерігається різке скорочення кількості відвідувачів, що пов'язано з пандемією COVID-19 та обмеженнями, які вплинули на туристичну галузь. Водночас починаючи з 2021 року кількість відвідувачів поступово збільшується, що свідчить про відновлення галузі, підвищення внутрішнього туристичного потоку та активізацію роботи інформаційного центру. Динаміка у 2023 році показує стабілізацію та приріст відвідуваності, що може бути результатом удосконалення туристичних послуг, покращення доступності інформації та відновлення довіри туристів. Аналіз цієї динаміки є важливим для оцінки ефективності діяльності інформаційного центру та визначення перспектив розвитку туристичних послуг у Луцьку.

Аналіз динаміки кількості відвідувачів КП «Центр туристичної інформації та послуг» у місті Луцьк демонструє значний вплив зовнішніх факторів на туристичну активність, зокрема пандемії COVID-19, яка спричинила різке скорочення відвідувань у 2020 році. Водночас позитивна тенденція до зростання кількості відвідувачів у 2021–2023 роках свідчить про поступове відновлення інтересу до Луцька як туристичної дестинації. Зазначене стало можливим завдяки покращенню туристичних послуг, активній промоції міста та відновленню туристичного потоку. Систематизовані дані підкреслюють важливість інформаційно-туристичних центрів у популяризації дестинації та наданні якісних послуг, що сприяє залученню більшої кількості туристів і сталому розвитку галузі [39].

Оцінка стану та перспектив розвитку Луцька як туристичної дестинації показує, що місто має великий потенціал завдяки своїй історичній спадщині, культурним пам'яткам та природним ресурсам. Враховуючи його стратегічне розташування та багатство архітектурних об'єктів, таких як Луцький замок та численні монастирі, місто має можливості стати важливим туристичним центром на заході України. Однак для реалізації цього потенціалу необхідно вирішити питання розвитку інфраструктури, підвищення рівня туристичних послуг і активного просування Луцька на національному та міжнародному ринку.

Перспективи розвитку Луцька як туристичної дестинації багато в чому залежатимуть від стратегічних інвестицій у модернізацію інфраструктури та впровадження нових туристичних маршрутів, що відповідають потребам сучасних мандрівників. Розвиток культурного, екологічного та активного туризму може сприяти збільшенню потоку туристів і зміцненню місцевої економіки. Успішне брендування та маркетинг міста як туристичної дестинації, разом із підтримкою місцевих ініціатив, допоможе Луцьку стати важливим елементом туристичної карти України.

Таким чином, аналіз стану Луцька як туристичної дестинації свідчить про наявність значного потенціалу для розвитку, підтвердженого динамікою показників туристичного збору, кількості відвідувачів Луцького замку та Центру туристичної інформації. Найвищі значення у 2019 році демонструють успішність попередніх ініціатив із популяризації міста та розвитку його інфраструктури. Хоча пандемія COVID-19 спричинила різке скорочення туристичної активності у 2020 році, поступове відновлення в наступні роки свідчить про адаптацію галузі до нових умов, активізацію внутрішнього туризму та зростаючий інтерес до культурних і історичних об'єктів Луцька. Подальші перспективи розвитку пов'язані з підвищенням якості туристичних послуг, впровадженням сучасних маркетингових стратегій та вдосконаленням інфраструктури. Завдяки стратегічному підходу Луцьк може закріпити свої позиції як привабливої туристичної дестинації та забезпечити сталий розвиток індустрії туризму.

РОЗДІЛ 3. УДОСКОНАЛЕННЯ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ

3.1. Шляхи удосконалення розвитку туристичних дестинацій у контексті євроінтеграції України

Удосконалення розвитку туристичних дестинацій є важливим фактором для забезпечення сталого розвитку туризму та підвищення конкурентоспроможності регіонів на світовому ринку. Туризм відіграє значну роль у розвитку економіки багатьох країн, адже він стимулює зростання інвестицій, створює нові робочі місця та сприяє розвитку інфраструктури. Однак для того, щоб туристична дестинація стала привабливою та успішною, необхідно враховувати не лише економічні, а й соціальні, культурні та екологічні аспекти її розвитку. Удосконалення розвитку туристичних дестинацій вимагає комплексного підходу, який включає покращення інфраструктури, модернізацію туристичних послуг, розвиток нових напрямків туризму та активне залучення інвестицій. Важливим аспектом є також оптимізація управління дестинацією, що дозволяє створити сприятливу атмосферу для бізнесу і туристів. Крім того, важливо розробити стратегії сталого розвитку, які не лише забезпечують економічне зростання, але й бережуть природні ресурси та культурну спадщину для майбутніх поколінь [1].

Для досягнення максимальних результатів у розвитку туристичних дестинацій необхідно враховувати світовий досвід і кращі практики, адаптуючи їх до конкретних умов кожного регіону. Технологічні інновації, ефективні маркетингові стратегії, інтеграція новітніх інформаційних технологій у сферу туризму та розвиток співпраці між державними і приватними інституціями можуть значно прискорити цей процес. Успішне удосконалення туристичних дестинацій не лише підвищує їх популярність, а й сприяє сталому економічному розвитку регіонів, поліпшенню життя місцевих жителів і зміцненню міжнародного іміджу країни.

Шляхи удосконалення розвитку туристичних дестинацій у контексті євроінтеграції України є важливим етапом на шляху до інтеграції країни в європейську спільноту та забезпечення її економічного зростання. Туризм є одним з ключових секторів, здатних сприяти розвитку інфраструктури, створенню нових робочих місць та поліпшенню міжнародного іміджу держави. Євроінтеграційні процеси відкривають нові можливості для зміцнення туристичного потенціалу України, особливо через доступ до європейських фінансових ресурсів, кращих практик та стандартів у галузі туризму [58].

Важливим кроком для удосконалення розвитку туристичних дестинацій є адаптація до європейських вимог у сфері екологічного туризму, культурної спадщини та збереження природних ресурсів. Україна має багатий потенціал для розвитку різноманітних напрямків туризму, таких як культурний, екологічний, гастрономічний і медичний, однак для цього необхідна модернізація інфраструктури, створення ефективних маркетингових стратегій та вдосконалення туристичних послуг. Євроінтеграція передбачає не лише поліпшення внутрішніх умов для розвитку туризму, а й активне просування країни на міжнародних ринках. Процеси євроінтеграції відкривають нові горизонти для розвитку туристичних дестинацій України, зокрема через залучення інвестицій та розвиток транскордонного співробітництва. Одним із шляхів удосконалення є взаємодія з європейськими країнами для створення спільних туристичних маршрутів, розвитку нових форм туризму та підвищення кваліфікації фахівців у галузі [47]. Крім того, важливим аспектом є адаптація національних стандартів до європейських, що дозволить підвищити якість туристичних послуг та зробить Україну привабливим напрямком для туристів.

Визначення основних напрямів стратегічного управління туристичними дестинаціями є критично важливим для забезпечення їх сталого розвитку, конкурентоспроможності та привабливості. Інвестиції в інфраструктуру, маркетинг і розвиток людського капіталу дозволяють створювати комфортні умови для туристів і підвищувати якість послуг. Збереження культурної спадщини та впровадження сталих екологічних практик сприяють збереженню

унікальних ресурсів дестинації для майбутніх поколінь. Інновації та цифровізація допомагають інтегрувати сучасні технології у туристичний досвід, тоді як міжнародна співпраця відкриває нові ринки та залучає міжнародних туристів [29]. Моніторинг та оцінка ефективності забезпечують адаптацію стратегій до змін у туристичній галузі, дозволяючи дестинації зберігати свою актуальність та успішно розвиватися у довгостроковій перспективі. Основні напрями розвитку туристичних дестинацій систематизовано в таблиці 3.1.

Таблиця 3.1 – Основні напрями розвитку туристичних дестинацій

Напрямок	Основні заходи	Очікувані результати
1	2	3
Розвиток інфраструктури	- будівництво та модернізація доріг, готелів, транспортної мережі; - створення інформаційних центрів.	покращення доступності, підвищення якості послуг, зростання кількості туристів.
Маркетинг і просування дестинації	- створення бренду дестинації; - проведення рекламних кампаній у соціальних мережах і ЗМІ.	підвищення впізнаваності дестинації, залучення внутрішніх і міжнародних туристів.
Розвиток людського капіталу	- проведення навчання для працівників; - впровадження стандартів обслуговування.	підвищення кваліфікації персоналу, покращення якості туристичних послуг.
Збереження та розвиток спадщини	- реставрація історичних пам'яток; - організація культурних фестивалів та заходів.	збереження спадщини, залучення туристів, зацікавлених у культурному туризмі.
Сталий розвиток туризму	- впровадження екологічних стандартів у туризм; - розвиток еко-туризму та збереження природних ресурсів.	зменшення екологічного впливу, збереження природи для майбутніх поколінь.
Диверсифікація туристичного продукту	- створення нових маршрутів і видів туризму (гастрономічного, спортивного, медичного).	залучення нових сегментів туристів, збільшення туристичних потоків.
Інновації та цифровізація	- впровадження мобільних додатків, інтерактивних карт; - використання VR/AR для екскурсій.	зручність для туристів, підвищення конкурентоспроможності.
Фінансове забезпечення та інвестиції	- залучення інвестицій у туристичну інфраструктуру; - надання грантів і пільг для бізнесу.	розвиток інфраструктури, створення робочих місць, збільшення доходів бюджетів.
Міжнародна співпраця	- участь у міжнародних виставках і форумах; - співпраця з UNWTO, ЮНЕСКО.	підвищення конкурентоспроможності дестинації, залучення міжнародних туристів.
Моніторинг і оцінка ефективності	- аналіз туристичних потоків; - оцінка економічного, соціального та екологічного впливу.	покращення стратегій управління, забезпечення стійкого розвитку дестинації.

Розвиток інфраструктури є одним із першочергових напрямів, оскільки покращення доріг, готелів і транспортної системи безпосередньо впливає на доступність і комфорт туристів. Маркетинг і просування дестинації, зокрема створення бренду та рекламні кампанії, підвищують впізнаваність регіону й залучають нових відвідувачів. Розвиток людського капіталу через навчання персоналу та впровадження стандартів обслуговування забезпечує високий рівень сервісу. Збереження культурної спадщини через реставрацію пам'яток і організацію фестивалів сприяє популяризації історичних і культурних цінностей дестинації. Важливим є також сталий розвиток туризму, що передбачає зменшення екологічного впливу та збереження природних ресурсів. Диверсифікація туристичного продукту дозволяє залучати нові сегменти туристів через створення різноманітних маршрутів і програм. Інновації, як-от цифровізація та використання VR технологій, підвищують конкурентоспроможність дестинацій, а фінансове забезпечення та інвестиції створюють умови для масштабного розвитку. Міжнародна співпраця розширює можливості для залучення глобальної аудиторії, а моніторинг ефективності дозволяє адаптувати стратегії до сучасних викликів [28]. Застосування такого підходу до розвитку туристичних дестинацій може забезпечити довгостроковий успіх таких територій.

Розвиток нових напрямів у туристичних дестинаціях має вирішальне значення для адаптації до сучасних викликів і задоволення змінних потреб туристів. Сталий туризм та екотуризм сприяють збереженню природних ресурсів і підтримці місцевих громад, тоді як дигіталізація й інновації значно покращують доступність та інтерактивність туристичного досвіду. Розвиток маловідомих локацій та експериментального туризму розширює туристичну карту, створюючи нові унікальні пропозиції. У післяпандемічний період акцент на безпеку, індивідуальні маршрути та цифрові технології є ключовими для відновлення довіри туристів [32]. Ці напрями дозволяють дестинаціям залишатися конкурентоспроможними, диверсифікувати туристичний продукт і

забезпечувати сталий розвиток, сприяючи економічному зростанню та культурному збагаченню регіонів.

Нові напрями розвитку туристичних дестинацій в сучасних умовах систематизовано в таблиці 3.2.

Таблиця 3.2 – Нові напрями розвитку туристичних дестинацій в сучасних умовах

Напрямок розвитку	Зміст напрямку	Приклади реалізації
1	2	3
Сталий туризм	Орієнтація на збереження природи, мінімізацію екологічного впливу та підтримку місцевих громад.	Впровадження «зелених» готелів, екотуристичних маршрутів у національних парках (наприклад, Синевир).
Диджиталізація та інновації	Використання цифрових платформ, VR технологій для вдосконалення туристичного досвіду.	Віртуальні екскурсії історичними пам'ятками, мобільні додатки для навігації містом.
Гастрономічний туризм	Акцент на популяризації локальної кухні, гастрономічних фестивалів, винних і кулінарних турів.	Гастротури та локальні фестивалі їжі в місті.
Розвиток маловідомих локацій	Зменшення навантаження на популярні місця та розвиток нових туристичних напрямів.	Просування малих міст і сіл, наприклад, «Відкрий Україну».
Експериментальний туризм	Створення унікальних і нестандартних туристичних вражень.	Ночівлі у бульбашках в Карпатах, тематичні тури («Кава і мистецтво») в Україні.
Медичний та оздоровчий туризм	Інтеграція послуг для здоров'я, реабілітації та релаксації.	Спа-курорти в Закарпатті.
Культурно-креативний туризм	Залучення туристів через креативні події, виставки, перформанси, культурні фестивалі.	«Ніч у Львівському музеї».
Смарт-дестинації	Впровадження технологій «розумного міста» для зручності туристів.	Інтерактивні карти, автоматизовані інформаційні центри.
Адаптація до післяпандемічних умов	Запровадження безпечних протоколів, розвиток приватних і малолюдних маршрутів.	COVID-19 безпекові сертифікати для готелів, індивідуальні тури.
Віртуальний туризм	Надання можливості подорожувати онлайн.	Онлайн-тури музеями, цифрові платформи для екскурсій.
Екотуризм і агротуризм	Популяризація сільського способу життя, відвідування фермерських господарств.	Відвідування виноробень у Карпатах, сільські фестивалі.
Соціальний туризм	Забезпечення доступу до туризму для вразливих груп населення, створення соціальних програм.	Програми субсидованих подорожей для ветеранів, дітей і пенсіонерів.

Нові напрями розвитку туристичних дестинацій відповідають сучасним умовам і викликам глобальної туристичної галузі. Сталий туризм та екотуризм стають пріоритетними через необхідність збереження природних ресурсів і мінімізації негативного впливу на екосистеми. Інновації, такі як диджиталізація та впровадження VR технологій, змінюють спосіб взаємодії туристів із дестинаціями, надаючи їм інтерактивний та персоналізований досвід. Розвиток гастрономічного туризму та просування маловідомих локацій допомагають диверсифікувати туристичні продукти та зменшувати навантаження на популярні місця.

Експериментальний туризм та культурно-креативні події створюють унікальні емоційні враження, залучаючи нові сегменти туристів, а медичний та оздоровчий туризм акцентують увагу на здоров'ї й реабілітації, що стає дедалі актуальнішим. Упровадження смарт-технологій робить дестинації більш доступними та зручними, тоді як адаптація до післяпандемічних умов забезпечує безпеку та комфорт відвідувачів. Соціальний туризм та агротуризм відкривають нові можливості для різних соціальних груп, включаючи мешканців сільських територій, що сприяє їхньому розвитку. Ці напрями не лише відповідають сучасним запитам туристів, але й забезпечують сталий розвиток дестинацій у довгостроковій перспективі.

Шляхи удосконалення розвитку туристичних дестинацій у контексті євроінтеграції України вимагають інтеграції європейських стандартів та найкращих практик у сфері туризму. Адаптація інфраструктури, підвищення якості послуг, впровадження сталих практик екологічного та культурного туризму є важливими кроками для залучення інвестицій та покращення конкурентоспроможності українських туристичних регіонів. Важливим фактором є також активне просування України на міжнародних туристичних ринках, що дозволить зміцнити її імідж і привабливість для іноземних туристів.

3.2. Підхід до вибору цілей розвитку туристичних дестинацій

Вибір цілей розвитку туристичних дестинацій базується на комплексному аналізі місцевих ресурсів, інфраструктури, соціальних та культурних особливостей регіону, а також оцінці глобальних тенденцій туристичного ринку. Урахування цих факторів допомагає сформулювати чіткі та досяжні цілі, які будуть сприяти підвищенню привабливості дестинації, залученню туристів та інвестицій. Одним з основних аспектів підходу до вибору цілей розвитку є баланс між економічними, соціальними та екологічними інтересами. Оскільки туризм може мати як позитивний, так і негативний вплив на місцеву громаду та навколишнє середовище, важливо сформулювати такі цілі, які сприятимуть збереженню природних та культурних ресурсів, одночасно забезпечуючи розвиток інфраструктури та економічне зростання [53]. Вибір таких цілей вимагає врахування особливостей кожної дестинації, а також інтеграції сталих практик, які мінімізують негативні наслідки для навколишнього середовища.

Вибір цілей розвитку туристичних дестинацій також потребує стратегічного підходу та активної участі всіх зацікавлених сторін – від органів місцевої влади до бізнесу та місцевих громад. Колективна робота та співпраця дозволяють сформулювати цілі, які будуть сприяти не лише розвитку туризму, а й підвищенню якості життя місцевих жителів. Крім того, важливо враховувати глобальні тенденції, що впливають на туристичну індустрію, такі як розвиток екологічного туризму, цифровізація та змінювані вподобання туристів, що допоможе визначити стратегії розвитку туристичних дестинацій.

Визначення факторів впливу на процеси управління туристичними дестинаціями є важливим для формування ефективних стратегій розвитку та адаптації до мінливих умов. Економічні, соціальні, політичні, екологічні, культурні та технологічні фактори визначають основні тенденції й виклики, які впливають на функціонування дестинацій. Наприклад, зростання екологічної свідомості спонукає до розвитку сталого туризму, тоді як технологічні інновації відкривають нові можливості для залучення туристів [39]. Водночас політична

стабільність, рівень інфраструктури та безпеки є визначальними для залучення міжнародних туристів і підвищення конкурентоспроможності регіону. Аналіз цих факторів дозволяють ухвалювати стратегічні рішення, які сприяють сталому розвитку дестинацій, покращують туристичний досвід і забезпечують економічний, соціальний та екологічний баланс. Фактори впливу на розвиток туристичних дестинацій систематизовано в таблиці 3.3.

Таблиця 3.3 – Фактори впливу на розвиток туристичних дестинацій

Група факторів	Опис факторів	Приклади впливу
1	2	3
Економічні фактори	Рівень інвестицій, фінансова підтримка, стан економіки, рівень доходів населення.	Зменшення інвестицій у туризм через економічну кризу, розвиток інфраструктури за рахунок держфінансування.
Соціальні фактори	Демографічна структура, рівень освіти, зайнятість, потреби та уподобання туристів.	Зростання попиту на екотуризм серед молоді, підготовка кадрів для туристичної сфери.
Політичні фактори	Державна політика у сфері туризму, законодавча база, міжнародні відносини, стабільність.	Прийняття закону про підтримку туризму, вплив санкцій на туристичні потоки.
Екологічні фактори	Стан природних ресурсів, кліматичні зміни, екологічна свідомість суспільства.	Забруднення природних територій, підвищення попиту на екотуризм у заповідниках.
Культурні фактори	Наявність культурної спадщини, рівень популяризації місцевої культури, автентичність регіону.	Відвідування історичних пам'яток, організація фестивалів місцевої кухні.
Технологічні фактори	Інновації, рівень цифровізації, впровадження сучасних технологій у туризмі.	Використання мобільних додатків для бронювання, впровадження VR-екскурсій у музеях.
Міжнародні фактори	Глобалізація, міжнародні стандарти, туристичні тренди.	Збільшення кількості міжнародних туристів завдяки співпраці з UNWTO.
Інфраструктурні фактори	Рівень розвитку транспортної, готельної, інформаційної інфраструктури.	Недостатня кількість сучасних готелів обмежує туристичний потік.
Іміджеві фактори	Репутація дестинації, рівень безпеки, відгуки туристів, позиціонування на ринку.	Погіршення іміджу через військові дії, популярність регіону через позитивні відгуки у соціальних мережах.
Психологічні фактори	Мотивація туристів, їхні очікування та емоційний досвід.	Попит на нестандартні та унікальні туристичні продукти.
Юридичні фактори	Регулювання туристичної діяльності, стандарти якості, безпекові норми.	Введення безпекових стандартів для туроператорів, вимоги до сертифікації готелів.
Безпекові фактори	Рівень фізичної, санітарної, інформаційної безпеки.	Вплив пандемії на безпеку туристів, забезпечення кібербезпеки під час використання цифрових платформ.

Широкий спектр факторів впливають на процеси стратегічного управління туристичними дестинаціями. Економічні фактори, такі як інвестиції та рівень доходів населення, визначають фінансову спроможність розвитку інфраструктури та створення якісних туристичних послуг. Соціальні фактори відображають демографічні тенденції та уподобання туристів, що впливає на формування попиту на різні види туризму. Політична стабільність і відповідна державна політика є важливими для створення сприятливого середовища для залучення туристів та інвесторів. Екологічні фактори, як-от стан природних ресурсів і кліматичні зміни, підкреслюють необхідність сталого підходу до управління дестинаціями. Культурні ресурси, у свою чергу, визначають автентичність та унікальність регіону, що є важливим для залучення туристів. Технологічні інновації, наприклад, впровадження цифрових платформ і VR-технологій, трансформують досвід туристів та підвищують конкурентоспроможність дестинацій. Інфраструктурні фактори, такі як транспорт і готелі, є базовими для забезпечення доступності та комфорту відвідувачів [60]. Іміджеві фактори, включно з репутацією та рівнем безпеки, формують сприйняття дестинації серед туристів. Розуміння цих факторів, включно з юридичними, безпековими та міжнародними аспектами, дозволяє створити збалансовані стратегії, що сприяють сталому розвитку туристичних дестинацій.

Підхід до управління туристичними дестинаціями є важливим для забезпечення їх ефективного та сталого розвитку. Кожен етап, починаючи з аналізу ситуації та визначення цілей, до реалізації стратегій і адаптації, дозволяє створювати комплексні плани, які враховують специфіку дестинації, її ресурси та виклики. Ретельний аналіз допомагає зрозуміти поточний стан і потенціал дестинації, тоді як чітко сформульовані цілі спрямовують усі дії на досягнення бажаних результатів. Реалізація стратегій та їхній постійний моніторинг забезпечують своєчасне виявлення відхилень і коригування планів. Такий системний підхід дозволяє не лише ефективно управляти ресурсами, але й адаптуватися до змінних умов ринку, підвищуючи конкурентоспроможність

дестинації та її привабливість для туристів. Етапи управління туристичними дестинаціями визначено в таблиці 3.4.

Таблиця 3.4 – Основні етапи управління туристичними дестинаціями

Етап	Зміст етапу	Основні заходи
1	2	3
Аналіз ситуації	Вивчення поточного стану туристичної дестинації, її сильних і слабких сторін, можливостей і загроз.	Проведення SWOT-аналізу, оцінка туристичних потоків, аналіз ресурсів і конкурентів.
Визначення місії та цілей	Формулювання стратегічної місії та довгострокових цілей розвитку дестинації.	Визначення основних напрямів розвитку, узгодження цілей із зацікавленими сторонами.
Розробка стратегії	Формування плану дій для досягнення поставлених цілей.	Вибір стратегічних напрямів, визначення пріоритетів, планування ресурсів.
Фінансування та ресурсне забезпечення	Залучення необхідних фінансових, людських і матеріальних ресурсів.	Пошук інвесторів, державне фінансування, партнерство з приватним сектором.
Реалізація стратегії	Впровадження стратегічного плану в життя через конкретні дії та проекти.	Розвиток інфраструктури, проведення маркетингових кампаній, впровадження інновацій.
Моніторинг і контроль	Оцінка виконання стратегічних планів, коригування дій у разі необхідності.	Відстеження ключових показників ефективності, звітність, аудит.
Оцінка результатів	Аналіз досягнення поставлених цілей і впливу реалізованих заходів.	Проведення аналітичних досліджень, оцінка економічного, соціального та екологічного ефекту.
Адаптація стратегії	Внесення змін до стратегії на основі отриманих результатів і змін зовнішніх умов.	Коригування планів, врахування нових трендів, визначення нових можливостей.

Аналіз ситуації є відправною точкою, що дозволяє оцінити сильні та слабкі сторони дестинації, а також її можливості та загрози, створюючи базу для ухвалення обґрунтованих рішень. На основі цього формується місія та стратегічні цілі, які визначають довгостроковий напрямок розвитку та забезпечують узгодження дій усіх стейкхолдерів. Етап розробки стратегії включає створення детального плану дій із визначенням пріоритетів і ресурсів, що дозволяє максимально ефективно досягати поставлених цілей [6]. Після цього здійснюється реалізація стратегії, яка передбачає втілення конкретних проектів, розвиток інфраструктури, впровадження інновацій і маркетингових

кампаній. Постійний моніторинг і контроль забезпечують виявлення можливих відхилень і їхнє коригування, а оцінка результатів дозволяє аналізувати досягнення стратегічних цілей та ефективність реалізованих заходів. Завершальним етапом є адаптація стратегії, яка враховує зміни зовнішнього середовища, нові тенденції та отримані результати, що дозволяє зробити процес управління більш гнучким і адаптивним. Такий структурований підхід гарантує ефективність стратегічного управління та сприяє сталому розвитку туристичних дестинацій.

Підхід до вибору цілей розвитку туристичних дестинацій є важливим чинником, який визначає напрямок сталого розвитку регіонів і забезпечує їх конкурентоспроможність на туристичному ринку. Чітке розуміння місцевих ресурсів, потреб туристів, а також соціальних, економічних і екологічних аспектів дозволяє сформулювати ефективні стратегії розвитку. Баланс між економічним зростанням, збереженням культурної спадщини та охороною навколишнього середовища є основою для реалізації довгострокових цілей, які сприяють підвищенню привабливості дестинацій і підтримують сталий розвиток регіонів.

Для досягнення цих цілей необхідно активно залучати різні зацікавлені сторони, включаючи місцеві громади, органи влади та бізнес, а також орієнтуватися на глобальні тенденції туризму. Стратегічний підхід до вибору цілей дозволяє адаптуватися до змінюваних умов, що забезпечує довготривалу стабільність туристичних дестинацій. Таким чином, удосконалення процесу формулювання та реалізації цілей розвитку є ключовим елементом для забезпечення успішного розвитку туристичних регіонів у майбутньому.

3.3. Стратегічні вектори розвитку міста Луцьк як туристичної дестинації

Стратегічні вектори розвитку міста Луцьк як туристичної дестинації є важливим напрямком, що визначає подальше зростання туристичної привабливості міста та забезпечує його конкурентоспроможність на туристичній карті України та світу. Луцьк, з його багатою історією, архітектурною спадщиною та унікальним культурним середовищем, має значний потенціал для розвитку різних напрямків туризму, таких як культурний, історичний, екологічний та гастрономічний. Визначення стратегічних векторів розвитку дозволяє сконцентрувати зусилля на найбільш перспективних аспектах, які сприятимуть залученню туристів і стимулюватимуть економічний розвиток міста [47].

Одним з ключових стратегічних векторів є розвиток інфраструктури, що забезпечить комфортне перебування туристів. Модернізація транспортної системи, покращення стану готельного господарства, створення нових туристичних об'єктів та маршрутів стане основою для посилення туристичного потоку до Луцька. Крім того, важливою складовою є розробка маркетингових стратегій, які дозволять місту ефективно позиціонувати себе на туристичному ринку, просувати свої унікальні ресурси та культурні події серед потенційних відвідувачів.

Іншим важливим аспектом є сталий розвиток туризму, що базується на збереженні природних і культурних ресурсів міста. Розвиток екологічного туризму, збереження історичних пам'яток, підтримка локальних ініціатив та організація фестивалів і культурних подій сприятимуть створенню позитивного іміджу Луцька як дестинації, що поєднує багатий культурний спадок із сучасними потребами туристів. Стратегічний підхід до розвитку міста, орієнтований на інтеграцію всіх цих аспектів, дозволить Луцьку стати привабливим туристичним центром, здатним залучати не лише національних, а й міжнародних гостей [65].

Визначення стратегічних та операційних цілей розвитку туристичної дестинації «Луцьк» є критично важливим для створення цілісної стратегії, яка забезпечує ефективне використання ресурсів та максимізацію туристичного потенціалу міста. Стратегічні цілі, такі як підвищення впізнаваності Луцька, розвиток інфраструктури та збереження культурної спадщини, формують довгострокове бачення розвитку дестинації. Операційні цілі, зокрема організація фестивалів, впровадження інноваційних продуктів і просування у соціальних мережах, спрямовані на оперативне вирішення завдань, що безпосередньо впливають на досвід туристів. Такий підхід дозволяє Луцьку ефективно адаптуватися до сучасних викликів туристичної індустрії, залучати більше туристів, сприяти економічному зростанню та забезпечувати сталий розвиток міста [52]. Стратегічні та операційні цілі розвитку туристичної дестинації «Луцьк» визначено в таблиці 3.5

Таблиця 3.5 – Стратегічні та операційні цілі розвитку туристичної дестинації «Луцьк»

Стратегічна ціль А	Підвищення впізнаваності Луцька як туристичної дестинації на національному та міжнародному рівнях.
Операційні цілі	А.1. Створити сприятливе інституційне середовище. А.2. Покращити якість та впізнаваність локальних туристичних послуг. А.3. Розвинути туристичну інфраструктуру та забезпечити її відповідність європейським стандартам гостинності.
Стратегічна ціль В	Розробити ефективну систему промоції бренду «Луцьк» та комплексного локального турпродукту на вищих туристичних ринках
Операційні цілі	В.1. Сформувати привабливий імідж туристичної дестинації. В.2. Запропонувати інструменти просування комплексного туристичного продукту на глобальний туристичний ринок. В.3. Розвинути співпрацю з стейкхолдерами туризму.
Стратегічна ціль С	Сформувати сприятливе середовище для розвитку бізнесу та активізації інвестиційних процесів індустрії туризму.
Операційні цілі	С.1. Створити туристичний кластер. С.2. Акумуляувати зусилля влади, бізнесу, науки та громади для розвитку індустрії гостинності міста. С.3. Сформувати сприятливі умови для інвестування в індустрію туризму міста.

Комплексний підхід до визначення стратегічних і операційних цілей розвитку Луцька як туристичної дестинації визначає стратегічні цілі, які

включають підвищення впізнаваності міста на національному та міжнародному рівнях, розвиток туристичної інфраструктури, збереження культурної та історичної спадщини, а також впровадження принципів сталого розвитку. Вони формують довгострокові пріоритети, спрямовані на зміцнення позицій Луцька як конкурентоспроможного туристичного центру.

Операційні цілі, своєю чергою, забезпечують реалізацію стратегічних завдань через конкретні дії, такі як організація культурних подій, розробка нових туристичних маршрутів, впровадження цифрових інструментів (VR-екскурсій, мобільних додатків) та підвищення якості туристичних послуг. Особливу увагу приділено просуванню Луцька в соціальних медіа та співпраці з блогерами, що дозволяє підсилити маркетингові зусилля. Крім того, залучення інвесторів до реалізації туристичних проєктів сприяє розвитку інфраструктури та створенню нових можливостей для бізнесу [26]. Такий підхід забезпечує баланс між стратегічним плануванням і оперативною реалізацією, сприяючи сталому розвитку міста як туристичної дестинації.

Залучення різних груп стейкхолдерів до туристичного кластеру Луцька є важливим кроком для створення ефективної моделі розвитку туризму, що базується на співпраці та синергії між учасниками. Державні та місцеві органи влади забезпечують регулювання і фінансову підтримку, приватний сектор розвиває інфраструктуру та надає послуги, а культурні й освітні установи зберігають спадщину та забезпечують підготовку кадрів. Участь місцевих громад гарантує автентичність туристичних продуктів, тоді як медіа та маркетингові агенції сприяють просуванню дестинації на внутрішньому та міжнародному рівнях. Інтеграція міжнародних організацій і фінансових установ відкриває доступ до грантів та інвестицій, які є необхідними для розвитку інноваційних проєктів [13]. Такий багатовекторний підхід дозволяє максимально ефективно використовувати ресурси, підвищувати конкурентоспроможність Луцька та забезпечувати його сталий туристичний розвиток.

Таблиця 3.6 – Групи стейкхолдерів,
які можуть увійти в туристичний кластер Луцька

Група стейкхолдерів	Роль у туристичному кластері	Приклади організацій/учасників
1	2	3
Місцеві органи влади	Розробка стратегій, регулювання, забезпечення фінансування та підтримки інфраструктури.	Управління туризму та промоції Луцької міської ради, Волинська обласна адміністрація.
	Реалізація місцевих програм розвитку туризму, координація між учасниками кластеру.	Виконавчий комітет Луцької міської ради, департаменти економіки та культури.
Туристичний бізнес	Надання туристичних послуг, інвестування у розвиток інфраструктури.	Туристичні компанії (ТА «Нові мандри», ТА «Патріот», ТА «Добрий тур» та інші), інші заклади гостинності
Культурні установи	Організація культурних заходів, збереження та популяризація культурної спадщини.	Замок Любарта, Музейний простір «Окольний замок», Музей сучасного мистецтва Корсаків» та інші.
Освітні та наукові установи	Проведення досліджень, підготовка кадрів, розробка інноваційних рішень для туристичного кластеру.	ЛНТУ, ВНУ ім. Л. Українки, профільні навчальні заклади.
Громадські організації	Лобіювання інтересів громади, сприяння сталому розвитку туризму, організація екологічних і культурних ініціатив.	Туристичний альянс міста Луцьк, туристичний клуб «Ми», місцеві ініціативні групи.
Місцеві громади	Участь у створенні туристичних продуктів, забезпечення автентичності та інтеграція в туристичну інфраструктуру.	Жителі Луцька, локальні майстри, організатори локальних подій і фестивалів.
Медіа та маркетингові агенції	Просування кластеру, підвищення обізнаності про Луцьк як туристичну дестинацію.	Регіональні ЗМІ, соціальні медіа, агенції з цифрового маркетингу.
Міжнародні організації	Надання грантів, експертизи, інтеграція кластеру у світову туристичну мережу.	UNWTO, ЮНЕСКО, Європейський банк реконструкції та розвитку.
Інвестори та фінансові установи	Залучення фінансування для розвитку туристичних проєктів, кредитування бізнесу.	Банки, приватні інвестори, інвестиційні фонди.

Різноманітність стейкхолдерів, які можуть увійти до туристичного кластера Луцька відіграє важливу роль у розвитку туристичних дестинацій. Державні та місцеві органи влади відповідають за планування, регулювання та

фінансування проектів, забезпечуючи координацію діяльності кластеру. Приватний сектор, включаючи готелі, ресторани та туристичні агентства, є основним рушієм економічного розвитку, пропонуючи туристичні послуги й інвестуючи в інфраструктуру. Культурні установи, такі як Замок Любарта та місцеві музеї, забезпечують збереження та популяризацію унікальної спадщини міста.

Освітні та наукові установи відіграють важливу роль у підготовці кадрів і розробці інноваційних рішень, необхідних для ефективного управління туризмом. Громадські організації та місцеві громади сприяють автентичності туристичного продукту та сталому розвитку, залучаючи жителів до створення унікального досвіду для туристів. Медіа та маркетингові агенції займаються просуванням Луцька на різних платформах, підвищуючи його впізнаваність. Нарешті, міжнародні організації та інвестори забезпечують доступ до грантів, фінансової підтримки й експертної допомоги, що сприяє інтеграції кластеру в глобальну туристичну мережу [42]. Такий комплексний підхід до складу кластеру сприяє ефективному розвитку туризму та підвищенню конкурентоспроможності Луцька.

Стратегічні вектори розвитку міста Луцьк як туристичної дестинації мають великий потенціал для перетворення міста на важливий туристичний центр Західної України. Зосередження зусиль на модернізації інфраструктури, розвитку нових туристичних маршрутів і створенні комфортних умов для відвідувачів є ключовими факторами для збільшення туристичного потоку. Важливим є також ефективне позиціонування Луцька через маркетингові стратегії, які дозволяють підвищити його впізнаваність на національному та міжнародному рівнях.

Кластерна модель розвитку туристичної дестинації міста Луцьк в умовах євроінтеграції представлена на рис. 3.1.



Рисунок 3.1. Кластерна модель розвитку туристичної дестинації міста Луцьк в умовах євроінтеграції

Запропонована кластерна модель розвитку туристичної дестинації міста Луцьк в умовах євроінтеграції спрямована на створення ефективної системи взаємодії між усіма зацікавленими сторонами: державними органами, приватним сектором, місцевими громадами, культурними установами та туристами. Вона базується на принципах державно-приватного партнерства, стимулює створення інноваційних туристичних продуктів і послуг, а також забезпечує їх адаптацію до європейських стандартів якості. Модель передбачає формування спеціалізованих кластерів, які включають туристичні маршрути, інфраструктурні об'єкти, маркетингові програми та ініціативи зі збереження культурної спадщини, що дозволяє підвищити конкурентоспроможність Луцька

як туристичної дестинації, сприяти економічному зростанню регіону та інтеграції в міжнародний туристичний простір [57].

Поведінка споживачів і виробників індустрії туризму Луцька визначає загальний рівень розвитку дестинації. Туристи все більше цікавляться унікальними культурними подіями та автентичними послугами, що стимулює місцевих виробників до створення нових продуктів, що забезпечує взаємозв'язок між попитом і пропозицією, який стає основою для формування стійкого ринку туристичних послуг. Ефективна система відносин між суб'єктами господарювання є важливим фактором розвитку туризму. У Луцьку важливу роль відіграє взаємодія між місцевими підприємцями, культурними установами та владою, що сприяє створенню нових туристичних продуктів і послуг, адаптованих до потреб сучасних споживачів. Система регулювання індустрії туризму Луцька базується на державно-приватному партнерстві, що дозволяє поєднувати ресурси держави та приватного сектору, що стимулює створення нових туристичних ініціатив, підтримку існуючих об'єктів і моніторинг їхньої ефективності. Кластерна модель розвитку Луцька включає стимулювання створення туристичних дестинацій, підтримку їх функціонування та постійний моніторинг. Такий підхід дозволяє забезпечити конкурентоспроможність та інтеграцію дестинації в європейський туристичний простір.

Розвиток туристичних територій, забезпечення економічної, соціальної та екологічної безпеки, а також високий рівень зайнятості в індустрії туризму створюють передумови для сталого зростання Луцька як туристичної дестинації. Висока конкурентоспроможність туристичних продуктів і послуг, а також зростання експорту у сфері туризму свідчать про ефективність прийнятих рішень. Луцьк демонструє високий потенціал як туристична дестинація завдяки ефективному управлінню, співпраці між усіма зацікавленими сторонами та інтеграції до європейського ринку. Подальший розвиток інфраструктури, посилення державно-приватного партнерства та впровадження кластерного підходу забезпечать сталий розвиток туризму.

ВИСНОВКИ ТА РЕКОМЕНДАЦІЇ

В кваліфікаційній роботі магістра доведено, що туристичні дестинації мають важливе значення для розвитку територій, оскільки вони об'єднують природні, культурні та економічні ресурси, створюючи можливості для зростання локальної економіки, збереження спадщини та покращення добробуту місцевого населення. Їхній зміст, що включає унікальні характеристики, інфраструктуру та рівень послуг, визначає привабливість для туристів та конкурентоспроможність на світовому ринку. Завдяки розвитку дестинацій території отримують інвестиції, зростання доходів та посилення своєї ідентичності, що особливо важливо у глобалізованому світі.

Визначено трирівневу систему регулювання розвитку туристичних дестинацій в Україні, яка включає національний, регіональний та локальний рівні. Національний рівень забезпечує розробку стратегій, нормативно-правове регулювання та міжнародну співпрацю. Регіональний рівень адаптує національні програми до специфіки регіонів, створює туристичні продукти та інтегрує їх у міжнародні маршрути. Локальний рівень займається практичною реалізацією ініціатив, популяризацією місцевих дестинацій, розвитком інфраструктури та підтримкою громад. Інституційне забезпечення розвитку туристичних дестинацій створює основу для ефективного управління, координації зусиль і реалізації стратегічних цілей.

Досліджено світові практики розвитку туристичних дестинацій, впровадження яких сприяє розвитку локальної економіки та створенню позитивного іміджу регіонів на міжнародній арені. Успішні приклади країн, які досягли значних результатів у цій сфері, свідчать про важливість комплексного підходу, що охоплює інвестиції в інфраструктуру, впровадження інноваційних технологій, сталий розвиток та взаємодію між зацікавленими сторонами.

Проведено аналіз стану Луцька як туристичної дестинації, який свідчить про наявність значного потенціалу для розвитку, підтвердженого динамікою показників туристичного збору, кількості відвідувачів Луцького замку та

Центру туристичної інформації. Динаміка надходжень до бюджетів від туризму міста Луцьк демонструє значні скачки. Наприклад, найбільший показник надходжень до місцевого бюджету спостерігався у 2019 році та становив 2753,3 тис. грн. Цей результат зумовлений активною промоцією туристичних об'єктів міста, проведенням культурних подій та розвитком внутрішнього туризму. У 2020 році динаміка суттєво знизилася через вплив пандемії COVID-19. Проте, починаючи з 2021 року, показники демонструють поступове відновлення, що свідчить про ефективність впровадження нових програм і адаптації до змінених умов. У 2023 році надходження до бюджету склали 2150,7 тис. грн, що свідчить про стабілізацію туристичного ринку. Попри те, що цей показник ще не досяг рівня 2019 року, він підтверджує позитивну тенденцію і зростаючий інтерес туристів до Луцька як дестинації.

Визначено шляхи удосконалення розвитку туристичних дестинацій у контексті євроінтеграції України через інтеграцію європейських стандартів та найкращих практик у сфері туризму. Адаптація інфраструктури, підвищення якості послуг, впровадження сталих практик екологічного та культурного туризму є важливими кроками для залучення інвестицій та покращення конкурентоспроможності українських туристичних регіонів. Важливим фактором є також активне просування України на міжнародних туристичних ринках, що дозволить зміцнити її імідж і привабливість для іноземних туристів.

Запропоновано кластерну модель розвитку туристичної дестинації міста Луцьк в умовах євроінтеграції, яка спрямована на створення ефективної системи взаємодії між усіма зацікавленими сторонами: державними органами, приватним сектором, місцевими громадами, культурними установами та туристами. Вона базується на принципах державно-приватного партнерства, стимулює створення інноваційних туристичних продуктів і послуг, а також забезпечує їх адаптацію до європейських стандартів якості. Модель передбачає формування спеціалізованих кластерів, які включають туристичні маршрути, інфраструктурні об'єкти, маркетингові програми та ініціативи зі збереження культурної спадщини.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Барвінок Н.В. (2022) Перспективи розвитку воєнного туризму на території України після закінчення російсько-української війни. *Актуальні проблеми розвитку економіки регіону*. 18 (2). С. 206-217. URL: <https://doi.org/10.15330/apred.2.18.206-217>.
2. Баженова С., Пологовська Ю., Бикова М. (2022) Реалії розвитку туризму в Україні на сучасному етапі. *Наукові перспективи*. 5 (23). С. 168-180. URL: [https://doi.org/10.52058/2708-7530-2022-5\(23\)-168-180](https://doi.org/10.52058/2708-7530-2022-5(23)-168-180).
3. Балабан І.Г. Системний аналіз у дослідженнях теорії і практики туризму. Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції «Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: світовий досвід та перспективи розвитку для України» (м. Одеса, 10 квітня 2019 р.) Одеса: ОНЕУ, 2019. 881 с. С.168-171.
4. Босовська М.В. Інтеграційні процеси в туризмі: монографія. Київ: КНТЕУ, 2015. 832 с.
5. Брич В.Я. Стратегічні вектори розвитку туристичних дестинацій Тернопільщини: монографія / За заг. ред. доктора економічних наук, професора В. Брича, к.е.н., доцента А. Тибія. Тернопіль : Осадца Ю.В., 2017. 164 с.
6. Вахович І.М., Матвійчук Л.Ю., Смаль Б.А. (2021) Розвиток індустрії гостинності в сучасних умовах: тенденції та заходи посилення конкурентних переваг. Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики. 6. № 41. С. 494-502. URL: <https://doi.org/10.18371/fcaptr.v6i41.251512>.
7. Глубоченко К. О., Дорошенко О. М. (2021) Аналіз сучасного стану ринку та перспективи туристичних послуг в Україні. Електронне наукове фахове видання з економічних наук «Modern Economics», №30, 71-75 URL: <https://modecon.mnau.edu.ua>.
8. Головчук Ю.О., Мороз С.Р., Цесьців Д.С. (2022) Управління туристичними дестинаціями: інноваційні маркетингові підходи. *Проблеми*

сучасних трансформацій. Серія: економіка та управління. №5. URL: <https://doi.org/10.54929/2786-5738-2022-5-12-0>

9. Гончаренко Ю.. Стратегічний менеджмент в туристичному бізнесі: підходи та методи. Сучасні технології, матеріали XIII Міжнародної науково-практичної конференції, 2020. С. 168-170.

10. Горіна Г.О., Бабушко С.Р., Безкоровайна Л.В., Богатирьова Г.А. та ін Особливості розвитку ринку туристичних послуг України під впливом COVID-19 та карантинних обмежень: монографія /наук. ред. Г.О. Горіна. Кривий Ріг: Вид. ДонНУЕТ, 2021. 135 с. URL: <http://elibrary.donnuet.edu.ua/2254/>

11. Дащук Ю.Є., Матвійчук Л.Ю. (2022) Туристична політика в умовах сьогодення: досвід України. *Економіка та суспільство: електронний журнал*. № 36. URL: <https://economyandsociety.in.ua/index.php/journal/article/view/1122>

12. Державна стратегія регіонального розвитку на 2021-2027 роки: Постанова Кабінету Міністрів України від від 5 серпня 2020 р. № 695. Офіційний вісник України. 2020. № 67. 315 с. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/695-2020-%D0%BF/sp:max100#Text>. 187.

13. Дехтяр Н. А. Світовий ринок туристичних послуг і пріоритети розвитку туризму в Україні: монографія. Харків: ФОП Лібуркіна Л. М., 2021. 470 с.

14. Дослідження туристичної привабливості м. Луцьк, здійснене Соціологічною агенцією Fama, 2017. URL: <https://www.lutskrada.gov.ua/static/content/files/s/e6/4euqjwp2e3az63lulak76a4i7dav3e6s.pdf>

15. Економічний профайл Луцької громади: URL: <https://vkursi.pro/hromada>

16. Жук І. (2016) Туристична реформа як інструмент соціально-економічного розвитку України. Соціально-економічні проблеми і держава. 1 (14). С. 152-159. URL: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2016/16zizdou.pdf>.

17. Закон України «Про туризм». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-вр#Text>
18. Зарубіна А., Сіра Е., Демчук Л. (2022) Особливості туризму в умовах воєнного стану. *Економіка та суспільство*. Вип. 41. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-41-14>.
19. Колєда Г.І. (2019). Удосконалення управління туристичними DESTИНАЦІЯМИ РЕГІОНАЛЬНОГО РІВНЯ В УМОВАХ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ ВЛАДИ В УКРАЇНІ. *Експерт: парадигми юридичних наук і державного управління*, 4(6), 158-166. [https://doi.org/10.32689/2617-9660-2019-4\(6\)-158-166](https://doi.org/10.32689/2617-9660-2019-4(6)-158-166)
20. Корж Н.В., Басюк Д.І. Управління туристичними DESTИНАЦІЯМИ: підручник. Вінниця: Едельвейс і К, 2017. 322 с.
21. Краснодєд Т., Попова Т. (2021) Потенціал України у контексті міжнародного туризму. *Економіка та суспільство*, (28). URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2021-28-8>.
22. Кифяк О.В. Теоретико-методологічний базис формування туристичних DESTИНАЦІЙ у західноукраїнських прикордонних регіонах. Тернопіль : ЗУНУ, 2021. 332 с.
23. Лелюк О. Можливості післявоєнного відновлення галузі туризму в Україні. Географія та туризм: матеріали VI Всеукр. наук.-практ. Інтернет-конф., 28 лют. – 1 берез. 2023 р. Харків : ХНПУ ім. Г. С. Сковороди, 2023. С. 368-374.
24. Леонт'єва Ю.Ю. Формування та реалізація стратегії розвитку регіональної туристичної DESTИНАЦІЇ : автореф. дис. ... канд. екон. наук : 08.00.05; Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. Харків, 2010. 26 с
25. Мазаракі А.А., Ткаченко Т.І., Мельниченко С.В. Туристські DESTИНАЦІЇ (теорія, управління, брендинг): монографія / за заг. ред. А. Мазаракі. К.: Київ. нац. торг-екон. ун-т, 2013. 388 с.
26. Матвійчук Л.Ю., Лепкий М.І., Жадько О.А. (2023). Інтеграційні процеси суб'єктів індустрії гостинності України в сучасних умовах. *Товарознавчий вісник*. 1 (16), 255-262. URL: <https://doi.org/10.36910/6775-2310-5283-2023-17-21>.

27. Матвійчук Л., Барський Ю., Лепкий М., Карпюк І., Подоляк В. (2021) Напрями фінансового забезпечення розвитку туристичної галузі України в сучасних умовах. *Фінансово-кредитна діяльність: проблеми теорії та практики*. 4 (39), 570-577.
28. Матвійчук Л.Ю., Смаль Б.А (2022). Стратегічні засади підвищення конкурентоспроможності продукції та послуг індустрії гостинності регіону. *Товарознавчий вісник*. 1 (15), С. 7-20. URL: <http://tovvisnik.lutsk-ntu.com.ua/index.php/tovvisnik/article/view/192>
29. Миронов Ю. Б. Дестинація як ключовий елемент регіональної туристичної системи. *Економіка та управління: сучасний стан і перспективи розвитку* : матеріали III Міжнародної науково-практичної конференції (м. Одеса, 23-24 листопада 2017 р.). Одеса : ОДАБА, 2017. С. 65-68.
30. Моца А., Шевчук С., Серета Н. (2022) Перспективи післявоєнного відновлення сфери туризму в Україні. *Економіка та суспільство*. Вип. 41. URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-41-31>.
31. Національний інститут стратегічних досліджень. Щодо розвитку туризму в Україні в умовах підвищених епідемічних ризиків. URL: <https://niss.gov.ua/sites/default/files/2020-06/turyzm-v-ukraini.pdf>.
32. Ніколайчук О. А. (2021) Тренди розвитку вітчизняної індустрії гостинності в умовах Covid-19, *Вісник ХНУ ім. Каразіна. Серія «Міжнародні відносини. Економіка. Країнознавств. Туризм*. Випуск 13.
33. Носирев О., Деділова Т., Токар І. (2022) Розвиток туризму та індустрії гостинності в стратегії постконфліктного відновлення економіки України. *Соціально-економічні проблеми і держава*. 1 (26). С. 55-68. URL: <https://doi.org/10.33108/sepd.2022.01.055>.
34. Романенко О. О., Яворська О. Г. (2018) Особливості інновацій в туризмі та індустрії гостинності. *Інвестиції: практика та досвід*. № 8. С. 5-9. URL: http://www.investplan.com.Ua/pdf/8_2018/3.pdf (дата звернення: 10.09.2024).

35. Романенко І. (2020) Стратегічний менеджмент в туризмі: сучасний стан та перспективи розвитку. *Вісник Житомирського державного університету імені Івана Франка*. Економічні науки, 1(98). 68-72
36. Роїк О.Р., Недзвецька О.В. (2022) Шляхи розвитку туристичної сфери України у воєнний період. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. Серія: Економічні науки. Вип. 46. С. 11–15. URL: <https://10.32999/ksu2307-8030/2022-46-2>
37. Онищук Н.В. (2019) Розвиток індустрії гостинності в Україні та світі. *Східна Європа: економіка, бізнес та управління*. № 4 (21). 297-304.
38. Офіційний сайт Державної служби статистики України. URL: <http://ukrstat.gov.ua> (дата звернення: 11.10.2024).
39. Офіційний сайт Луцької міської ради. URL: <https://www.lutskrada.gov.ua/> (дата звернення 20.10.2024).
40. Офіційний сайт Комунального підприємства «Центр розвитку туризму» URL: <https://www.lutskrada.gov.ua/pages/komunalne-pidpriemstvo-tsentr-turystychnoi-informatsii-ta-posluh> (дата звернення 20.10.2024).
41. Офіційний сайт Міністерство економічного розвитку і торгівлі України. Цілі сталого розвитку ООН: URL: <https://www.kmu.gov.ua/storage/app/sites/1/natsionalna-dopovid-csr-Ukrainy.pdf> (дата звернення: 15.10.2024).
42. Офіційний сайт Національної туристичної організації. URL: <http://ntoukraine.org> (дата звернення: 08.10.2024).
43. Офіційний сайт UNWTO. URL: <https://www.unwto.org/international-tourism-and-covid-19>. (дата звернення: 12.10.2024).
44. Офіційний сайт Державного агентства розвитку туризму України. URL: <https://www.tourism.gov.ua/> (дата звернення: 12.10.2024).
45. Паспорт Луцької міської територіальної громади станом на 01.01.2022. URL: <https://www.lutskrada.gov.ua/pages/lutsk-city-passport> (дата звернення: 15.10.2024).

46. Перегуда Ю., Кривоберець М. (2022) Державна підтримка підприємств туристичної галузі в умовах воєнного стану та післявоєнного відновлення. *Підприємництво та інновації*. Вип. 23. С. 16-20. URL: <https://doi.org/10.37320/2415-3583/23.3>

47. Програма розвитку туризму Луцької міської територіальної громади на 2024–2025 роки. URL: <https://www.lutskrada.gov.ua/documents/17023896303225604-pro-programu-rozvitku-turizmu-lutskoi-miskoi-teritorialnoi-gromadi-na-20242025-roki/download/174697>

48. Перспективи розвитку туризму в Україні та світі: управління, технології, моделі: [колективна монографія]. Видання дев'яте. За науковою ред. Л. Матвійчук, Ю. Барського, М. Лепкого. Луцьк: ВІП ЛНТУ. 2023. 360 с.

49. Проект Плану відновлення України. Матеріали робочої групи «Відновлення та розбудова інфраструктури. Сфера туризму і курортів». URL: <https://www.kmu.gov.ua/diyalnist/nacionalna-rada-z-vidnovlennya-ukrayini-vid-naslidkiv-vijni/robochi-grupi> (дата звернення 27.09.2024).

50. Про туризм: Закон України від 15.09.1995 р. № 324/95-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення 27.09.2024).

51. Про схвалення Стратегії розвитку туризму та курортів на період до 2026 року: Розпорядження Кабінету Міністрів України № 168-р від 16.03.2017. URL: <https://www.kmu.gov.ua/ua/npas/249826501>.

52. Ткаченко Т.І., Ведмідь Н.І. Туристські дестинації (теорія управління, бренд) : монографія / за ред. А.А. Мазаракі. Київ: Київський національний торговельно-економічний університет, 2013. 347.

53. Ткаченко Т.І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу : монографія. 2-ге вид., випр. і доп. Київ : КНТЕУ, 2009. 463 с. с.

54. Тимошенко Т., Богославець О., Шевчук О. (2023) Європейський досвід залучення зацікавлених сторін в проєктній діяльності організацій з управління туристичними дестинаціями: приклад Швеції для України.

Економіка та суспільство, (51). URL: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-51-59>.

55. Смирнов І., Любіцева О. (2020) Туристичний бізнес під час пандемії COVID-19: світовий та український досвід. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв*. 3(2). С. 196-207.

56. Сіра Е.О., Голубець І.М., Безрученков Ю.В. (2022) Післявоєнне відновлення туризму в Україні. *Інфраструктура ринку*. Вип. 68. С. 155–158. URL: <https://doi.org/10.32782/infrastruct68-27>.

57. Смачило І. Дестинація як об'єкт управління в туристичній діяльності. Міжнародний бізнес та замковий туризм в Україні: сучасний стан і перспективи розвитку: матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (м. Тернопіль-Збараж, 28-29 квітня 2017 р.). Тернопіль : ТНЕУ, 2017. С. 209-211.

58. Стратегія розвитку Луцької міської територіальної громади до 2030 року (проект). URL: <http://surl.li/wredev>

59. Стратегія розвитку Волинської області на період до 2027 року <https://new.volynrada.gov.ua/volyn/strategiya-rozvitku/>

60. Федоришина Л., Головчук Ю., Боднар Р. (2023) Туризм як об'єкт регіональних економічних досліджень. *Економіка та суспільство*. №57. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-57-88>.

61. Хмелевський О.В., Кошівська М.В. (2018) Розвиток туризму в контексті євроінтеграції України. *Приазовський економічний вісник*. Запоріжжя. 2 (7). С. 15-21.

62. Шевченко А.В., Сава Є.В. (2018) Особливості сучасного стану розвитку ринку туристичних послуг в Україні. *Економіка та управління національним господарством*. 5(67). с. 45-50.

63. Шитікова Т.В., Мілашовська О.І. (2019). Використання методів оцінки привабливості туристичних дестинацій. Реалії та перспективи розвитку індустрії гостинності в умовах інтеграційних процесів: збірник тез доповідей Всеукраїнської науково-практичної інтернет-конференції 17 (м. Мукачєво, 26 березня 2019 р.). Мукачєво. С. 32-34.

64. Юрчишина Л.І. (2017). Дестинація як основа регіонального розвитку туризму. *Економічний вісник національного гірничого університету*, 4 (60), 77-84.

65. Юхновська Ю.О. (2019) Вплив глобалізації та євроінтеграції на туристичну галузь України. *Науковий вісник Ужгородського національного університету*. Серія: Міжнародні економічні відносини та світове господарство. Ужгород. Випуск 23. С. 147-152.

66. Якість життя у Луцькій громаді, 2023. Соціологічне дослідження агенції Fama на замовлення Ради Європи в Україні: URL: <https://www.lutskrada.gov.ua/static/content/files/k/nd/znhqyghzscer5o3ibhfyqa6ukdavnndk.pdf>

67. Urban Vision Lutsk – дослідження міста та розробки майстер-плану центральної частини Луцька. 2023. ГО «Алгоритм Дій». URL: <https://uvl.algorytm.ngo/>