

Готель «Natali»	9,4	9,4	9,2	9,3	9,6	9,0	9,5	9,4
Helen Hotel,	9,0	8,6	8,3	8,3	8,8	8,9	8,8	8,6
Korall, 3*	8,9	8,8	8,5	8,5	8,8	9,0	9,4	8,5
Mark Plaza Hotel 3*	8,8	8,3	8,3	8,2	8,5	8,8	7,9	8,2
Hotel Admiral Greig,	9,3	8,5	8,5	8,7	8,8	9,0	9,1	8,6

Дані таблиці свідчать, що за відгуками в трійці лідерів є готелі - Парк-готель Елізіум 3*, готель «Natali», готель De La Vita 5*. За цінowymi характеристиками готелі представляють три різних сегмента за класом обслуговування - люкс, туристичний і економ. За номенклатурою додаткових послуг в двох готелях з трьох присутні: шведський стіл, ресторан, приватна пляжна зона. Серед критеріїв якості, що оцінювали гості готелів у своїх відгуках на сервісі Booking, визначальними факторами впливу на загальну оцінку стали критерії – персонал, чистота, співвідношення ціна і якість. Таким чином, можемо зазначити, що традиційні послуги притаманні готелям курортного призначення залишаються актуальними і найбільш значущими для туристів, які відвідують Миколаївську область.

Список використаних джерел

1. Офіційний сайт Миколаївської міської ради. URL: <https://mkrada.gov.ua/documents/32252.html> (дата звернення 30.03.2023р.)
2. Офіційний сайт Головного управління статистики у Миколаївській області. URL: <http://www.mk.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення 30.03.2023р.)
3. Офіційний сайт Booking. URL: <https://www.booking.com> (дата звернення 30.03.2023р.)

Науковий керівник: кандидат економічних наук, доцент Дроботова М.В.

СТРАТЕГІЧНЕ ПЛАНУВАННЯ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ

Кудря О.В.

*Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького
e-mail: kudria.oleh422@vu.cdu.edu.ua*

Туристична дестинація є одним із ключових елементів системи туризму. Вона є місцем, куди звертається увага туристів, які бажають подорожувати, знайти відпочинок і розваги. Також, туристична дестинація може стати місцем проведення подій, конференцій, виставок тощо.

В законі України «Про туризм» туристична дестинація визначається як «місце призначення туристичної подорожі (туристичної поїздки, туру, екскурсії), місце відвідування (територія, місцевість, місто, населений пункт, туристичний центр) особами, які не проживають постійно в даній місцевості і не належать до категорії місцевого населення».[1]

Т. Кононенко акцентує увагу на відмінності між поняттями туристична дестинація і туристичний центр або напрямок, що полягає в притаманності туристичній дестинації властивостей товару чи продукту, тобто можна продавати, управляти якістю тощо.[2]

На думку Л. Юрчишиної дестинації є незалежними суб'єктами конкуренції у сфері туризму, причому цей суб'єкт може бути різного масштабу – від туристичного об'єкту до країни.[3]

Важливо також зазначити, що туристична дестинація складається з різноманітних факторів, таких як географічне розташування, природні умови, історія, культура та інфраструктура. Враховуючи ці фактори, туристична дестинація може розвиватися і змінюватися з часом, привертаючи нових туристів та зберігаючи стабільний потік відвідувачів.

Наведемо основні характерні ознаки туристичної дестинації (рис. 1).

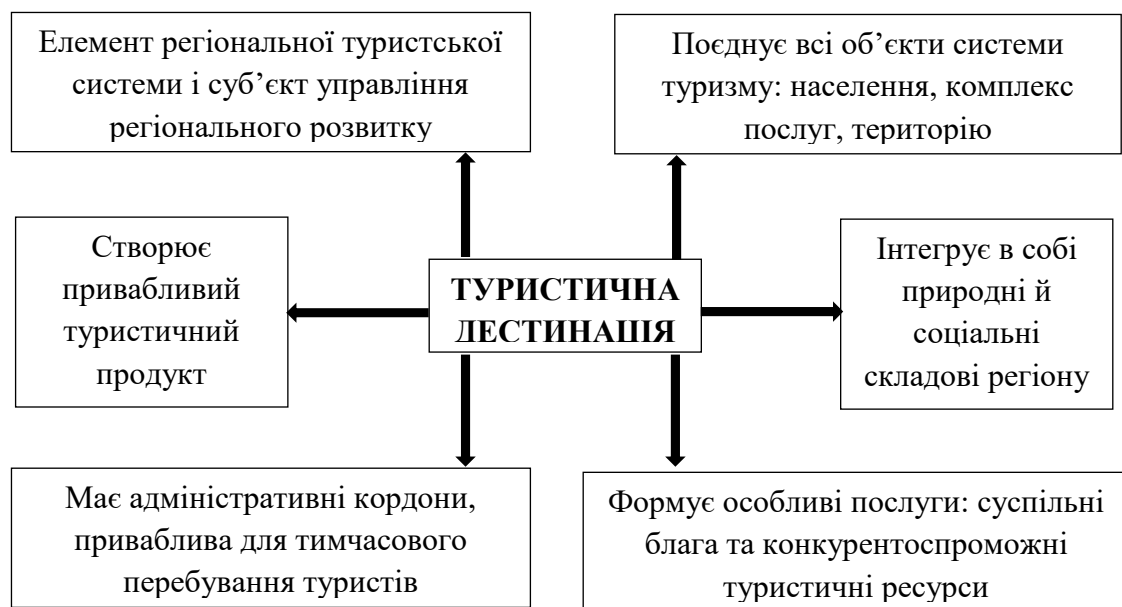


Рис. 1. Узагальнені характерні ознаки туристичної дестинації [4].

Важливість туристичної дестинації полягає в тому, що вона створює сприятливі умови для розвитку туризму та відкриття нових можливостей для бізнесу. Крім того, туристична дестинація може бути використана як елемент маркетингової стратегії туристичної компанії. Наприклад, компанія може використовувати популярні туристичні дестинації для просування своїх турів або визначати нові маршрути, які відповідають потребам та попиту споживачів.

Туристична дестинація може бути елементом соціально-економічного розвитку регіону, де вона розташована. Розвиток туризму може приносити значні доходи для місцевих жителів, створюючи нові робочі місця та підприємства. Також, туризм може сприяти збереженню культурних та природних ресурсів регіону через їхнє збереження та популяризацію серед туристів.

Нарешті, важливим аспектом туристичної дестинації є її розвиток та управління. Керування туристичною дестинацією передбачає розробку стратегії, яка враховує потреби туристів, місцевих жителів та бізнесу, а також враховує збереження природних та культурних ресурсів. Крім того, важливо забезпечити якісний та безпечний сервіс для туристів, а також забезпечити стаке фінансування для забезпечення розвитку та підтримки туристичної інфраструктури.

Стратегічне планування розвитку туристичної дестинації - це процес, який передбачає розробку довгострокових цілей і стратегій для забезпечення сталого розвитку туризму в конкретній туристичній дестинації. Для того, щоб туристичний центр був успішним та відзначався на тлі інших подібних місць, йому потрібно діяти відповідно до стратегії розвитку, яка дозволить максимально використовувати свої сильні сторони, розвивати слабкі сторони та забезпечувати загальний соціально-економічний розвиток регіону. Стратегія розвитку є важливим орієнтиром, який допомагає знайти найефективніші шляхи розвитку туризму в регіоні.

Т. Дупляк, В. Жученко, Ю. Забалдіна акцентують увагу на нормативно-правовій базі (законодавчі акти, державні та місцеві програми розвитку та ін.), яка складає основу стратегічного планування туристичних дестинацій.[5]

На думку О. Трохимець та Т. Шелеметьєвої «стратегічне планування розвитку туризму в регіоні – це процес моделювання ефективної діяльності підприємств туризму на певний період функціонування зі встановленням цілей розвитку туризму в регіоні та їх змін в умовах невизначеності ринкового середовища, а також визначення способу реалізації цих цілей і завдань відповідно до ресурсних можливостей регіону».[6]

Н. Корж і Д. Басюк зазначають, що при стратегічному управлінні розвитком туристичних дестинацій необхідно враховувати певні особливості. План має враховувати туристичні ресурси, соціальні та економічні умови, географічні умови та ін.; бути гнучким, враховувати думку та бути спрямованим на реалізацію планів місцевого населення, враховувати конкуренцію, економічну та політичну ситуації.[7]

Планування з використанням стратегічного підходу передбачає встановлення чітких цілей та завдань, які є взаємопов'язаними та збалансованими з наявними ресурсами та потенціалом. Цей процес дозволяє системно визначити кроки, необхідні для досягнення поставлених цілей та забезпечити взаємозв'язок між різними елементами планування.

На рис. 2 наведено узагальнену схему стратегічного планування туристичної дестинації.

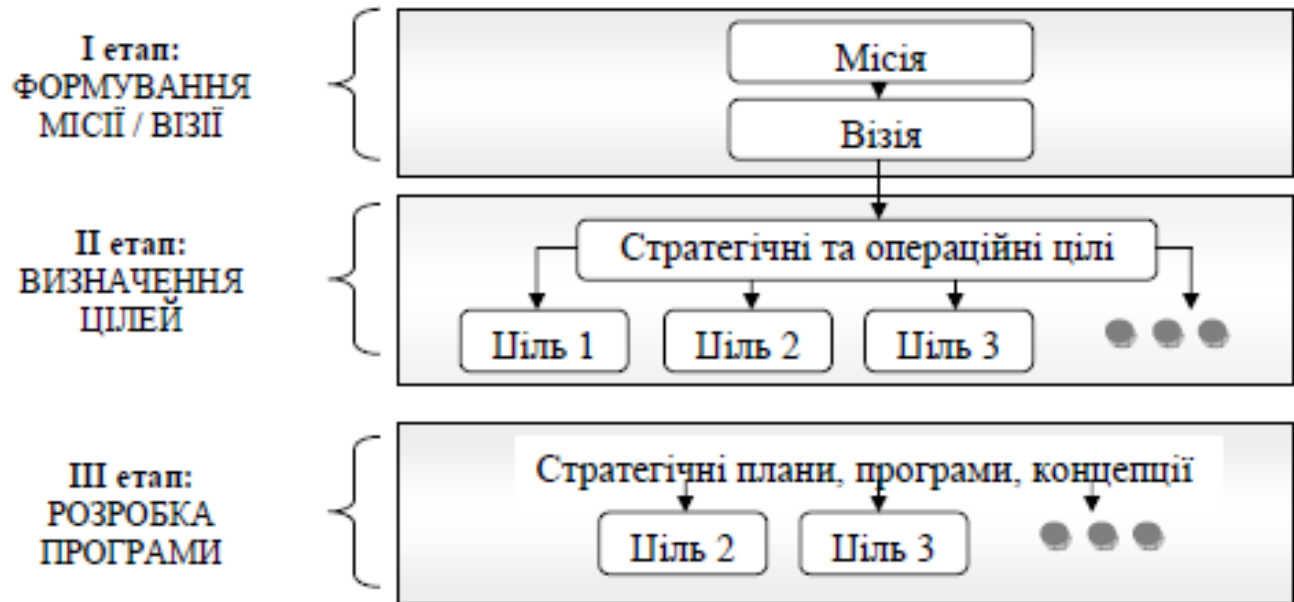


Рис. 2. Етапи стратегічного планування туристичної дестинації [8].

Список використаних джерел

1. Закон України «Про туризм», Електронний ресурс, URL: <https://ips.ligazakon.net/document/JG39C00A?an=10>
2. Т. П. Кононенко, Туристична дестинація як елемент системи туризму в Україні, Актуальні проблеми правової науки і державотворення в Україні в контексті правової інтеграції, матеріали XI Міжнародної науково-практичної конференції (18-19 травня 2018 року, м. Суми), Видавничий дім «Ельдорадо», Суми 2018, С. 142-144.
3. Л. І. Юрчишина, Дестинація як основа регіонального розвитку туризму, Економічний вісник, № 4, 2017, с. 77-84
4. В.Ф. Яровий, Стан та перспективи розвитку підприємств і дестинацій галузі туризму Південного регіону, Економіка та держава, № 11, 2017, с. 25-28
5. Т. П. Дупляк, В. Г. Жученко, Ю. Б. Забалдіна, Методологічні підходи до стратегічного планування розвитку туристичної дестинації, Ефективна економіка, № 12, 2019, Електронний ресурс, URL: <http://ojs.dsau.dp.ua/index.php/efektyvna-ekonomika/article/view/1643>
6. О. Трохимець, Т. Шелеметьєва, Практика стратегічного планування в системі управління розвитком туризму в Україні, Держава та регіони, № 4(103), 2018, с. 70-78
7. Н. В. Корж, Д. І. Басюк, Управління туристичними дестинаціями, підручник, «ПП«ТД Едельвейс і К», Вінниця 2017, с. 124
8. А. А. Мазаракі, Т. І. Ткаченко, С. В. Мельниченко, Туристські дестинації (теорія, управління, брендинг), монографія, Київський національний торговельно-економічний університет, Київ 2013, 388 с.