

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ОДЕСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ**

Кафедра туристичного та готельно-ресторанного бізнесу

**РЕФЕРАТ
кваліфікаційної роботи
на здобуття освітнього ступеня магістра**

зі спеціальності 242 «Туризм і рекреація»
(шифр та найменування спеціальності)

за освітньою програмою «Управління туристичним та курортним бізнесом»
(назва освітньої програми)

на тему: **«УДОСКОНАЛЕННЯ МЕХАНІЗМУ УПРАВЛІННЯ
ТУРИСТИЧНИМИ ДЕСТИНАЦІЯМИ»**

Виконавець
студент Факультету Міжнародної економіки
Невейкін Владислав Павлович _____
/підпис/

Науковий керівник
к.е.н., доцент
Бедрадіна Ганна Костянтинівна _____
/підпис/

ОДЕСА – 2024

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність дослідження. Туризм на сучасному етапі є одним із найбільш прибуткових і динамічних секторів світової економіки. Україна має достатній потенціал туристично-рекреаційних ресурсів, проте ступінь його використання є недостатнім, крім того значний негативний вплив на розвиток туризму мала пандемія COVID- 19 та активна фаза російсько-української війни, яка почалась у лютому 2024 року. Сучасне ринкове середовище в туризмі характеризується зростаючою міжнародною конкуренцією на фоні швидкоплинних вимог клієнтів. Управління DESTINATION та маркетинг DESTINATION стали «основними» темами в дослідницькій літературі з туризму починаючи ще з 2000 року. Туристична DESTINATION є одним із найважливіших елементів туристичної системи, оскільки туристичні DESTINATION та їх імідж приваблюють туристів, мотивують прибуття та активізують всю туристичну систему. Інтеграція України у світовий економічний простір ускладнили процеси формування національної туристичної DESTINATION та вимагали розробки методів, спрямованих на підвищення ефективності розвитку українського туризму, що потребує оцінки існуючої системи туристичних DESTINATION у різних країнах. Саме тому оцінка ефективності туристичних DESTINATION, яка є основою для розробки ефективних механізмів удосконалення управління ними, є досить актуальною, що і визначило тему кваліфікаційної роботи.

Метою кваліфікаційної роботи є визначення шляхів та інноваційних підходів удосконалення механізму управління туристичними DESTINATION.

Мета дослідження обумовила наступні завдання:

- проаналізувати теоретичні підходи до визначення поняття «туристична DESTINATION»;
- визначити сутність та особливості туристичних DESTINATION;
- дослідити європейський досвід управління туристичними DESTINATION;
- надати загальну характеристику туристичних DESTINATION України;
- дослідити функціонування суб'єктів туристичної діяльності під час війни в Україні;
- зробити аналіз конкурентних позицій туристичних DESTINATION України;
- запропонувати інноваційні підходи щодо удосконалення механізму управління туристичними DESTINATION;
- обґрунтувати ефективність удосконалення механізму управління туристичними DESTINATION в повоєнний період.

Об'єктом дослідження є процес управління туристичними DESTINATION.

Предметом дослідження є удосконалення механізму управління туристичними DESTINATION.

Методи дослідження: порівняльного, статистичного аналізу – для аналізу стану та розвитку туристичних DESTINATION в Україні; аналогії, системно-структурний – для систематизації основних понять; синтезу, індукції, дедукції, порівняльний, статистичний аналіз, узагальнення, графічний.

Теоретичною і методологічною основою дослідження є праці зарубіжних та українських вчених. Проблематиці розвитку туристичних DESTINATION присвячені праці таких вітчизняних вчених, як: А.І. Головчан, І.В. Давиденко, Корж Н.В., О.Л.,

Михайлюк, С.Г. Нездоймінов, Т.І. Ткаченко та інших. У той же час наукові підходи до проблематики стратегічного управління туристичними DESTINATIONAMI потребують удосконалення.

Інформаційна база дослідження. Дослідження по темі кваліфікаційної роботи проводилися за допомогою літературних джерел, матеріалів офіційних сайтів, останніх досліджень науковців з даної тематики, законодавчих та нормативних актів України, праць вітчизняних та зарубіжних науковців, власних спостережень, періодичних видань, матеріалів мережі Інтернет.

Апробація результатів дослідження. Окремі положення кваліфікаційної роботи були апробовані та оприлюднені в матеріалах IV Міжнародної науково-практичної конференції здобувачів вищої освіти «Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: світовий досвід та перспективи розвитку для України» (м. Одеса, 10 квітня 2024 р.).

Структура та обсяг роботи. Робота складається із вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків. Загальний обсяг кваліфікаційної роботи становить 84 сторінки. Робота містить 5 таблиць та 13 рисунків. Список використаних джерел включає 103 найменування і викладений на 10 сторінках.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ РОБОТИ

В першому розділі кваліфікаційної роботи «Теоретико-методичні основи розвитку туристичних DESTINATIONAMI» проаналізовано теоретичні підходи до визначення поняття «туристична DESTINATIONAMI». Термін «DESTINATIONAMI» походить від латинського *destino*, що означає «призначення», «місце». Слово «DESTINATIONAMI» перекладається з англійської як «пункт призначення», «кінцевий пункт призначення», «напрямок». Оксфордський словник термінів і понять визначає пункт призначення як «місце, де збираються люди і відбуваються події» [1]. Сучасний Оксфордський словник туризму за редакцією С. Медліка трактує туристичні DESTINATIONAMI як країни, регіони, міста та інші території, які приваблюють туристів і які є основними місцями туристичної діяльності, потоків туристів та їх витрат; місця максимальної концентрації туристичних атракцій, розміщення, харчування, розваг, інших послуг та економічного, соціального та фізичного впливу туризму [2]. Всесвітня туристична організація (UNWTO) пропонує таке визначення: «Туристична DESTINATIONAMI – це фізичний простір із туристичним продуктом, включаючи інфраструктуру, пам'ятки та туристичні ресурси. У цьому просторі відвідувач (турист) проводить щонайменше один день»[3]. Виходячи з вищевикладеного, «туристична DESTINATIONAMI» - це місце відвідування, територія якого має певні межі, яка є привабливим для тимчасового перебування відвідувачів через наявність туристичних ресурсів природного або штучного походження, що є метою подорожі, де активно розвиваються транспортні та комунікаційні зв'язки і яка включає: підприємства туристичної інфраструктури, що пропонують якісні послуги та товари; посередницькі компанії, що забезпечують виробництво та реалізацію туристичного продукту в залежності від попиту. Визначено сутність та особливості туристичних DESTINATIONAMI. Слід зазначити, що на рівні DESTINATIONAMI індустрія туризму дуже фрагментована та має багато різних постачальників. У багатьох випадках послуги, які пропонуються є суспільними благами або ресурсами, такими як ландшафти або земельні резерви для

сільськогосподарського використання. Місцевий характер надає їм особливої привабливості, а конкретні продукти становлять пропозицію, яка вирізняє напрямки та робить їх унікальними. Розвиток існуючих і поява нових DESTИНАЦІЙ зумовлено зростанням мобільності людей, технологічним прогресом у сфері зв'язку, транспорту та інших галузях, що впливають на туризм, а також розширенням мотивації подорожей. Велика кількість туристичних DESTИНАЦІЙ сформувалася стихійно, але на сучасному етапі актуальність раціонального планування нових DESTИНАЦІЙ зростає. Стратегічною метою туристичної DESTИНАЦІЇ як конкурентної одиниці є забезпечення довгострокової конкурентоспроможності. На цей показник впливає взаємодія між підприємствами різних секторів (готелі, транспортні компанії, торгівля), їхніми ринками, населенням і навколишнім середовищем. Управління конкурентоспроможністю туристичної DESTИНАЦІЇ регіону вимагає використання маркетингових інструментів. Маркетинг туристичних територій виокремлює територіальний туристичний продукт, який існує як комплекс взаємопов'язаних складових і включає базовий, додатковий та комплексний продукти. Міжнародна практика управління та стратегічного менеджменту розвитку DESTИНАЦІЙ свідчить, що досягнення високого рівня розвитку значною мірою залежить від здатності органів державної влади побудувати ефективний механізм прийняття та реалізації рішень, спрямованих на досягнення стратегічної мети. Таким чином, можна констатувати, що система управління туристичними DESTИНАЦІЯМИ включає підсистеми, пов'язані з формуванням та обслуговуванням туристичних потоків, тому модель оптимізації стратегічного управління туристичними DESTИНАЦІЯМИ повинна досліджуватися на основі врахування функціональних стратегій логістичного управління (маркетингової, управлінської, виробничої, екологічної та соціальної) та механізмів забезпечення конкурентоспроможності туристичного продукту. Зроблено аналіз європейського досвіду створення та розвитку туристичних DESTИНАЦІЙ на прикладі Швеції та Польщі. Досвід Швеції є чудовим прикладом територіального планування, заснованого на ідеології сталого розвитку туризму, яка наголошує на необхідності поваги до екологічної, соціокультурної та економічної основи території. Досвід Польщі у створенні та функціонуванні DESTИНАЦІЙ дозволяє зробити висновок, що РОТ і ЛОТ є сучасними та ефективними моделями управління туристичними DESTИНАЦІЯМИ на регіональному рівні. Вони дають можливість залучити до управління туризмом представників місцевої влади, а також приватні компанії та професійні асоціації у сфері туризму.

У другому розділі кваліфікаційної роботи «Передумови та чинники формування туристичних DESTИНАЦІЙ регіонів України» надано загальну характеристика туристичних DESTИНАЦІЙ регіонів України. Слід зазначити, що формування та розвиток туристичного потенціалу регіону залежить від ситуації у світі, країні та регіоні, тобто відбувається під впливом сукупності зовнішніх та внутрішніх факторів. У сучасних умовах також використовується термін «туристичний клімат». Туристичний клімат - це сукупність факторів, які сприяють або перешкоджають формуванню та розвитку туристичного потенціалу окремої території [34, с.128-139]. Ми пропонуємо згрупувати фактори, що впливають на туристичний клімат, у дві групи: мікрофактори та макрофактори. Мікрофактори: наявні ресурси, соціально-економічний розвиток території, розвиток суміжних

туристичних галузей, регіональні ініціативи (діяльність місцевої влади, громадськості та бізнес-середовища), рівень фінансової та особистої підтримки, інформаційне забезпечення, імідж території, взаємодія місцевих громад та бізнесу. Макрофактори: державна туристична політика, політична ситуація та геополітичні чинники, міжнародна ситуація, соціально-економічне становище країни, фінансово-економічні чинники, соціокультурні чинники, науково-технічний прогрес, нормативно-правове забезпечення, імідж країни. Регіони України мають різний рівень природних, історичних, культурних та рекреаційних можливостей. Туристична інфраструктура традиційно розбудується в регіонах, які є найбільш насиченими туристичними об'єктами. Крім того, як правило, саме цим регіонам приділяється більша увага при організації просування країни на туристичному ринку. Загалом, аналіз засвідчує, що найбільшою кількістю туристичних дестинацій володіє Київська та Львівська області. Практично вся територія України має достатній потенціал для розвитку туризму, однак інтенсивність туристичних потоків у регіонах досить різна. Всі ці чинники впливають на рівень конкурентоспроможності регіонів на ринку туристичних послуг і на регіональні туристичні потоки. Таким чином, залежно від розвитку туристичного потенціалу регіону можна говорити про розвиток регіональних систем туристичних послуг. Незважаючи на відносно високий туристичний потенціал України та її регіонів, рівень розвитку туристичної галузі характеризується низькими темпами та фрагментарністю в розрізі територіальних туристично-рекреаційних комплексів. Зроблено аналіз функціонування суб'єктів туристичної діяльності під час війни в Україні. Сьогодні, в умовах воєнного часу, туризм в Україні зазнає величезних збитків, як через відсутність туристичних потоків, так і через втрату туристично-рекреаційного потенціалу окупованих територій, які страждають внаслідок бойових дій. Повоєнна відбудова туристичного сектору потребує величезних капіталовкладень та активного просування туристичних потоків з метою якнайшвидшого відновлення та розбудови туристичного сектору. Війна на території України ускладнила загальний розвиток усіх рівнів туризму, і якщо говорити про збитки, завдані туристичній та рекреаційній інфраструктурі, то станом на 1 вересня 2022 року вони становлять 2,2 мільярда доларів. Якщо класифікувати збитки за типами об'єктів, то зруйновано 1 800 об'єктів культури, 348 культових споруд, 343 спортивні об'єкти та 164 туристичні об'єкти. Перспективи розвитку туристичної галузі лежать у площині розробки стратегії керівних принципів і програм, які можуть діяти в умовах воєнного стану. Такі дії держави наразі можливі лише в регіонах, які менше постраждали від війни. Якщо врахувати всі показники та стан окремих об'єктів туристичної інфраструктури, які наразі знаходяться на безпечних територіях, то є можливість залучати туристів. Досліджено конкурентні позиції туристичних дестинацій України. Наразі існує велика різноманітність теорій оцінки рівня конкурентоспроможності туристичної галузі загалом та туристичної дестинації зокрема, більшість з яких ґрунтуються на загальних моделях галузевої конкурентоспроможності або моделях конкурентоспроможності національної економіки в цілому. Однак, ряд сучасних дослідників туризму розробили власні моделі для оцінки рівня конкурентоспроможності, серед яких можна виділити модель Д. Річі та Г. Краутча, запропоновану вченими у 1999 році та згодом доопрацьовану у 2003 році. Модель Д. Річі та Г. Краутча базується на концепції, згідно з якою

конкурентоспроможність туристичної дестинації визначається рівнем пропозиції ресурсів (порівняльною перевагою), а також її здатністю розподіляти ресурси (конкурентною перевагою). Крім того, модель визначає вплив конкурентного мікросередовища та факторів глобального макросередовища (стан світової економіки, тероризм, культурні та демографічні тенденції тощо) на стан і розвиток туристичної дестинації. Ця модель конкурентоспроможності може бути адаптована до конкретних умов функціонування будь-якої туристичної дестинації. Вона є дуже гнучкою і досить простою для оцінки рівня конкурентоспроможності туристичної дестинації з метою розробки ефективної політики управління туристичною галуззю в цілому. Однак одним із недоліків цієї моделі є її абстрактний характер і неможливість кількісного вимірювання всіх її складових елементів. В Україні найпопулярнішими туристичними регіонами є Львівська та Одеська області, і саме їх найчастіше беруть до уваги в будь-якому аналізі сфери послуг. У цих регіонах проживає найбільша кількість мешканців, як внутрішніх, так і зовнішніх. Основною відмінністю між цими областями є їхня спеціалізація у сфері туризму. У сьогодишніх реаліях варто зазначити, що Львівська область є більш безпечною в умовах воєнного часу. Виходячи з цього, необхідно, на прикладі Одеської області, шукати шляхи виходу з кризи та перенаправляти туристів, пропонуючи їм безпечні та привабливі локації в регіоні.

У третьому розділі кваліфікаційної роботи «Шляхи удосконалення механізму управління туристичними дестинаціями» запропоновано використання інноваційних підходів щодо удосконалення механізму управління туристичними дестинаціями. Одним з найбільш ефективних підходів до управління туристичними дестинаціями є кластеризація. Кластерний підхід має важливе значення для стратегічного регіонального розвитку туризму, а його перевагами є максимально широка участь у формуванні конкурентоспроможності туристичних дестинацій усіх підсистем і компонентів регіональних туристичних систем. Таким чином, створення туристичного кластера передбачає формування передумов для розвитку регіону на основі туристичної діяльності, а також збільшення можливостей для компаній, що входять до складу кластера. В сучасних умовах ще одним ефективним інструментом управління туристичними дестинаціями є туристичний брендинг, який дає можливість створити привабливий та конкурентоспроможний імідж території, збільшити обсяги туристичних потоків та надходження від туристичної діяльності. Основний акцент у розвитку туризму, як і в інших сферах діяльності, зараз робиться на діджиталізацію. Характерною особливістю цифровізації туризму є автоматизація процесів управління та обслуговування як на місцевому рівні, так і формування інтегрованих інформаційних систем і платформ, а також впровадження цифрових технологій у функціонування туристичної інфраструктури. Сучасними пріоритетами державного управління у сфері туризму є сприяння розвитку туристично-рекреаційної сфери, стимулювання та підтримка сільського та зеленого туризму, забезпечення доступності туристичних послуг для різних соціальних груп населення, оптимізація розвитку туристичної галузі в контексті міжнародного співробітництва, підвищення ефективності управління туристичними дестинаціями. Таким чином, розумне поєднання проектних, маркетингових, кластерних, інформаційно-комунікаційних технологій, мереж, інструментів брендингу та переваг державно-

приватного партнерства допоможе зробити туристичну дестинацію прибутковим атрактором, підтримуючи ефективні механізми самоорганізації та адаптації до мінливих умов туристичного ринку. Розвиток кожної туристичної дестинації значною мірою залежить від ефективності державного управління[99]. Однак усталена система застосовуваних управлінських технологій іноді може гальмувати розвиток об'єкта управління, якщо існують дисбаланси між напрямом управлінського впливу та внутрішніми тенденціями керованої системи. Тому інноваційні технології, які з'являються на туристичному ринку, повинні бути сумісними з технологічною базою державного управління. Обґрунтовано ефективність удосконалення механізму управління туристичними дестинаціями в повоєнний період. Основою розвитку національної туристичної політики у післявоєнний період має стати визначення важелів регіонального розвитку та державно-приватного партнерства. Використання цих інструментів у сфері туризму забезпечить економічне відновлення не лише окремих регіонів, а й економіки в цілому. Основою такого партнерства має стати активна взаємодія між органами державної влади, місцевого самоврядування, громадськими організаціями, представниками бізнесу тощо. Забезпечення сприятливих умов для діяльності центральних органів державної влади щодо відновлення та розвитку туристичної галузі, створення відповідної транспортної та соціальної інфраструктури, розвиток національного туристичного продукту призведе до зростання зайнятості населення, збільшення кількості податкових надходжень до державного бюджету та до розвитку території. Запропоновано Модель науково-економічного та управлінського розвитку туристичних дестинацій в повоєнний період. Для практичного застосування всіх можливостей туристичної дестинації потрібен узагальнений алгоритм (механізм) зі знанням основних елементів та етапів розробки туристичного продукту в конкретному регіоні. Наведено алгоритм планування розвитку туристичної дестинації (на прикладі туристичної дестинації «Київ»). Організація функціонування спеціалізованих туристичних дестинацій в умовах воєнного стану та у післявоєнний період сприятиме розвитку туристично-рекреаційної діяльності через зростання туристично-рекреаційного потенціалу регіону; розвитку сфери туристично-рекреаційних послуг у регіонах; розвитку малого та середнього підприємництва у сільській та приміській місцевості; організації зайнятості місцевого населення в регіонах через розвиток туристично-рекреаційної діяльності; розробці нових туристичних маршрутів; виробництву та розповсюдженню місцевої продукції; забезпеченню раціонального використання природних, рекреаційних та культурно-історичних ресурсів.

ВИСНОВКИ

В першому розділі кваліфікаційної роботи проаналізовано теоретичні підходи до визначення поняття «туристична дестинація». Визначено, що «туристична дестинація» - це місце відвідування, територія якого має певні межі, яка є привабливим для тимчасового перебування відвідувачів через наявність туристичних ресурсів природного або штучного походження, що є метою подорожі, де активно розвиваються транспортні та комунікаційні зв'язки і яка включає: підприємства туристичної інфраструктури, що пропонують якісні послуги та товари; посередницькі

компанії, що забезпечують виробництво та реалізацію туристичного продукту в залежності від попиту.

Розкрито сутність та особливості туристичних дестинацій, проаналізовано існуючі класифікації туристичних дестинацій в Україні. Доведено, що система управління туристичними дестинаціями включає підсистеми, пов'язані з формуванням та обслуговуванням туристичних потоків, тому модель оптимізації стратегічного управління туристичними дестинаціями повинна досліджуватися на основі врахування функціональних стратегій логістичного управління (маркетингової, управлінської, виробничої, екологічної та соціальної) та механізмів забезпечення конкурентоспроможності туристичного продукту.

Зроблено аналіз європейського досвіду створення та розвитку туристичних дестинацій на прикладі Швеції та Польщі. Досвід Швеції є чудовим прикладом територіального планування, заснованого на ідеології сталого розвитку туризму, яка наголошує на необхідності поваги до екологічної, соціокультурної та економічної основи території. Досвід Польщі у створенні та функціонуванні дестинацій дозволяє зробити висновок, що РОТ і ЛОТ є сучасними та ефективними моделями управління туристичними дестинаціями на регіональному рівні. Вони дають можливість залучити до управління туризмом представників місцевої влади, а також приватні компанії та професійні асоціації у сфері туризму.

У другому розділі кваліфікаційної роботи надано загальну характеристику туристичних дестинацій України. Визначено, що формування та розвиток туристичного потенціалу регіону залежить від ситуації у світі, країні та регіоні, тобто перебуває під впливом сукупності факторів зовнішнього та внутрішнього середовища. Доведено, що основною метою розвитку туристичного потенціалу регіону сьогодні має бути створення сприятливого туристичного клімату, який формується під впливом сукупності зовнішніх і внутрішніх чинників. Загалом аналіз показує, що Київська та Львівська області мають найбільшу кількість туристичних дестинацій. Майже вся територія України має достатній потенціал для розвитку туризму, але інтенсивність туристичних потоків у регіонах значно відрізняється.

Проаналізовано функціонування туристичної галузі під час війни в Україні. Війна на території України ускладнила загальний розвиток усіх рівнів туризму, і якщо говорити про збитки, завдані туристичній та рекреаційній інфраструктурі, то станом на 1 вересня 2022 року цифри становлять 2,2 млрд доларів. Якщо класифікувати збитки за типами об'єктів, то зруйновано 1 800 об'єктів культури, 348 культових споруд, 343 спортивні об'єкти та 164 туристичні об'єкти. Внаслідок масштабних втрат та пошкоджень у всіх сферах зменшилися податкові надходження до державного бюджету. Виходячи з даних, спостерігається тенденція до зменшення кількості платників податків. Порівняно з 2021 роком, до 2023 року загальна кількість платників податків скоротилася на 38%, кількість юридичних осіб - на 44%, а кількість фізичних осіб - на 36%. Представники туристичної галузі у першому кварталі 2023 року сплатили на 29% менше податку, ніж у 2022 році, та на 39% менше, ніж за аналогічний період 2021 року. Проаналізувавши сучасний стан та розвиток туристичної галузі в Україні, було проведено SWOT-аналіз та визначено слабкі та сильні сторони, можливості та загрози.

Досліджено конкурентні позиції туристичних DESTИНАЦІЙ в Україні. Доведено, що наразі існує велика різноманітність методів оцінки рівня конкурентоспроможності туристичної галузі в цілому та туристичної DESTИНАЦІЇ зокрема, більшість з яких ґрунтується на загальних моделях конкурентоспроможності промисловості або моделях конкурентоспроможності національної економіки в цілому. Для поглибленого дослідження конкурентоспроможності туристичних DESTИНАЦІЙ можна спиратися на методологічну базу Всесвітнього економічного форуму та на блоки показників, які лягли в основу розрахунку Індексу розвитку подорожей та туризму. Також, наприклад, модель Д. Річі та Х. Крауча базується на концепції, що конкурентоспроможність туристичної DESTИНАЦІЇ визначається рівнем забезпеченості ресурсами (порівняльною перевагою), а також її здатністю розподіляти ресурси (конкурентною перевагою). Крім того, модель визнає вплив конкурентного мікросередовища та факторів глобального макросередовища (стан світової економіки, тероризм, культурні та демографічні тенденції тощо) на стан і розвиток туристичної DESTИНАЦІЇ. На основі цієї моделі було проведено аналіз конкурентних переваг Львівської та Одеської областей.

У третьому розділі кваліфікаційної роботи запропоновано використання інноваційних підходів для вдосконалення механізму управління туристичними DESTИНАЦІЯМИ. Одним з ефективних підходів до управління туристичними DESTИНАЦІЯМИ є кластеризація. Кластерний підхід має важливе значення для стратегічного регіонального розвитку туризму і його перевагами є максимально широка участь у формуванні конкурентоспроможності туристичних DESTИНАЦІЙ всіх підсистем і компонентів регіональних туристичних систем. Доведено, що в сучасних умовах ще одним ефективним інструментом управління туристичними DESTИНАЦІЯМИ є туристичний брендинг, який дає можливість створити привабливий і конкурентоспроможний імідж території, збільшити обсяги туристичних потоків і доходів від туристичної діяльності. Зазначено, що в умовах інформаційно-комунікаційного суспільства змінюється модель взаємодії суб'єктів туристичного ринку, що, в свою чергу, вимагає оновлення механізмів управління туристичною DESTИНАЦІЄЮ - складною системою, специфіка якої полягає в поєднанні елементів історико-культурної спадщини, природного середовища та сучасної інфраструктури, просякнutoї новітніми інформаційними технологіями у сфері територіального розвитку та комунікацій. Основний акцент у розвитку туризму, як і в інших сферах діяльності, зараз робиться на діджиталізацію. Характерною особливістю діджиталізації туризму є автоматизація процесів управління та обслуговування як на місцевому рівні, так і формування інтегрованих інформаційних систем і платформ, а також впровадження цифрових технологій в роботу туристичної інфраструктури. Високоефективним також вважається інтегрований механізм державного управління, орієнтований на регулювання взаємодії між органами державної влади та іншими зацікавленими сторонами на кожній фазі життєвого циклу розвитку туристичної DESTИНАЦІЇ. Наразі пріоритетними напрямками державного управління у сфері туризму є сприяння розвитку туристично-рекреаційної сфери, стимулювання та підтримка сільського та зеленого туризму, забезпечення доступності туристичних послуг для різних соціальних груп населення та оптимізація розвитку туристичної галузі. в рамках міжнародного співробітництва підвищити ефективність управління

туристичними DESTИНАЦІЯМИ. Перспективними є такі проекти, як розробка маркетингових стратегій розвитку регіонів та міст, створення об'єктів дозвілля у сільській місцевості, реалізація заходів з формування туристичного іміджу, розширення спектру пропонованих послуг (зокрема на основі діджиталізації), впровадження практик регіональних інновацій та туристичного форсайту тощо.

Обґрунтовано ефективність удосконалення механізму управління туристичними DESTИНАЦІЯМИ у післявоєнний період. Основою розвитку національної туристичної політики у післявоєнний період має стати визначення важелів регіонального розвитку та державно-приватного партнерства. Використання цих інструментів у сфері туризму забезпечить економічне відновлення не тільки окремих регіонів, а й економіки в цілому. Запропоновано модель науково-економічного та управлінського розвитку туристичних DESTИНАЦІЙ у післявоєнний період. Впровадження туристичних економічних моделей є важелем налагодження економічних зв'язків зі споживачами туристичних послуг. Для практичного застосування всіх можливостей туристичної DESTИНАЦІЇ запропоновано узагальнений алгоритм (механізм) зі знанням основних елементів та етапів розробки туристичного продукту в конкретному регіоні, на прикладі туристичної DESTИНАЦІЇ «Київ».

АНОТАЦІЯ

Невейкін В.П. «Удосконалення механізму управління туристичними DESTINATIONAMI»

Кваліфікаційна робота на здобуття освітнього ступеня магістра зі спеціальності 242 «Туризм і рекреація» за освітньою програмою «Управління туристичним та курортним бізнесом» Одеський національний економічний університет. – Одеса, 2024.

Кваліфікаційна робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків.

Метою кваліфікаційної роботи є визначення шляхів та інноваційних підходів удосконалення механізму управління туристичними DESTINATIONAMI.

Об'єктом дослідження є процес управління туристичними DESTINATIONAMI.

Предметом дослідження є удосконалення механізму управління туристичними DESTINATIONAMI.

В першому розділі кваліфікаційної роботи проаналізовано теоретичні підходи до визначення поняття «туристична DESTINATIONA». Розкрито сутність та особливості туристичних DESTINATIONAM, проаналізовано існуючі класифікації туристичних DESTINATIONAM в Україні. У другому розділі кваліфікаційної роботи надано загальну характеристику туристичних DESTINATIONAM України. Проаналізовано функціонування туристичної галузі під час війни в Україні. Досліджено конкурентні позиції туристичних DESTINATIONAM в Україні. У третьому розділі кваліфікаційної роботи запропоновано використання інноваційних підходів для вдосконалення механізму управління туристичними DESTINATIONAMI. Обґрунтовано ефективність удосконалення механізму управління туристичними DESTINATIONAMI у післявоєнний період.

Ключові слова: механізм, туристична DESTINATIONA, управління, інноваційні підходи, повоєнний період.

ANNOTATION

Neveikin V.P. «Improving the mechanism for managing tourist destinations»

Qualification work for a master's degree in specialty 242 "Tourism and Recreation" under the educational program "Management of tourism and resort business"

Odesa National Economic University - Odesa, 2024.

The qualification work consists of an introduction, three chapters, conclusions, a list of references and appendices.

The purpose of the qualification work is to identify ways and innovative approaches to improving the mechanism of tourist destination management.

The object of research is the process of managing tourist destinations.

The subject of the study is to improve the mechanism of management of tourist destinations.

The first section of the qualification work analyzes theoretical approaches to the definition of the concept of "tourist destination". The essence and features of tourist destinations are revealed, the existing classifications of tourist destinations in Ukraine are analyzed. The second chapter of the qualification work provides a general description of tourist destinations in Ukraine. The functioning of the tourism industry during the war in Ukraine is analyzed. The competitive positions of tourist destinations in Ukraine are investigated. The third chapter of the qualification work proposes the use of innovative approaches to improve the mechanism of management of tourist destinations. The effectiveness of improving the mechanism of management of tourist destinations in the post-war period is substantiated.

Keywords: mechanism, tourist destination, management, innovative approaches, postwar period.