

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
МІСЬКОГО ГОСПОДАРСТВА імені О. М. БЕКЕТОВА

О. І. Угоднікова

РОЗВИТОК ТУРИЗМУ
В ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ОБ'ЄДНАННЯХ

КОНСПЕКТ ЛЕКЦІЙ

*(для здобувачів другого (магістерського)
рівня вищої освіти денної та заочної форм навчання
зі спеціальності 073 – Менеджмент)*

Харків
ХНУМГ ім. О. М. Бекетова
2023

Угоднікова О. І. Розвиток туризму в територіальних об'єднаннях : конспект лекцій для здобувачів другого (магістерського) рівня вищої освіти денної та заочної форм навчання зі спеціальності 073 – Менеджмент / О. І. Угоднікова ; Харків. нац. ун-т міськ. госп-ва ім. О. М. Бекетова. – Харків : ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2023. – 50 с.

Автор

канд. екон. наук, доц. О. І. Угоднікова

Рецензент

І. М. Писаревський, доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри туризму і готельного господарства (Харківський національний університет міського господарства імені О. М. Бекетова)

Рекомендовано кафедрою туризму і готельного господарства, протокол № 1 від 28 серпня 2023 р.

© О. І. Угоднікова, 2023

© ХНУМГ ім. О. М. Бекетова, 2023

ЗМІСТ

Вступ.....	4
Тема 1 Вступ до туризму та його роль у територіальних об'єднаннях.....	5
Тема 2 Планування та розвиток туристичних ресурсів у територіальних об'єднаннях.....	9
Тема 3 Маркетинг та просування туристичного продукту в територіальних об'єднаннях.....	14
Тема 4 Інфраструктура та послуги для туризму в територіальних об'єднаннях.....	19
Тема 5 Управління якістю в готельному бізнесі в територіальних об'єднаннях.....	23
Тема 6 Сталість та сталий розвиток у туризмі територіальних об'єднань.....	25
Тема 7 Туристичний менеджмент та стратегія розвитку територіальних об'єднань.....	28
Тема 8 Правові аспекти розвитку туризму територіальних об'єднань.....	32
Тема 9 Кризи та ризики в туризмі територіальних об'єднань.....	36
Тема 10 Інновації та майбутні тренди в туризмі.....	41
СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ.....	47

ВСТУП

Сучасний світ переживає надзвичайно інтенсивний розвиток туризму, що ставить перед фахівцями у галузі готельного, курортного та туристичного сервісу безперервну потребу у розширенні знань та вдосконаленні навичок у сфері туристичного менеджменту. Проте сучасний туризм – це не лише прекрасні відпустки та розваги. Він є стратегічним фактором економічного, соціокультурного та екологічного розвитку регіонів та країн. Для належного розуміння і впровадження цього феномена необхідно вивчати його вплив на різні територіальні об'єднання.

Дисципліна «Розвиток туризму в територіальних об'єднаннях» спрямована на вивчення ключових аспектів туризму як індустрії та його впливу на територіальні громади. Дисципліна надає студентам можливість відкрити перед собою багатоцільовий світ туризму та поглибити розуміння того, як ефективно керувати та розвивати галузь у контексті конкретних місцевих умов.

У конспекті лекції розглядається широкий спектр питань, пов'язаних із туризмом, від основ та теорії до практичних аспектів управління туристичними ресурсами та послугами. Досліджено ключові принципи стратегічного планування, маркетингу, управління якістю та сталого розвитку в контексті розвитку туризму.

Дисципліна особливо актуальна в сучасних умовах, коли туризм стає важливим інструментом регіонального розвитку. Вона передбачає розгляд різних аспектів, від економічних до соціокультурних та екологічних, що дозволяє студентам отримати комплексне уявлення про цю сферу. Важливо також враховувати, що туризм є динамічною галуззю, яка постійно змінюється під впливом суспільних та технологічних тенденцій, і ця дисципліна допомагає студентам відстежувати та адаптуватися до цих змін.

ТЕМА 1 ВСТУП ДО ТУРИЗМУ ТА ЙОГО РОЛЬ У ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ОБ'ЄДНАННЯХ

На сучасному етапі розвитку світу туризм стає не лише значущою галуззю економіки, але і надзвичайно важливим фактором у взаємодії між різними територіальними об'єднаннями. Вступ до туризму в територіальних об'єднаннях – це перший крок у вивченні фундаментальних аспектів цього явища та його вплив на територіальні спільноти.

Туризм, у своєму суттєвому розумінні, становить не просто подорожі, а цілеспрямовану діяльність, що об'єднує в собі відпочинок, культурний обмін, економічну вигоду, соціокультурні взаємодії та екологічну відповідальність. З плином часу туризм відбувався в різних формах, від паломництв до сучасних масових туристичних подорожей, що змінюються разом із суспільством та технологічним прогресом [1].

Важливо розуміти, що туризм не обмежується лише відпочинком і розвагами. Він є важливим економічним чинником, що сприяє створенню робочих місць, зростанню бізнесу та збільшенню податкових надходжень для регіонів і країн. Водночас туризм має інтернаціональний характер і може впливати на міжнародні відносини, культурний обмін і економічну співпрацю [2].

Проте основна роль цієї теми полягає в розгляді впливу туризму на територіальні об'єднання. Туризм може бути головним джерелом доходу для регіонів, сприяючи розвитку інфраструктури та підвищенню престижу місцевостей. Він також має велике значення для соціокультурного обміну, збагачення культурної спадщини та підвищення якості життя мешканців [2].

Важливо зазначити, що туризм повинен розвиватися з дотриманням екологічних та соціальних аспектів, зберігаючи природу, культурну спадщину та забезпечуючи рівність у доступі до туристичних ресурсів [3].

Завдяки аналізу різних аспектів туризму та його впливу на територіальні об'єднання, можливо краще розуміти та ефективно використовувати потенціал цього сектора в майбутньому [1].

Локальний туризм – це форма подорожей, у якій акцент робиться на регіональних, місцевих та культурних особливостях. Він підкреслює унікальний характер кожного конкретного місця та взаємодію з місцевими мешканцями. Локальний туризм сприяє культурному обміну між туристами та місцевими жителями, що дозволяє збагачувати знання і розуміння різних культур та традицій. Туризм може стати важливим джерелом доходу для локальних громад, створюючи робочі місця у сферах гостинності, ресторанного бізнесу та різних видів розваг. Локальний туризм може сприяти збереженню природних резерватів та культурної спадщини, оскільки він надає інcentиви для їхнього збереження та відновлення. Туризм може сприяти соціокультурному розвитку місцевих спільнот через підвищення обізнаності та розширення горизонтів жителів. Локальний туризм також стикається з такими викликами, як збільшення відходів та негативний вплив на середовище, а також потребує ефективного управління та регулювання [2].

Розвиток туризму в територіальних об'єднаннях може стикатися з численними перешкодами, які варіюються залежно від конкретного регіону і ситуації. Недостатня розвиненість інфраструктури, такої як дороги, аеропорти, готелі, ресторани та інші туристичні послуги, може обмежувати розвиток туризму. Фінансові обмеження можуть бути серйозними перешкодами для розвитку туризму, особливо для малих громад, які не мають достатніх коштів для інвестування в туристичну інфраструктуру. У багатьох регіонах туризм сезонний, і це може створювати труднощі в підтримці сталого розвитку території протягом усього року. Недбале ставлення до природи та надмірний туристичний навантаження можуть призвести до таких екологічних проблем, як забруднення навколишнього середовища та витіснення місцевої флори і фауни. Завелика конкуренція в туристичній галузі може змушувати територіальні об'єднання боротися за увагу та гроші туристів. Зміни в економіці, такі як рецесія або зміни

валютного курсу, можуть впливати на попит на туристичні послуги та доходи в цій галузі. Політичні нестабільності, конфлікти та соціокультурні проблеми можуть відлякувати туристів та призвести до зменшення туристичного потоку. Недостатня маркетингова стратегія та просування можуть призвести до низького обсягу туристичних прихильників та обмежити розвиток туризму. Релігійні, культурні або соціальні обмеження можуть впливати на те, які види туризму прийнятні в певному регіоні. Надзвичайні ситуації, такі як пандемії, можуть призвести до обмеження міжнародних подорожей та зниження інтересу до туризму на певний час. Враховуючи ці перешкоди та шукаючи способи їхнього подолання, територіальні об'єднання можуть досягти сталого розвитку туризму та позитивний вплив на свою економіку та спільноти [3].

Розвиток туризму в територіальних об'єднаннях може мати значущий потенціал та принести численні переваги як місцевим спільнотам, так і галузі туризму загалом. Розвиток туризму може стати джерелом стабільного економічного зростання для територіальних об'єднань. Він сприяє створенню робочих місць у сферах гостинності, транспорту та розваг, а також споживанню товарів і послуг місцевих підприємств. Розвиток туризму може спонукати до збереження і відновлення культурної спадщини. Місцеві спільноти стають зацікавленими у збереженні своєї історії, традицій та культурних цінностей. Розвиток туризму може стати інсентивом для розвитку інфраструктури, включаючи дороги, аеропорти, готелі, ресторани та розважальні заклади, що покращує життя мешканців та забезпечує зручності для туристів. Туризм сприяє обміну знань та досвіду між місцевими жителями та гостями, що може призвести до підвищення освітнього та культурного рівня населення. Зростання галузі туризму стимулює підприємницьку активність у сферах, пов'язаних із готельним та ресторанним бізнесом, мистецтвом і ремеслами, місцевими продуктами та іншими галузями. Успішний розвиток туризму може обумовити підвищення уваги до збереження природи та довкілля. Туристи і місцеві спільноти можуть працювати разом для збереження природних резерватів та екологічно чистих місцевостей. Туристи з різних країн можуть приносити нові ідеї, погляди та

культурні практики, що сприяє соціокультурному обміну та розширює горизонти місцевих мешканців. Розвиток туризму може стати стимулом для менш розвинених регіонів, що допомагає зменшити регіональні різниці у рівні життя та економічному розвитку [3].

Зростання і популярність туризму в територіальних об'єднаннях залежить від багатьох факторів, але за належного планування, інвестицій та сталого підходу ця галузь може позитивно впливати на місцеві громади і сприяти їхньому розвитку.

Питання для самоконтролю

1. Які фактори впливають на розвиток туризму в територіальних об'єднаннях?
2. Які переваги може мати розвиток туризму для місцевих громад та економіки?
3. Які можливості і виклики пов'язані з розвитком локального туризму?
4. Як туризм впливає на збереження культурної спадщини та природних резерватів?
5. Як можна сприяти сталому розвитку туризму в територіальних об'єднаннях?
6. Які соціокультурні аспекти пов'язані з розвитком туризму на локальному рівні?
7. Які фактори можуть обмежувати розвиток туризму в певному регіоні?
8. Як впливають події, такі як пандемії, на туризм та його перспективи в територіальних об'єднаннях?
9. Як можна сприяти екологічному розвитку туризму в місцевостях з великим потоком туристів?
10. Як регулювання туризму може впливати на розвиток територіальних об'єднань?

ТЕМА 2 ПЛАНУВАННЯ ТА РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНИХ РЕСУРСІВ У ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ОБ'ЄДНАННЯХ

Туризм виступає ключовим фактором у соціальному та економічному розвитку територіальних об'єднань, надаючи суттєвий вплив на рівень життя мешканців і економічну динаміку регіонів.

Туристичні ресурси є фундаментальними складовими галузі туризму і визначають його привабливість та рентабельність для подорожуючих. Оцінка та класифікація цих ресурсів є важливим етапом для розробки ефективних стратегій розвитку туристичних напрямків та маршрутів.

Туристичні ресурси – це природні, культурні, архітектурні та інші об'єкти і явища, які використовуються для задоволення потреб та інтересів туристів. Вони поділяються на природні (гірські ландшафти, морські узбережжя), культурні (музеї, історичні пам'ятки), рекреаційні (курорти, пляжі) та інші [2].

Оцінка туристичних ресурсів містить визначення потенціалу та якості туристичних ресурсів. Важливими факторами є доступність, безпека, природні краси, культурні цінності та інфраструктура. Оцінка дозволяє визначити, наскільки ці ресурси можуть бути привабливими для туристів [3].

Туристичні ресурси класифікуються за різними критеріями, такими як тип, географічне розташування, призначення та інші, що допомагає учасникам туристичної галузі легше орієнтуватися та розробляти спеціалізовані програми. Проведемо класифікацію туристичних ресурсів [4]:

1. Природні туристичні ресурси. До них входять природні ландшафти, які приваблюють туристів своєю красою та унікальністю: гори, ліси, озера, водоспади тощо.

2. Культурні туристичні ресурси. Історичні пам'ятки, музеї, архітектурні споруди, фольклорні події – усе це створює можливості для культурного обміну та вивчення історії.

3. Рекреаційні туристичні ресурси. Курорти, пляжі, готелі та інші об'єкти рекреаційної інфраструктури пропонують можливості для відпочинку і розваг.

4. Туристичний потенціал та розвиток регіонів. Визначення та розробка туристичного потенціалу регіону є важливою для сталого розвитку територіальних об'єднань. Розуміння, які ресурси доступні та як їх можна оптимізувати для туристичного використання, сприяє збільшенню кількості відвідувачів та приносить позитивні економічні та соціокультурні впливи.

Ключовими кроками у процесі оцінки та класифікації туристичних ресурсів є збір інформації, аналіз конкурентоспроможності, вивчення попиту та визначення потенціалу для розвитку нових напрямків. Разом із тим важливо враховувати екологічні та культурні аспекти, адже збереження природи та спадщини відіграє важливу роль у сталому розвитку туризму.

Класифікація туристичних ресурсів допомагає впорядковувати різноманітні об'єкти та явища у туристичній галузі, спрощує маркетингові та рекламні зусилля, ініціює розвиток спеціалізованих турпродуктів та приваблює різні категорії туристів [4].

Зрештою, оцінка та класифікація туристичних ресурсів є необхідним етапом для успішного розвитку туристичних напрямків та створення конкурентоздатної туристичної індустрії. Вони формують основу для розробки та впровадження стратегій, спрямованих на залучення туристів, розвиток економіки і підвищення якості життя мешканців територіальних об'єднань.

Туристичний продукт – це комплекс послуг, об'єктів і зручностей, призначений для задоволення потреб та бажань туристів. Туристичний продукт є результатом об'єднання різних компонентів, які створюються і надаються для забезпечення повного і задовільного туристичного досвіду [5]. Складові туристичного продукту можна розділити на кілька основних груп [6]:

1. Транспорт. Це одна з ключових складових туристичного продукту. Містить перевезення туристів від місця їхнього проживання до пункту призначення та назад: авіапереліт, поїздка автомобілем, морський круїз, поїзд або будь-який інший вид транспорту.

2. Проживання. Ця складова містить готелі, мотелі, гостьові будинки, кемпінги та інші варіанти розміщення для туристів під час їхнього перебування в місці призначення.

3. Харчування. Це послуги, пов'язані з приготуванням та подачею їжі та напоїв. Містить ресторани, кафе, бари, закусочні та інші місця, де туристи можуть смакувати страви місцевої або іншої кухні.

4. Розваги та дозвілля. Ця група містить різноманітні розважальні заходи і атракції, такі як екскурсії, спортивні події, виставки, концерти, театри, парки розваг, казино і багато інших.

5. Екскурсії та активний відпочинок. Сюди входять організовані та індивідуальні екскурсії, велосипедні тури, піший туризм, водні види спорту, альпінізм і інші активності.

6. Культурна спадщина. Містить відвідування історичних, культурних і архітектурних пам'яток, музеїв, галерей, храмів, церков і т. д.

7. Природні ресурси. Ця складова передбачає відвідування природних резерватів, національних парків, пляжів, гірських районів та інших природних об'єктів.

8. Інфраструктура та послуги. Це містить послуги, пов'язані з логістикою, туристичним обслуговуванням, візовою підтримкою, медичним обслуговуванням та інші додаткові сервіси, які забезпечують комфорт і безпеку туристів під час подорожей.

Туристичний продукт визначається комбінацією цих складових, і його якість та різноманітність визначають атрактивність місця для туристів. Створення ефективного туристичного продукту є завданням туристичних організацій та владних структур для залучення подорожуючих і сприяння розвитку територіальних об'єднань.

Процес планування та розвитку туристичних ресурсів у територіальних об'єднаннях – це важлива стратегічна діяльність, яка передбачає розробку та впровадження спеціальних заходів з метою залучення туристів, створення сприятливих умов для розвитку туризму та підвищення якості життя мешканців.

Питання, пов'язані з процесом планування та розвитку туристичних ресурсів у територіальних об'єднаннях, можуть бути такими [5]:

1. Які основні етапи планування та розвитку туристичних ресурсів, послідовність дій та етапів, які потрібно пройти для розвитку туризму в регіоні.

2. Як визначити потенціал туристичних ресурсів у територіальному об'єднанні, методи та інструменти для визначення наявних ресурсів і їхнього потенціалу.

3. Які критерії визначають успішність планування та розвитку туризму, показники, за якими можна оцінити ефективність розвитку туризму в регіоні.

4. Як забезпечити сталість розвитку туризму в територіальному об'єднанні, принципи та підходи до збереження природних та культурних цінностей при розвитку туризму.

5. Які ролі відіграють місцеві органи влади та громадські організації у процесі планування та розвитку туристичних ресурсів, взаємодія між владними структурами та громадою у цьому контексті.

6. Які інструменти фінансування можуть бути використані для розвитку туризму в територіальних об'єднаннях, можливості залучення інвестицій та фінансової підтримки для туристичних проєктів.

7. Як розвивати інфраструктуру для забезпечення комфорту та безпеки туристів, питання транспорту, медичної допомоги, готелів, ресторанів та інших послуг.

8. Як враховувати інновації та сучасні технології у розвитку туризму в регіоні, можливості використання цифрових інструментів та інновацій у туристичній галузі.

9. Як забезпечити партнерство та співпрацю між різними галузями та громадськими організаціями для спільного розвитку туризму, питання міжсекторального підходу.

10. Як міжнародний туризм впливає на планування та розвиток туристичних ресурсів у територіальних об'єднаннях, аспекти міжнародного співробітництва та глобального впливу туризму.

Питання для самоконтролю

1. Які основні етапи планування та розвитку туристичних ресурсів у територіальних об'єднаннях?
2. Які інструменти та методи використовуються для визначення потенціалу туристичних ресурсів?
3. Як можна забезпечити сталість розвитку туризму в регіоні?
4. Які ролі відіграють місцеві органи влади та громадські організації у процесі планування та розвитку туристичних ресурсів?
5. Які можливості фінансування ініціатив у галузі туризму можуть бути використані для розвитку територіальних об'єднань?
6. Як враховувати інновації та сучасні технології у розвитку туризму в регіоні?
7. Як забезпечити інфраструктуру для забезпечення комфорту та безпеки туристів?
8. Як сприяти партнерству та співпраці між різними галузями та громадськими організаціями для спільного розвитку туризму?
9. Як міжнародний туризм впливає на планування та розвиток туристичних ресурсів у територіальних об'єднаннях?
10. Які показники і критерії визначають успішність планування та розвитку туризму в регіоні?

ТЕМА 3 МАРКЕТИНГ ТА ПРОСУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ В ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ОБ'ЄДНАННЯХ

Маркетинг та позиціонування є ключовими аспектами успішного функціонування готелів, курортів та туристичних послуг. Вони дозволяють залучити та утримати клієнтів, визначити конкурентні переваги та розвивати бренд. Перший крок у маркетинговій стратегії – це ідентифікація цільової аудиторії. Готелі та курорти повинні розуміти потреби та прагнення своїх можливих клієнтів і групувати їх за певними характеристиками, такими як вік, статус, інтереси, та інші, що дозволяє налаштувати маркетингові зусилля точно на цільову аудиторію. Готелі та курорти повинні розробляти маркетингові стратегії, які містять методи просування та рекламу, щоб привернути клієнтів. Ця стратегія повинна відображати концепцію та унікальність готелю чи курорту. Готелі та курорти повинні активно просувати свої послуги, що може містити рекламні кампанії в ЗМІ, інтернет-маркетинг, соціальні мережі, рекламу на місцях та багато інших інструментів. Важливо підкреслити унікальність та конкурентні переваги готелю чи курорту. Ціноутворення в сервісній галузі має бути ретельно розглянуте. Готелі та курорти повинні встановлювати ціни, які відповідають їхнім послугам та конкурентному середовищу. Ціноутворення може бути різним для різних сегментів аудиторії або в різні періоди року. Позиціонування полягає в тому, як готель або курорт представляє себе на ринку та як він відрізняється від конкурентів. Готелі повинні визначити свою унікальну продуктову пропозицію – те, що робить їх особливими і привабливими для клієнтів. Готелі та курорти повинні встановити контакт зі своєю цільовою аудиторією, спілкуючись з її цінностями, стилістичними уподобаннями та очікуваннями. Позиціонування вимагає створення іміджу, який відповідає цим цінностям. Позиціонування – це процес, який не завершується. Готелі та курорти повинні постійно відстежувати зміни на ринку та переоцінювати свою позицію, щоб відповідати потребам і очікуванням клієнтів. Маркетинг та позиціонування є ключовими елементами управління в готельному курортному туризмі, оскільки

вони допомагають залучити та утримати клієнтів, визначити унікальність та конкурентні переваги та побудувати успішний бренд [7].

Отже, маркетинг у готельному, курортному та туристичному сервісі є ключовою складовою успішного розвитку та приваблення туристів до територіальних об'єднань. Підсумуємо основні аспекти цієї теми [7]:

1. Аналіз ринку та конкурентоспроможність: перший крок у маркетинговому плануванні – це аналіз ринку, визначення конкурентів та власної конкурентоспроможності.

2. Сегментація ринку: для ефективного маркетингу важливо визначити цільові аудиторії та розділити ринок на сегменти зі спільними потребами та характеристиками.

3. Позиціонування: визначення унікальності та цінності вашого готелю, курорту чи туристичного об'єкта в очах споживачів.

4. Ціноутворення: планування стратегії ціноутворення, яка відповідає потребам аудиторії та ринковій конкуренції.

5. Продаж та реклама: канали продажів та реклами, що досягають цільової аудиторії.

6. Задоволення клієнтів: після приваблення туристів важливо забезпечити високу якість обслуговування та створити позитивний досвід для гостей.

7. Маркетингові дослідження та аналітика: інструменти, які можна використовувати для моніторингу та вимірювання ефективності маркетингових заходів. Важливість маркетингових досліджень та аналітики виявляється у здатності адаптувати стратегію відповідно до змін на ринку та уявлень споживачів.

8. Соціальний маркетинг та сталість: у сучасному світі все більше акцентується на екологічній та соціальній відповідальності.

9. Залучення міжнародних туристів: плани із привертання туристів з-за кордону, міжнародні маркетингові аспекти.

10. Кризисний маркетинг: планування маркетингових заходів та комунікації в умовах кризи (наприклад, пандемії) для збереження репутації та мінімізації втрат.

11. Моніторинг та вдосконалення: інструменти, які використовуються для постійного моніторингу ефективності маркетингових заходів.

12. Взаємодія з місцевими структурами та партнерами: співпраця з місцевими громадами, туристичними організаціями та іншими партнерами для спільного розвитку туризму в регіоні.

Отже, вивчення та впровадження основ маркетингу у готельному, курортному та туристичному сервісі допоможе підвищити привабливість вашого регіону для туристів, створити конкурентні переваги та сприяти сталому розвитку територіальних об'єднань.

Сегментація ринку є процесом розділення потенційних туристів на групи зі спільними характеристиками та потребами, а визначення цільової аудиторії містить вибір конкретної сегментованої групи як основного об'єкта маркетингових зусиль. Існує кілька різних методів і підходів до сегментації ринку, які дозволяють ефективно визначити цільову аудиторію та адаптувати маркетингові стратегії до їхніх потреб та очікувань [7]:

1. Географічна сегментація базується на розділенні ринку за географічними параметрами, такими як місце проживання або місце призначення подорожі. Наприклад, можна виділити сегменти, такі як місцеві мешканці, туристи з інших регіонів країни або іноземні відвідувачі.

2. Демографічна сегментація: ринок розділяється за демографічними характеристиками, такими як вік, стать, сімейний стан, доходи тощо. Наприклад, можна визначити сегменти, такі як сім'ї з дітьми, пенсіонери або молодь.

3. Психографічна сегментація враховує психологічні та соціокультурні фактори, що впливають на споживачів. Метод допомагає розділити ринок за стилістичними інтересами, цінностями, способом життя та іншими аспектами. Наприклад, можна виділити сегменти, такі як природолюби, культурні ентузіасти або активні спортсмени.

4. Поведінкова сегментація враховує поведінкові паттерни споживачів, такі як лояльність до бренда, частота подорожей, споживчі звички тощо, що допомагає визначити, які продукти або послуги можуть бути цікавими для різних груп споживачів. Наприклад, можна виділити сегменти, такі як повторні відвідувачі, новачки або тихі відпочивальники.

Кожен з цих підходів до сегментації має свої переваги та використовується залежно від конкретних цілей та особливостей туристичного продукту територіальних об'єднань. Правильно обрана сегментація допомагає підвищити ефективність маркетингових заходів та забезпечити більший успіх у привабленні туристів.

Для виявлення та аналізу сегментів ринку в туризмі територіальних об'єднань використовуються різноманітні інструменти та методи. Одним з ефективних способів виявлення сегментів є проведення опитувань серед потенційних туристів. Анкети можуть містити питання про їхні інтереси, уподобання, призначення подорожі, бюджет тощо. Аналіз отриманих відповідей допомагає зрозуміти, які сегменти споживачів існують і як їх обслуговувати [6].

Використання існуючих даних, таких як статистика туристичного потоку, даних про бронювання готелів, кількість відвідувачів атракцій і подій, допомагає виявити сегменти ринку, які вже існують, що дозволяє побачити, які групи туристів найбільш активні та прибуткові [8].

Проведення фокус-груп з представниками цільових аудиторій дозволяє збільшити розуміння їхніх потреб, очікувань та уподобань, що допомагає виявити сегменти з схожими поглядами та попитом [7].

Використання технологій для відстеження поведінки туристів на території об'єктів або у мережі може надати важливу інформацію про їхні інтереси та переваги. Наприклад, аналіз даних GPS може показати популярні маршрути та локації [6].

Проведення спеціалізованих досліджень на тему туристичних ринків, конкурентів та споживачів. Маркетингові агентства та дослідницькі компанії можуть надати цінну інформацію та аналіз [7].

Моніторинг соціальних медіа дозволяє відстежувати обговорення та думки споживачів щодо конкретних регіонів або атракцій, що може надати важливу інформацію про їхній інтерес та реакцію [9].

Комбінування цих інструментів та методів допомагає здійснити більш глибокий та точний аналіз сегментів ринку, що також дозволяє розробити більш ефективні маркетингові стратегії для туризму територіальних об'єднань.

Питання для самоконтролю

1. Які основні методи і інструменти сегментації ринку в туризмі ви знаєте і які з них можна використовувати для подальшого аналізу сегментів?
2. Які переваги і недоліки використання соціальних медіа в маркетингу туристичних послуг на рівні територіальних об'єднань?
3. Які інструменти можна використовувати для вимірювання ефективності маркетингових кампаній у туризмі територіальних об'єднань?
4. Як можна підвищити ефективність рекламної кампанії для привертання туристів до конкретного регіону?
5. Які інноваційні підходи до маркетингу можна використовувати для розвитку туризму в маловідомих регіонах?
6. Як можна визначити ефективність рекламної кампанії та її вплив на потік туристів до конкретного регіону?
7. Як важливо враховувати психографічні характеристики цільової аудиторії при розробці маркетингових стратегій для туризму на рівні територіальних об'єднань?
8. Які інструменти можна використовувати для створення і розповсюдження цільового контенту для рекламної кампанії в туризмі?
9. Як планувати та аналізувати результати маркетингових досліджень у туризмі на рівні територіальних об'єднань?

ТЕМА 4 ІНФРАСТРУКТУРА ТА ПОСЛУГИ ДЛЯ ТУРИЗМУ В ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ОБ'ЄДНАННЯХ

Розвиток готельної інфраструктури є ключовою складовою успішного функціонування та розвитку сучасної туристичної індустрії. Розкриття важливості готельної інфраструктури як основного компонента туристичного продукту, що впливає на зручність, комфорт та задоволення туристів під час їхнього перебування є основою практичного значення розвитку інфраструктури.

Готельна інфраструктура в туризмі є невід'ємною частиною туристичного продукту та відіграє рішучу роль у забезпеченні комфорту, зручності та задоволення для подорожуючих. Вона є основною складовою туристичного досвіду і значно впливає на задоволеність туристів своєю подорожжю. Забезпечення комфортного житла, безпеки та доступу до різноманітних послуг робить готельну інфраструктуру надзвичайно важливою для успіху туристичного напрямку. Готельні можуть варіюватися від простих гостьових будинків до розкішних готелів із великими територіями та різноманітними зручностями, що дає можливість туристам вибирати варіанти, які найкраще відповідають їхнім потребам та бюджету. Готельна інфраструктура також містить ресторани та кафе, які пропонують різноманітні страви, дозволяючи подорожуючим насолоджуватися національною та місцевою кухнею. Крім того, готелі можуть надавати додаткові послуги, такі як спа-процедури, фітнес-центри, організація екскурсій і розваги для гостей. Службовий персонал готелів відіграє важливу роль у створенні приємної атмосфери та наданні якісного обслуговування. Це допомагає підвищити рівень задоволення туристів та робить перебування в регіоні більш приємним та незабутнім. Таким чином, готельна інфраструктура є незмінною складовою туристичного продукту, що значно впливає на загальний успіх та розвиток туристичного напрямку [8].

Галузь готельної інфраструктури піддавалася значним змінам у зв'язку з актуальними тенденціями, що впливають на вимоги й очікування туристів. Однією з головних тенденцій є зростання попиту на екологічно стійкі готелі та

екологічно збалансовані підходи до готельного господарства. Туристи стають все більше обізнаними щодо питань сталості та екологічного впливу, і, відповідно, вони вибирають готелі, які демонструють забезпечення сталого розвитку через використання відновлюваних джерел енергії, програми з економії води та інші екологічні ініціативи. З іншого боку, зростає використання технологій і інновацій у готельному господарстві. Це охоплює використання мобільних додатків для бронювання та управління послугами готелю, автоматизовані системи безпеки та контролю доступу, а також впровадження штучного інтелекту для покращення обслуговування гостей. Технологічні інновації дозволяють готелям забезпечувати більшу ефективність та персоналізацію обслуговування, що відповідає сучасним вимогам туристів. У вибірку інших актуальних тенденцій у галузі готельної інфраструктури також входять розширення послуг для бізнес-туристів, зокрема конференц-зали та умови для роботи, а також зростання попиту на альтернативні види житла, такі як апартаменти та домашні готелі. Усі ці тенденції відображають активну адаптацію готельної галузі до сучасних вимог та очікувань туристів, підсилюючи конкурентоспроможність та привабливість цієї сфери в індустрії туризму [10].

Дослідження впливу розвитку готельної інфраструктури на регіональну економіку та соціокультурну сферу відкриває важливі аспекти сучасного туризму. По-перше, розширення готельних об'єктів створює значну кількість робочих місць у територіальних об'єднаннях. Відкриття готелів та пов'язаних інфраструктурних об'єктів забезпечує не тільки роботу для місцевих жителів, але й сприяє зменшенню безробіття та підвищенню рівня зайнятості. По-друге, з розвитком готельної інфраструктури збільшується обсяг туристичних доходів у регіоні. Туристи, які обирають цю локацію для відпочинку, витрачають гроші на проживання, харчування, розваги та покупки, що стимулює місцеву економіку та підвищує податкові надходження. Зростання туристичних доходів може сприяти фінансовій стабільності та розвитку інфраструктури у регіоні. Нарешті, розвиток готельної інфраструктури може сприяти формуванню ідентичності територіального об'єднання. Готелі, які відображають місцеву культуру,

традиції та історію, допомагають підтримувати та популяризувати місцеві цінності серед туристів. Це може сприяти зміцненню та збереженню ідентичності регіону та сприяти розвитку культурного туризму. Усі ці фактори разом роблять розвиток готельної інфраструктури важливим інструментом для соціального та економічного піднесення територіальних об'єднань [11].

Вивчення різних стратегій розвитку готельної інфраструктури є важливим аспектом оптимізації туристичного сектора. По-перше, стратегія розширення існуючих готелів може бути ефективним рішенням для підвищення їхньої потужності та покращення обслуговування. Удосконалення існуючих готелів, додавання нових зручностей та покращення сервісу можуть привернути більше гостей та підвищити прибутковість. По-друге, будівництво нових готельних комплексів є іншою стратегією, яка сприяє збільшенню готельної інфраструктури. Це особливо актуально в районах з високим туристичним потенціалом або в нових туристичних напрямках. Нові готелі можуть привернути увагу нової аудиторії та розширити географічні межі туристичного обслуговування. Нарешті, розвиток маленьких сімейних готелів може бути важливою стратегією для збереження аутентичності та унікальності певного регіону. Ці готелі часто пропонують особливий харм і теплу атмосферу, що приваблюють туристів, які шукають неперевершені враження. Вивчення та розробка різних стратегій розвитку допомагає адаптуватися до ринкових умов і задовольняти потреби різних категорій туристів [9].

Врахування аспектів сталого розвитку в готельній інфраструктурі є сучасною необхідністю для забезпечення екологічної і соціальної відповідальності в галузі туризму. Сталість стає ключовою метою для готелів, і вони приймають заходи з ресурсозбереження та оптимізації використання енергії та води, що містить використання технологій для зменшення викидів, рециклінг відходів і раціональне використання природних ресурсів. Екологічні стандарти також стають обов'язковими для багатьох готелів, що сприяє підвищенню екологічної свідомості та зменшенню негативного впливу на природне середовище. Готелі дедалі частіше використовують альтернативні

джерела енергії, такі як сонячні панелі та вітряні турбіни, що зменшують залежність від невідновлюваних джерел енергії та сприяють зменшенню викидів CO₂ [10]. Враховуючи аспекти сталого розвитку, готелі допомагають зберегти природу та сприяють здоровому і стійкому розвитку туристичної галузі, одночасно відповідаючи нарощенню суспільного попиту на екологічно відповідальний відпочинок.

Інфраструктура послуг для туристів, включаючи ресторани, розваги та екскурсії, відіграє вирішальну роль у створенні незабутнього туристичного досвіду та забезпеченні комфорту та задоволення подорожуючих. Ресторани регіонального та національного харчування дозволяють туристам відкривати нові смаки і насолоджуватися аутентичною кухнею місцевого регіону. Вони стають не лише місцем харчування, але і місцем зустрічі з культурою та традиціями. Розважальні заклади, включаючи театри, кінотеатри, нічні клуби та музейні комплекси, надають різноманітні можливості для дозвілля та пізнання. Вони допомагають туристам насолоджуватися місцевими видами мистецтва, культурою та розвагами. Екскурсії та організовані подорожі дають можливість туристам вивчати історію, природу та архітектуру регіону під керівництвом професійних гідів. Це допомагає глибше зрозуміти місцевий контекст та приносить незабутні враження. Усі ці складові інфраструктури послуг для туристів підсилюють привабливість регіону як туристичного напрямку та сприяють розширенню туристичної індустрії.

Питання для самоконтролю

1. Які основні елементи готельної інфраструктури впливають на якість туристичного продукту територіальних об'єднань?
2. Як готельна інфраструктура впливає на соціальний та економічний розвиток територіальних об'єднань?
3. Які заходи можуть бути прийняті для покращення сталості та екологічної відповідальності готельної інфраструктури?

4. Як важливо враховувати потреби та очікування різних категорій туристів під час планування готельних послуг територіальних об'єднань?

5. Які інновації та технологічні рішення можуть підвищити якість та ефективність готельної інфраструктури в територіальних об'єднаннях?

6. Як важливо підтримувати аутентичність та культурну спадщину через готельну інфраструктуру в регіональному туризмі?

ТЕМА 5 УПРАВЛІННЯ ЯКІСТЮ В ГОТЕЛЬНОМУ БІЗНЕСІ В ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ОБ'ЄДНАННЯХ

Якість є однією з ключових складових готельного бізнесу і має вирішальне значення для задоволення потреб і очікувань гостей. Висока якість послуг та обслуговування є фундаментальним аспектом для створення позитивного туристичного досвіду і побудови довгострокових відносин з клієнтами. Готелі, які приділяють особливу увагу якості, зазвичай отримують відповідний репутаційний статус і можуть конкурувати на ринку більш успішно.

Значення якості в готельному бізнесі також виявляється у підвищенні клієнтської лояльності та позитивному відгуку гостей, що допомагає привертати нових клієнтів і збільшувати обіг. Невід'ємною частиною якості є безпека та комфорт гостей, що має особливе значення в умовах сучасного світу. Готелі, які інвестують у підвищення якості, сприяють позитивному іміджу не тільки себе, але й всього туристичного напрямку, сприяючи розвитку туризму та забезпеченню високих стандартів обслуговування [11].

Системи управління якістю (далі – СУЯ) є невід'ємною складовою готельного сектора та відіграють важливу роль у забезпеченні високої якості обслуговування і задоволення потреб гостей. Застосування систем управління якістю у готельному секторі сприяє стандартизації процесів, визначенню ключових показників якості і систематичному контролю за виконанням стандартів [9].

Головною перевагою впровадження систем управління якістю є підвищення рівня якості обслуговування та відповідальності персоналу готелю. Системи управління якістю допомагають готелям виявляти слабкі місця у процесах обслуговування та вчасно коригувати їх, що сприяє підвищенню задоволеності гостей. Крім того, вони допомагають зменшити ризик виникнення помилок та невідповідностей стандартам [11].

Системи управління якістю також має важливе значення для підвищення конкурентоспроможності готелю на ринку. Готелі, які володіють сертифікацією якості, зазвичай приваблюють більше клієнтів, оскільки це свідчить про їхню готовність до високих стандартів обслуговування. Застосування СУЯ стає стратегічним інструментом для досягнення успіху та забезпечення сталого розвитку в готельному секторі [9].

Взаємозв'язок між якістю та задоволеністю клієнтів є важливим аспектом у готельному бізнесі. Якість обслуговування та надання послуг безпосередньо впливає на ступінь задоволеності гостей. Клієнти мають вищі очікування від готелю, коли той позиціонує себе як заклад вищого класу, та вони очікують відповідно високої якості обслуговування [9].

Задоволені гості часто стають лояльними клієнтами та рекомендують готель іншим. Вони сприяють підвищенню репутації готелю та забезпеченню його успішності на ринку. На практиці це означає, що інвестування в поліпшення якості послуг і вдосконалення систем управління якістю може мати прямий вплив на фінансовий успіх готелю та його конкурентоспроможність [7].

Загалом, взаємозв'язок між якістю та задоволеністю клієнтів підтверджує, що задоволені гості є ключовим ресурсом для готелю та важливим чинником для досягнення його цілей і успішності.

Системи управління якістю в туризмі мають особливу важливість, особливо коли розглядається специфіка територіальних об'єднань. Основним завданням таких систем є забезпечення високої якості обслуговування та задоволення потреб гостей, а також зменшення можливих ризиків і негативних впливів на навколишнє середовище [9].

Враховуючи специфіку територіальних об'єднань, системи управління якістю мають бути орієнтовані на підтримку аутентичності та унікальності кожного регіону, що містить застосування стандартів, які враховують культурні особливості, традиції та специфічні потреби різних територіальних об'єднань. Такі системи сприяють створенню різноманітних індивідуальних туристичних пропозицій та сприяють розвитку туристичного потенціалу різних регіонів.

Питання для самоконтролю

1. Які основні цілі та завдання системи управління якістю в туризмі?
2. Які переваги для готелів та інших туристичних підприємств при впровадженні системи управління якістю?
3. Як враховувати специфіку територіальних об'єднань під час розробки системи управління якістю в туризмі?
4. Як системи управління якістю можуть сприяти підвищенню рівня задоволеності клієнтів у туристичних об'єднаннях?
5. Які методи та інструменти використовуються для визначення якості послуг та вимірювання рівня задоволеності клієнтів у туризмі?
6. Які кроки можна здійснити для постійного вдосконалення системи управління якістю в туристичному бізнесі та забезпечення сталого розвитку?

ТЕМА 6 СТАЛІСТЬ ТА СТАЛИЙ РОЗВИТОК У ТУРИЗМІ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ОБ'ЄДНАНЬ

Сталий розвиток – це концепція, що передбачає забезпечення потреб теперішнього покоління, не позбавляючи можливість задоволення потреб майбутніх поколінь. У контексті туризму в територіальних громадах сталий розвиток означає збалансований підхід до розкриття туристичного потенціалу, з урахуванням соціокультурних, екологічних та економічних вимог.

Важливість сталого розвитку для туризму в територіальних громадах найбільше проявляється у збереженні природного та культурного спадку, зменшенні негативного впливу на довкілля та сприянні розвитку місцевих економік. Це допомагає створити умови для тривалого і стійкого росту туризму, який може приносити користь не лише теперішнім громадам, але й майбутнім поколінням, зберігаючи при цьому цінності та унікальність регіону [10].

Екологічні аспекти та відповідальний туризм є важливою складовою сучасної туристичної індустрії. Вони спрямовані на збереження природного середовища та зменшення негативного впливу туристичних активностей на екосистеми та біорізноманіття. Відповідальний туризм містить низку практик, спрямованих на збереження навколишнього середовища, включаючи обмеження викидів шкідливих речовин, використання відновлюваних ресурсів та заохочення сталого споживання та відпочинку [11].

Цей підхід має важливе значення для туризму в територіальних громадах, оскільки вони часто є природно багатими регіонами з унікальними екосистемами. Відповідальний туризм допомагає зберегти ці природні багатства для майбутніх поколінь та забезпечує сталість розвитку територій, сприяючи економічному та соціокультурному розвитку громад. Це робить екологічний підхід та відповідальний туризм невід'ємною частиною сучасного туристичного бізнесу та споживацьких практик [9].

Сталість у готельному курортному бізнесі визначається здатністю готелів та курортів до довгострокового ефективного функціонування, не завдаючи шкоди природному та соціокультурному середовищу. Це важлива конкурентна перевага, яка спряє збереженню популярності та привабливості місцевостей для відпочинку та туризму [10].

Сталість містить збереження природного середовища та біорізноманіття, раціональне використання ресурсів, обмеження викидів та відходів, а також сприяння відповідальному споживанню та підтримці місцевих громад. Готелі та курорти, які діють у межах сталого розвитку, зазвичай користуються

підвищеним попитом серед туристів, які цінують екологічну та соціокультурну відповідальність [9].

Сталість також допомагає готелям зменшити витрати та підвищити ефективність операцій, що може бути ключовим аспектом конкурентоспроможності. Крім того, це робить готелі та курорти більш атрактивними для інвесторів та фінансових установ, що сприяє їхньому сталому розвитку [11].

Зрештою, сталість у готельному курортному бізнесі не лише зберігає природні та культурні цінності регіонів, але і сприяє їхньому успішному функціонуванню та конкурентоспроможності на глобальному туристичному ринку.

Сталий туризм з аспектом особливостей територіальних об'єднань стає надзвичайно важливою концепцією у сучасному світі туризму. Територіальні об'єднання можуть варіюватися за розміром, природними особливостями, культурним надбанням та різноманітними історичними контекстами, що вимагає індивідуального підходу до сталого туризму [13].

Однією з ключових особливостей територіальних об'єднань є їхній природний спадок. Збереження природних екосистем та біорізноманіття може бути важливою метою сталого туризму. Наприклад, національні парки та природні заповідники потребують особливої уваги до екологічних аспектів туризму, щоб уникнути негативного впливу на природу [13].

Культурне надбання і традиції також відіграють важливу роль у туризмі територіальних об'єднань. Збереження та відтворення культурних цінностей може включати розвиток музеїв, фестивалів, археологічних розкопок та інших атракцій. При цьому важливо враховувати інтереси місцевих спільнот та забезпечувати їхню участь у розвитку туризму [8].

Однією з важливих складових сталого туризму є забезпечення вигод для місцевого населення та розвитку місцевої економіки. Це може містити створення робочих місць, розвиток малого та середнього бізнесу, підвищення рівня освіти та інфраструктури [11].

Зрештою, сталий туризм у контексті територіальних об'єднань вимагає глибокого розуміння природних, культурних та соціальних аспектів конкретного регіону. Він прагне забезпечити гармонію між розвитком туризму та збереженням та підтримкою унікальних характеристик кожної території для забезпечення сталого розвитку і підвищення якості життя місцевого населення.

Питання для самоконтролю

1. Які основні аспекти природоохоронного сталого розвитку в туризмі враховують особливості територіальних об'єднань?
2. Як впливає сталий туризм на збереження біорізноманіття та природних ресурсів у різних територіальних громадах?
3. Як можна забезпечити взаємозв'язок між сталим туризмом та підтримкою місцевих спільнот у регіонах, які розвивають туризм?
4. Які практичні заходи можуть бути прийняті для збереження культурних цінностей та традицій в туристичних об'єднаннях?
5. Які економічні переваги може мати територіальна громада від сталого розвитку туризму?
6. Які можливості та виклики виникають при реалізації сталого туризму у великих міських об'єднаннях порівняно з меншими та руральними територіями?

ТЕМА 7 ТУРИСТИЧНИЙ МЕНЕДЖМЕНТ ТА СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ОБ'ЄДНАНЬ

Туристичний менеджмент є важливою складовою туристичної індустрії та відіграє ключову роль у вдосконаленні та оптимізації туристичних послуг та продуктів. Його основними принципами та завданнями є забезпечення якості обслуговування та задоволення потреб туристів, оптимізація управлінських процесів та підвищення конкурентоспроможності галузі.

Перший принцип туристичного менеджменту – це спрямованість на клієнта. Туристичні підприємства повинні ретельно аналізувати потреби, побажання та очікування своїх клієнтів і створювати продукти та послуги, що відповідають їхнім потребам [7].

Другий принцип – це стале вдосконалення. Туристичний менеджмент вимагає постійного аналізу та покращення усіх аспектів бізнесу, від розробки маркетингових стратегій до управління фінансами та персоналом [8].

Третій принцип – це створення інноваційних рішень. Туристична індустрія постійно змінюється, тому менеджмент має бути готовий до впровадження нових технологій та ідей для підвищення ефективності та конкурентоспроможності [7].

Четвертий принцип – це збалансоване врахування фінансових, екологічних та соціокультурних аспектів. Туристичний менеджмент повинен враховувати вплив своєї діяльності на економіку, довкілля та спільноти, у яких він працює, та дбати про сталість та відповідальність [8].

Завданням туристичного менеджменту є створення ефективних стратегій, планування ресурсів, контроль якості та досягнення сталого розвитку туризму, що відповідає потребам сучасного світу та забезпечує максимальну користь для всіх зацікавлених сторін [5].

Розробка стратегії розвитку туризму в територіальних об'єднаннях є надзвичайно важливим завданням для створення стійкої та привабливої туристичної інфраструктури. Територіальні об'єднання, такі як регіони, міста або природні парки, мають великий потенціал для розвитку туризму, і важливо розробляти стратегії, що відповідають їхнім унікальним особливостям та ресурсам [5].

Перший крок у розробці стратегії – це аналіз поточного стану туристичної галузі у певному територіальному об'єднанні. Це містить оцінку природних та культурних ресурсів, наявну інфраструктуру, аналіз конкурентів та оцінку попиту на туристичні послуги. Важливо також врахувати позицію об'єднання на туристичному ринку і визначити його конкурентні переваги [6].

Другий етап – це визначення стратегічних цілей та завдань. Вони повинні бути конкретними, вимірюваними, досяжними, реалістичними та часово орієнтованими (критерії SMART). Наприклад, цілі можуть включати збільшення кількості туристів, покращення якості послуг, розвиток нових туристичних продуктів тощо [7].

Третій етап – це розробка конкретних стратегічних заходів та планів дій для досягнення поставлених цілей. Це може містити рекламні кампанії, розвиток інфраструктури, підтримку малого та середнього бізнесу, сприяння сталому туризму та інші заходи [6].

Четвертий етап – це впровадження та моніторинг стратегії. Важливо постійно відстежувати прогрес у досягненні цілей, вносити корективи у стратегію, якщо це необхідно, та забезпечувати, щоб розвиток туризму відповідав потребам територіального об'єднання та його мешканців [7].

Розробка стратегії розвитку туризму у територіальних об'єднаннях – це складний і багатоетапний процес, який вимагає об'єднання зусиль громадськості, галузевих експертів та владних органів для забезпечення сталого і успішного розвитку туризму в регіоні [5].

Моніторинг та оцінка результатів стратегічного планування є критичними етапами у забезпеченні успішності та ефективності будь-якої стратегії розвитку, включаючи туризм у територіальних об'єднаннях. Ці етапи дозволяють визначити, наскільки досягнуті цілі та завдання, виявити проблеми та можливості для вдосконалення стратегії та внести необхідні корективи [7].

Одним із ключових аспектів моніторингу є збір та аналіз даних, що може містити зібрання статистичних даних щодо кількості туристів, їхніх витрат, задоволення від відпочинку та інших показників. Аналіз цих даних дозволяє визначити тенденції та зрозуміти, які аспекти стратегії працюють, а які потребують вдосконалення [6].

Другим важливим елементом є внутрішній та зовнішній аудит. Внутрішній аудит оцінює ефективність внутрішніх процесів та ресурсів організації, включаючи управління фінансами та персоналом. Зовнішній аудит досліджує

зміни у зовнішньому середовищі, такі як зміни в законодавстві, конкурентному оточенні, та оцінює їхній вплив на стратегію [5].

Третій аспект – це оцінка відповідності досягнених результатів поставленим стратегічним цілям. Якщо підсумки моніторингу та оцінки вказують на те, що цілі досягнуті, це підтверджує успішність стратегії. У випадку, якщо досягнуті результати не відповідають очікуванням, важливо визначити причини та внести корективи у стратегію [6].

Завершальним етапом є внесення змін та оновлення стратегії на основі отриманих даних та оцінок. Цей процес дозволяє адаптувати стратегію до змінюючихся умов та забезпечити її найкращу ефективність у досягненні цілей розвитку туризму у територіальному об'єднанні [5].

Питання для самоконтролю

1. Які основні принципи туристичного менеджменту?
2. Які завдання туристичного менеджменту містять розробку стратегії розвитку туризму?
3. Як впливає аналіз поточного стану туристичної галузі на розробку стратегії розвитку?
4. Які критерії визначення цілей та завдань у стратегії розвитку туризму?
5. Які етапи розробки стратегії розвитку туризму містять аналіз, визначення цілей, розробку заходів та моніторинг?
6. Як можна оцінювати ефективність стратегії розвитку туризму і чому моніторинг є важливим?
7. Які можливість корекції стратегії розвитку туризму в разі досягнення / недосягнення цілей?
8. Як туристичний менеджмент сприяє розвитку сталого туризму в територіальних об'єднаннях?
9. Як внутрішній та зовнішній аудит впливають на стратегічне планування у туризмі?

10. Як може стратегічне планування сприяти забезпеченню конкурентоспроможності територіальних об'єднань у сфері туризму?

ТЕМА 8 ПРАВОВІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ОБ'ЄДНАНЬ

Правові аспекти розвитку туризму територіальних об'єднань є важливими для забезпечення сталого та успішного розвитку туристичної галузі в цих регіонах. Законодавство в цій галузі має визначати права та обов'язки учасників туристичного ринку, забезпечувати правовий захист туристів і сприяти розвитку інфраструктури.

Однією з ключових аспектів є регулювання та ліцензування туристичних послуг та підприємств. Відповідне законодавство має встановлювати правила для реєстрації та функціонування туристичних агентств, готелів, туроператорів та інших суб'єктів, що надають послуги у сфері туризму. Це сприяє підвищенню якості послуг та забезпечує безпеку та комфорт для туристів [8].

Законодавство також повинно враховувати екологічні аспекти та вимоги щодо збереження природних та культурних ресурсів. Закони та нормативи повинні сприяти розвитку сталого туризму, враховуючи вплив туристичної діяльності на довкілля та спільноти [7].

Правові аспекти також повинні враховувати права та інтереси місцевих громад та інших зацікавлених сторін. Це може містити визначення механізмів розподілу туристичних прибутків та сприяння розвитку місцевого бізнесу [7].

Незважаючи на важливість правового регулювання, важливо також забезпечувати ефективне виконання законів та контроль за їхнім дотриманням. Таке контрольне середовище допомагає запобігати порушенням та забезпечувати довіру туристів до регіону як безпечного та привабливого місця для відпочинку [6].

Законодавство та правила, що регулюють туризм, є важливою складовою для забезпечення порядку, безпеки та захисту прав туристів у всьому світі. Вони визначають стандарти та вимоги, які повинні дотримуватися туристичні підприємства, організації та інші учасники галузі [7].

Однією з основних складових законодавства є ліцензування та реєстрація туристичних агентств та туроператорів. Це дозволяє державам контролювати якість послуг та забезпечити відповідність стандартам безпеки та ефективності. Зокрема, це може містити обов'язкову страховку для туристів, щоб забезпечити їхню захищеність у випадку непередбачених обставин [6].

Законодавство також встановлює правила для збереження природи та культурної спадщини в об'єктах туризму. Заборони на вилов рідкісних тварин, обмеження на будівництво в екологічно вразливих зонах та вимоги щодо збереження історичних пам'яток є стандартними елементами такого законодавства [6].

Крім того, закони та правила також встановлюють вимоги щодо якості послуг, безпеки транспорту та обслуговування туристів. Наприклад, вони можуть визначати стандарти готельного обслуговування, безпеки авіаперельотів чи якості харчування у ресторанах [5].

Загальна мета цього законодавства та правил – забезпечити туристам високий рівень комфорту та безпеки під час їхньої подорожі та водночас захистити природу та культурну спадщину територій, які вони відвідують [6].

Законодавство та правила, які регулюють туризм, також містять важливі вимоги щодо безпеки туристів. Це стосується як фізичної безпеки, так і медичного забезпечення в разі надзвичайних ситуацій або травм. Туристичні оператори і готелі повинні мати необхідні процедури та ресурси для надання допомоги в разі необхідності, а також інформувати туристів про правила безпеки під час їхньої подорожі [7].

Законодавство також може встановлювати правила щодо віз та імміграційних питань для туристів, включаючи вимоги до візових документів та

правила перетину кордону. Це має важливе значення для забезпечення легального та безпечного в'їзду туристів у територіальні об'єднання [6].

Законодавство також встановлює відповідальність за порушення правил та надає туристам право на відшкодування в разі невиконання умов договору або інших правових проблем. Це допомагає забезпечити справедливі умови для туристів та підтримує довіру до туристичного бізнесу [8].

Зрештою, законодавство та правила, які регулюють туризм, є важливими для забезпечення прав і безпеки туристів, збереження природи та культурної спадщини, а також розвитку сталого туризму в територіальних об'єднаннях. Їхня відповідна реалізація та виконання допомагають зробити туризм вигідним та екологічно стійким сектором господарства [6].

Права та обов'язки туристів та готельних послуг взаємодіють між собою і визначають стосунки між тими, хто надає туристичні послуги, і тими, хто їх використовує. Ця взаємодія побудована на низці прав та обов'язків, які обумовлюють комфорт та безпеку туристичного досвіду [8].

Туристи передусім мають право на отримання якісних та безпечних туристичних послуг від готелів та інших суб'єктів туристичної індустрії. Це містить право на чітку інформацію про послуги, ціни та умови проживання, а також на якісне обслуговування та безпеку під час перебування [7].

Туристи також повинні дотримуватися обов'язків, включаючи повагу до правил готелю, дбайливе використання майна та дотримання правил безпеки. Важливо вести себе так, щоб не завдавати шкоди іншим туристам або персоналу готелю [8].

Права та обов'язки туристів також можуть бути визначені законодавством країни або регіону, у якому вони перебувають. Наприклад, у різних країнах можуть бути різні правила щодо споживчих прав та обов'язків туристів. Тому важливо перед подорожжю ознайомитися з місцевими правилами та законами, що стосуються туризму [6].

У великій мірі взаємодія між туристами та готелями ґрунтується на дотриманні прав і обов'язків, що визначають комфорт та безпеку під час

подорожі. Такий підхід допомагає забезпечити гармонійні стосунки та задоволення від туристичного досвіду [8].

Відповідальність учасників туристичного бізнесу є ключовою для забезпечення якості та безпеки туристичних послуг та підтримки довіри туристів до індустрії. Учасники туристичного бізнесу включають готелі, туроператорів, авіакомпанії, ресторани та інших постачальників послуг, і кожен з них має свої обов'язки та відповідальність перед клієнтами та суспільством загалом [8].

Учасники туристичного бізнесу повинні насамперед забезпечувати якість та безпеку наданих послуг. Це містить підтримання високих стандартів обслуговування, безпечність та зручність для клієнтів, а також дотримання всіх необхідних норм та стандартів, включаючи правила безпеки. Для готелів і гостьових будинків важливо дотримуватися стандартів комфорту та безпеки проживання, забезпечувати чистоту та охайність приміщень, а також надавати інформацію про всі необхідні аспекти перебування [7].

Туроператори та туристичні агентства повинні надавати точну та вичерпну інформацію про подорожі, включаючи умови та ціни, а також вміти вирішувати можливі проблеми, які можуть виникнути під час подорожі. Авіакомпанії повинні гарантувати безпеку польотів та забезпечувати комфорт та зручність для пасажирів, а також вживати заходів для запобігання затримкам та відмінам рейсів [9].

Ресторани та інші заклади громадського харчування повинні дотримуватися стандартів безпеки та гігієни харчових продуктів та забезпечувати якість та смак страв. Відповідальність учасників туристичного бізнесу передбачає також відшкодування збитків та неприємностей туристам у разі невиконання умов договору чи порушення законодавства. Такий підхід сприяє зміцненню довіри до туристичного бізнесу та підтримці позитивного іміджу та репутації галузі [10].

Питання для самоконтролю

1. Які основні обов'язки готелів та готельних послуг перед туристами?

2. Які стандарти комфорту та безпеки повинні дотримуватися готелі та гостьові будинки?
3. Які вимоги до інформації, надаваної туристам туроператорами та туристичними агентствами?
4. Які обов'язки авіакомпаній стосовно безпеки та комфорту пасажирів?
5. Які вимоги до якості та безпеки їжі та обслуговування у ресторанах та інших закладах громадського харчування?
6. Які права та обов'язки туристів щодо дотримання правил та норм у готелях та під час подорожі?
7. Які заходи вживаються в разі порушення прав та обов'язків з обох сторін – туристів і готелів?
8. Як відбувається вирішення конфліктів між туристами і готелями чи іншими учасниками туристичного бізнесу?
9. Як правове регулювання туризму може варіюватися в різних країнах та регіонах?

ТЕМА 9 КРИЗИ ТА РИЗИКИ В ТУРИЗМІ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ОБ'ЄДНАНЬ

Кризи та ризики є неодмінною складовою туризму в територіальних об'єднаннях і можуть виникати з різних причин. Однією з найбільш поширених криз є економічна, коли зміни в глобальній економіці можуть впливати на туристичну діяльність. Наприклад, фінансова криза може зменшити платоспроможність туристів і знизити попит на подорожі.

Іншим частим ризиком є природні кризи, такі як природні катастрофи, стихійні лиха або епідемії. Ці події можуть призвести до відміни подорожей та збитків для галузі туризму. У таких ситуаціях важливо мати готовість до кризи і планувати дії для захисту туристів та мінімізації втрат [10].

Політичні кризи та конфлікти також можуть впливати на туристичну діяльність, особливо в регіонах, де ця галузь є важливою частиною економіки.

Обмеження на пересування, закриття кордонів або загострення конфліктів можуть призвести до зменшення потоку туристів і втрат для бізнесу [9].

Для управління кризами та ризиками в туризмі територіальних об'єднань важливо розробляти плани надзвичайних ситуацій, співпрацювати зі змінними обставинами та реагувати оперативно на зміни. Важливо також мати системи страхування та фінансові резерви для подолання складних ситуацій [13].

Туристична галузь у територіальних об'єднаннях може стикатися з різними видами кризисів, які впливають на її функціонування та розвиток. Розглянемо деякі з найбільш типових видів кризисів, які можуть виникнути [13]:

1. Економічна криза: зниження економічної активності або рецесія можуть призвести до зменшення платоспроможності туристів. Вони можуть змушені обмежувати свої витрати на подорожі, що призводить до зниження попиту на туристичні послуги та послаблення конкурентоспроможності галузі.

2. Природні катастрофи і стихійні лиха: природні кризи, такі як землетруси, урагани, повені або лісові пожежі, можуть призвести до знищення туристичної інфраструктури, екологічних змін та загрози безпеці туристів.

3. Політичні кризи і конфлікти: політичні нестабільності, війни та конфлікти можуть призвести до обмежень на пересування та зменшення попиту на подорожі до певних регіонів. Вони також можуть призвести до змін в іміджі країни або регіону як туристичного напрямку.

4. Здоров'я та епідемії: пандемії та епідемії, як показав досвід COVID-19, можуть серйозно вплинути на туризм. Заходи з обмеження пересування, закриття кордонів та обмеження громадських заходів можуть суттєво обмежити туристичну активність.

5. Терористичні акти та безпека: терористичні події та загрози можуть призвести до зменшення потоку туристів у вразливі регіони та вимагати великих витрат на забезпечення безпеки.

Розуміння різних видів кризисів та розробка планів надзвичайних ситуацій є важливими аспектами управління туристичним бізнесом у територіальних

об'єднаннях. Важливо мати гнучкість та готовність реагувати на зміни, щоб забезпечити безпеку та комфорт туристів під час найрізноманітніших кризових ситуацій.

Планування та управління кризовими ситуаціями є критичним аспектом готельного курортного туристичного сервісу, оскільки ця галузь надає послуги для туристів у різноманітних обставинах і оточеннях. Розглянемо основні аспекти планування та управління кризовими ситуаціями у готельному секторі [11]:

1. Розробка планів надзвичайних ситуацій: готелі повинні мати плани дій для різних видів надзвичайних ситуацій, таких як пожежі, природні катастрофи, терористичні загрози або епідемії. Ці плани повинні включати процедури евакуації, комунікації зі службами порятунку, а також забезпечення безпеки та комфорту гостей.

2. Тренування персоналу: важливо, щоб персонал готелю був підготовлений до дій в надзвичайних ситуаціях. Регулярні тренування та симуляції допомагають покращити реакцію персоналу на кризові ситуації і забезпечити високий рівень безпеки для гостей.

3. Кризовий комунікаційний план: готелі повинні мати плани для ефективної комунікації з гостями під час кризових ситуацій, що містить надання інформації про поточну ситуацію, інструкції щодо поведінки та забезпечення засобами зв'язку.

4. Запаси та резерви: готелі повинні мати достатні запаси їжі, води та інших ресурсів для забезпечення гостей під час надзвичайних ситуацій. Також важливо мати фінансові резерви для подолання фінансових втрат, пов'язаних із кризовими ситуаціями.

5. Співпраця з місцевими владами і службами порятунку: готелі повинні активно співпрацювати з місцевими владами та службами порятунку для координації дій під час кризових ситуацій і отримання необхідної підтримки.

Планування та управління кризовими ситуаціями в готельному курортному туристичному сервісі є важливою складовою забезпечення безпеки та задоволення гостей під час найрізноманітніших обставин.

Зменшення ризиків у туризмі є важливим завданням для готелів, туроператорів та інших учасників галузі. Існує кілька методів та підходів, які допомагають знизити ризики та покращити безпеку та якість обслуговування туристів [10]:

1. Страхування та резерви: готелі та туристичні підприємства можуть укладати страхові поліси на випадок надзвичайних ситуацій, таких як природні катастрофи, медичні екстрені випадки або втрати багажу. Важливо також мати фінансові резерви для подолання фінансових труднощів, пов'язаних з кризовими ситуаціями.

2. Планування та навчання персоналу: ретельне планування та тренування персоналу допомагають забезпечити ефективну реакцію на надзвичайні ситуації. Персонал повинен знати, як діяти під час пожежі, евакуації гостей, надання медичної допомоги тощо.

3. Моніторинг та аналіз ризиків: системи моніторингу та аналізу допомагають виявляти потенційні ризики та прогнозувати їхні наслідки. Це дозволяє вживати заходів з попередження та управління ризиками до їхнього настання.

4. Безпека та інфраструктура: готелі повинні мати відповідну інфраструктуру та системи безпеки, такі як димові датчики, системи вентиляції, пожежні виходи та екстрені виходи. Регулярна перевірка та обслуговування цих систем є обов'язковими.

5. Співпраця зі службами порятунку і місцевими владами: готелі та туристичні підприємства повинні плідно співпрацювати зі службами порятунку та місцевими владами для координації дій у випадку надзвичайних ситуацій, що містить планування евакуації та обмін інформацією.

Зменшення ризиків у туризмі вимагає комплексного підходу та впровадження відповідних стратегій та заходів, що допомагає забезпечити

безпеку та комфорт для туристів і зберегти добру репутацію туристичного підприємства.

Отже, ризики є невід'ємною складовою туристичної галузі, оскільки туризм пов'язаний з великою кількістю змінних факторів, які можуть впливати на безпеку та задоволення туристів. Найпоширенішими видами ризиків у туризмі є економічні кризи, природні катастрофи, політичні конфлікти, медичні екстрені ситуації, терористичні загрози та епідемії. Кожен з цих видів ризиків вимагає специфічних заходів управління та попередження. Ефективне планування, тренування персоналу та розробка планів дій у надзвичайних ситуаціях є важливими компонентами зменшення ризиків. Готелі та туристичні підприємства повинні мати гнучкість та готовність реагувати на небезпеку. Співпраця з місцевими владами, службами порятунку та іншими галузями господарства є важливою для ефективного управління ризиками. Координація дій та обмін інформацією можуть допомогти зменшити наслідки надзвичайних ситуацій. Збереження відповідних резервів, як фінансових, так і матеріальних, дозволяє забезпечити фінансову стійкість під час кризових ситуацій і відновити нормальну діяльність якнайшвидше.

Загалом, ефективне управління ризиками є важливою умовою для забезпечення безпеки та задоволення туристів. Галузь туризму має бути готовою до різних викликів та мати плани дій для подолання негативних наслідків, що допоможе зберегти репутацію та стабільність галузі.

Питання для самоконтролю

1. Які є найпоширеніші види ризиків у туристичній галузі, і як їх можна класифікувати?
2. Які заходи безпеки та попередження ризиків можуть бути призначені для мінімізації наслідків природних катастроф у готельному бізнесі?
3. Якими методами та інструментами можна оцінювати та аналізувати ризики в туристичному секторі?

4. Які кроки та плани варто розробляти для ефективного управління кризовими ситуаціями у готельному курортному туризмі?
5. Які вимоги щодо безпеки та інфраструктури готелів важливі для зменшення ризиків для туристів?
6. Як співпраця з місцевими органами влади та службами порятунку може покращити управління ризиками в туристичній галузі?
7. Якими фінансовими та матеріальними резервами мають бути оснащені готелі для подолання фінансових труднощів під час кризових ситуацій?
8. Які методи зменшення ризиків можуть бути застосовані в готельному бізнесі для підвищення безпеки та задоволення туристів?
9. Як важливо планувати та тренувати персонал готелю для реагування на надзвичайні ситуації?
10. Які переваги моніторингу та аналізу ризиків в туризмі для готельного бізнесу та які можливі наслідки незважання на них?

ТЕМА 10 ІННОВАЦІЇ ТА МАЙБУТНІ ТРЕНДИ В ТУРИЗМІ

Інновації та майбутні тренди в туризмі значно впливають на спосіб, яким ми подорожуємо і відпочиваємо. Сучасна технологічна революція та зміни в споживацьких прагненнях створюють нові можливості і виклики для туристичної галузі.

Одним із ключових трендів є використання штучного інтелекту та аналітики даних для персоналізації подорожей. Туристи тепер можуть отримати індивідуальні рекомендації щодо місць відпочинку, маршрутів і ресторанів, що відповідають їхнім уподобанням. Це підвищує задоволення та комфорт подорожей [12].

Другим важливим трендом є збільшення попиту на екологічно стійкі подорожі. Туристи стають все більше свідомими щодо впливу своїх подорожей на навколишнє середовище і віддають перевагу екотуризму, сталим видам перевезень та готелям з екологічними ініціативами [11].

Також варто відзначити зростаючий інтерес до космічного туризму. Цей новий сегмент галузі пропонує можливість для відкриття космічних подорожей, дослідження інших планет і зоряних систем [10].

Майбутнє туризму обіцяє бути захопливим та інноваційним, де технології, сталість та нові види подорожей об'єднуються для створення найкращого досвіду для туристів [12].

Інновації в готельному курортному туристському сервісі відіграють ключову роль у покращенні якості та конкурентоспроможності цієї галузі. Сучасні готелі та курорти активно впроваджують нові технології та ідеї для задоволення потреб сучасних туристів [5].

Один із найважливіших аспектів інновацій в готельному секторі – це використання інформаційних технологій. Системи управління готелями (PMS) стали невід'ємною частиною роботи готелів, спрощуючи резервацію, облік гостей та фінансовий облік. Технології Internet of Things (IoT) дозволяють підключати різні пристрої та послуги у номерах, забезпечуючи комфорт та зручність гостей [6].

Ще однією інноваційною тенденцією є зосередженість на сталому розвитку. Готелі стають більш екологічно-свідомими, використовуючи відновлювані джерела енергії, зменшуючи споживання води та впроваджуючи програми переробки відходів. Крім того, збільшується важливість споживачів до екологічно чистих продуктів і послуг [5].

Для готелів також важливо розвивати унікальні та персоналізовані пропозиції для гостей. Це може містити організацію культурних заходів, екскурсій, кулінарних майстер-класів та інших додаткових послуг, що роблять перебування гостей незабутнім [4].

Позитивні зміни в готельному та курортному сервісі завдяки інноваціям можна помітити і в інших аспектах. Наприклад, введення роботів та штучного інтелекту для автоматизації деяких процесів. Роботи можуть використовуватися для прибирання, доставки послуг до номерів гостей, а також навіть як додатковий інтерфейс для обслуговування клієнтів. Це не тільки робить

обслуговування більш ефективним, але і створює цікавий футуристичний досвід для гостей [5].

Однією з головних інновацій в готельному та курортному сервісі є впровадження розширеної реальності (AR) та віртуальної реальності (VR). Гості можуть використовувати AR-або VR-окуляри, щоб отримати додаткову інформацію про місця, які вони відвідують, або навіть для імітації екскурсій у віддалені місця. Це розширює можливості для розваг та освіти під час подорожі [4].

Ще однією інноваційною тенденцією є використання блокчейн-технології для забезпечення безпеки та конфіденційності даних гостей. Блокчейн дозволяє створювати безпечні та надійні системи для обробки резервацій, оплати та ідентифікації гостей, забезпечуючи їм вищий рівень захисту особистої інформації [5].

В інноваціях також важливе питання стосовно сталості. Багато готелів переходять до використання альтернативних джерел енергії, встановлюють сонячні батареї та інші екологічно чисті технології для зменшення негативного впливу на навколишнє середовище [6].

Інновації допомагають готелям і курортам залучати та задовольняти туристів, підвищуючи якість послуг та збільшуючи конкурентоспроможність на ринку готельного та курортного сервісу. Загалом, інновації в готельному курортному туристському сервісі стають драйвером змін у цій галузі, допомагаючи готелям адаптуватися до сучасних вимог та запитів туристів, а також роблять подорожі більш комфортними та захоплюючими.

Сучасний туризм підпорядкований впливовим технологічним та соціальним трендам, які визначають спосіб, яким ми подорожуємо та споживаємо туристичні послуги [6].

Один із найважливіших технологічних трендів – це використання мобільних пристроїв та додатків для подорожей. Смартфони та планшети стали невід'ємною частиною подорожі, вони дозволяють здійснювати бронювання, отримувати інформацію про локації, замовляти послуги та навіть спілкуватися з

іншими мандрівниками. Додатки, які пропонують картографічні дані, рекомендації щодо ресторанів та екскурсій, стали невід'ємною частиною подорожі [5].

Ще однією важливою технологічною тенденцією є використання розширеної реальності (AR) та віртуальної реальності (VR) для покращення туристичного досвіду. Туристи можуть використовувати AR-або VR-окуляри, щоб поглибити свої знання про історію та культуру відвідуваного місця, або навіть відчувати себе на іншій стороні світу без покидання готелю [6].

Соціальні медіа також мають значущий вплив на туризм. Фотографії та відео, опубліковані в соціальних мережах, стають важливим джерелом інформації для інших туристів і можуть вплинути на їхні вибори щодо подорожей. Таким чином, соціальні медіа сприяють формуванню нових туристичних трендів та визначають популярність різних напрямків [7].

Збільшення свідомості щодо сталого розвитку та екологічної відповідальності також впливає на туризм. Туристи все більше шукають екологічно чисті види подорожей, готелі з екологічними ініціативами та ресторани з фокусом на сталості [5].

Майбутнє розвитку туризму належить до надзвичайно захопливих та перспективних галузей, проте воно також стикається з численними викликами та завданнями, які потребують уважної уваги та стратегічного планування [7].

Однією з головних перспектив є зростання кількості туристів у світі. За оцінками експертів, світова популяція буде зростати, а це призведе до збільшення кількості людей, які бажають подорожувати, що відкриває нові можливості для розвитку туристичної індустрії та збільшення її доходів [6].

Іншою важливою перспективою є збільшення інтернаціоналізації туризму. Туристи все частіше обирають екзотичні та віддалені напрямки для своїх подорожей. Це вимагає розвитку нових маршрутів, зручних транспортних зв'язків та розширення інфраструктури [7].

З іншого боку, майбутній розвиток туризму стикається з численними викликами, включаючи проблеми сталого розвитку та збереження природи та

культурної спадщини. Туризм може мати негативний вплив на довкілля та призводити до перенаселеності та деградації культурних об'єктів. Тому важливо знайти баланс між розвитком туризму та його впливом на навколишнє середовище та суспільство [6].

Загалом, майбутнє туризму обіцяє багато можливостей, але вимагає ретельного аналізу, стратегічного планування та врахування викликів та ризиків, пов'язаних з ростом цієї галузі.

У висновку можна сказати, що інновації в туризмі відіграють ключову роль у подорожах сучасних туристів та в розвитку галузі загалом. Технологічні досягнення, такі як мобільні додатки, розширена реальність та віртуальна реальність, революціонізують спосіб, яким ми плануємо та виконуємо подорожі. Вони надають можливість туристам отримувати більше інформації, покращувати якість свого досвіду та робити більш освіченим вибором щодо місць для відвідування. Зростання інтернаціоналізації туризму також створює нові можливості для галузі. Туристи все більше цікавляться екзотичними та віддаленими напрямками, що спонукає до розвитку нових маршрутів та інфраструктури. Збільшена мобільність і доступність транспорту сприяють зростанню обсягів міжнародних подорожей. Проте важливо враховувати, що інновації також приносять свої виклики та ризики, включаючи питання сталості, конфіденційності даних та впливу на природне середовище. Тому для успішного розвитку галузі необхідно поєднувати інновації зі збереженням культурної спадщини та природи, а також забезпечувати високий рівень безпеки та конфіденційності для туристів. Загалом, інновації в туризмі пропонують незабутні та збагачуючі подорожі для туристів і відкривають нові можливості для розвитку галузі. Однак їхнє впровадження повинно здійснюватися ретельно та з урахуванням всіх аспектів, щоб забезпечити сталість та зручність подорожей у майбутньому.

Питання для самоконтролю

1. Які технологічні інновації в туризмі вас найбільше вразили та вплинули на ваші подорожі?
2. Які переваги та недоліки використання мобільних додатків та розширеної реальності в туризмі?
3. Які нові напрямки або місця для відвідування ви відкрили завдяки соціальним медіа та фотографіям інших туристів?
4. Як ви бачите вплив інновацій на сталість та природу подорожей у майбутньому?
5. Які кроки можуть бути вжиті для забезпечення конфіденційності та безпеки туристів у світі зростаючої цифрової технологізації?

СПИСОК РЕКОМЕНДОВАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Семенов В. Ф. Управління регіональним розвитком туризму [Електрон. ресурс] : навч. посіб. / За ред. В. Ф. Семенова, В. Г. Герасименко, Г. П. Горбань. – Електрон. текст. дані. – Одеса, 2011. – 225 с. – Режим доступу: <http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/2005/1/%D0%A3%D0%BF%D1%80%D0%B0%D0%B2%D0%BB%D1%96%D0%BD%D0%BD%D1%8F%20%D1%80%D0%B5%D0%B3%D1%96%D0%BE%D0%BD%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B8%D0%BC%20%D1%80%D0%BE%D0%B7%D0%B2%D0%B8%D1%82%D0%BA%D0%BE%D0%BC%20%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B8%D0%B7%D0%BC%D1%83.pdf>, вільний (дата звернення 20.08.2023). – Назва з екрана.

2. Любіцева О. О. Музейний туризм : навч. посіб. [Електрон. ресурс] / О. О. Любіцева, Т. І. Шпарага. – – Електрон. текст. дані. – Київ, 2021. – 150 с. – Режим доступу: https://geo.knu.ua/wp-content/uploads/2021/06/libizeva_schparaga_museiniy_tur.pdf, вільний (дата звернення 20.08.2023). – Назва з екрана.

3. Ресурсне забезпечення об'єднаної територіальної громади та її маркетинг [Електрон. ресурс] : навч. посіб. / [Г. А. Борщ, В. М. Вакуленко, Н. М. Гринчук, Ю. Ф. Дехтяренко, О. С. Ігнатенко, В. С. Куйбіда, А. Ф. Ткачук, В. В. Юзефович]. – Електрон. текст. дані. – Київ, 2017. – 107 с. – Режим доступу: <https://decentralization.gov.ua/uploads/library/file/204/%D0%A0%D0%B5%D1%81%D1%83%D1%80%D1%81%D0%BD%D0%B5-%D0%B7%D0%B0%D0%B1%D0%B5%D0%B7%D0%BF%D0%B5%D1%87%D0%B5%D0%BD%D0%BD%D1%8F-%D0%9E%D0%A2%D0%93.pdf>, вільний (дата звернення 22.08.2023). – Назва з екрана.

4. Домбровська С. М. Державне регулювання туристичної галузі України [Електрон. ресурс] : монографія / С. М. Домбровська, О. М. Білотіл, А. Л. Помаза-Пономаренко. – Електрон. текст. дані. – Харків : НУЦЗУ, 2016. – 196 с. – Режим доступу: http://repositsc.nuczu.edu.ua/bitstream/123456789/2407/1/%D0%9C%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%B3%D1%80%D0%B0%D1%84%D1%96%D1%8F_%D0%BF%

D0%BE_%D1%82%D1%83%D1%80%D0%B8%D0%B7%D0%BC%D1%83-1.pdf, вільний (дата звернення 20.08.2023). – Назва з екрана.

5. Кравчук Р. В. Туризм як пріоритетний напрям соціально-економічного розвитку регіону [Електрон. ресурс] : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції, м. Чернівці – м. Сучава, 23-24 квітня 2015 р. – Електрон. текст. дані. – Чернівці : ЧТЕІ КНТЕУ, 2015. – 448 с. – Режим доступу: <https://financial.lnu.edu.ua/wp-content/uploads/2015/11/zbirnyk-2015-1.pdf>, вільний (дата звернення 21.08.2023). – Назва з екрана.

6. Інновінг в туризмі [Електрон. ресурс] : монографія / А. А. Мазаракі, С. В. Мельниченко, Г. І. Михайліченко, Т. І. Ткаченко та ін. ; за заг. ред. А. А. Мазаракі. – Електрон. текст. дані. – Київ : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2016. – 532 с. – Режим доступу: <https://knute.edu.ua/file/MjExMzA=/f847c0a5a302fe60ccf9e3463100472d.pdf>, вільний (дата звернення 23.08.2023). – Назва з екрана.

7. Перспективи розвитку туризму в Україні та світі: управління, технології, моделі [Електрон. ресурс] : колективна монографія. Видання четверте / за наук. ред. проф. І. М. Волошина та проф. Л. Ю. Матвійчук. – Електрон. текст. дані. – Луцьк : ІВВ Луцького НТУ, 2018. – 340 с. – Режим доступу: <https://lib.lntu.edu.ua/sites/default/files/2021-01/monograf%202018.2.pdf>, вільний (дата звернення 25.08.2023). – Назва з екрана.

8. Перспективи розвитку туризму в Україні та світі: управління, технології, моделі [Електрон. ресурс] : колективна монографія. Видання восьме / за наук. ред. проф. Л. Ю. Матвійчук, проф. Ю. М. Барського, доц. М. І. Лепкого. – Електрон. текст. дані. – Луцьк : ВІП Луцького НТУ, 2022. – 408 с. – Режим доступу: <https://evnuir.vnu.edu.ua/bitstream/123456789/21995/1/Rozd%202.7.pdf>, вільний (дата звернення 27.08.2023). – Назва з екрана.

9. Грибова Д. В. Розвиток туристичного бізнесу в Україні: теорія, методологія, практика [Електрон. ресурс] : монографія / Д. В. Грибова. – Електрон. текст. дані. – Мелітополь : Люкс, 2020. – 384 с. – Режим доступу: <http://elar.tsatu.edu.ua/bitstream/123456789/14577/1/%D0%9C%D0%BE%D0%BD>

%D0%BE%D0%B3%D1%80%D0%B0%D1%84%D1%96%D1%8F%20%D0%93
%D1%80%D0%B8%D0%B1%D0%BE%D0%B2%D0%B0%20%D0%B4%D1%80
%D1%83%D0%BA.pdf, вільний (дата звернення 28.08.2023). – Назва з екрана.

10. Туризм як національний пріоритет [Електрон. ресурс] : Колективна монографія за редакцією І. М. Писаревського. – Електрон. текст. дані. – Харків : ХНАМГ, 2010. – 284 с. – Режим доступу: https://eprints.kname.edu.ua/15572/1/2009_%D0%BF%D0%B5%D1%87_%D0%9C%D0%BE%D0%BD%D0%BE%D0%B3%D1%80%D0%B0%D1%84%D0%B8%D1%8F_%D0%A2%D1%83%D1%80%D0%B8%D0%B7%D0%BC_%D0%BA%D0%BE%D0%BB%D0%B5%D0%BA%D1%82%D0%B8%D0%B2.pdf, вільний (дата звернення 29.08.2023). – Назва з екрана.

11. Біль М. М. Механізм державного управління туристичною галуззю на регіональному рівні: теоретико-прикладний аспект [Електрон. ресурс] / М. М. Біль ; за наук. ред. д-р екон. наук О. П. Крайник. – Електрон. текст. дані. – Львів : ЛРІДУ НАДУ, 2011. – 228 с. – Режим доступу: <http://ird.gov.ua/irdp/p20110801.pdf>, вільний (дата звернення 30.08.2023). – Назва з екрана.

12. Пушкар Б. Т. Територіальна організація рекреаційного господарства регіону [Електрон. ресурс] / Б. Т. Пушкар, З. М. Пушкар. – Електрон. текст. дані. – Тернопіль : Вектор, 2014. – 196 с. – Режим доступу: <http://dspace.wunu.edu.ua/bitstream/316497/2589/1/%D1%82%D0%B5%D1%80%D0%B8%D1%82%D0%BE%D1%80%D1%96%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%B0%20%D0%BE%D1%80%D0%B3%D0%B0%D0%BD%D1%96%D0%B7%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%8F%3D%D0%B2%D0%B5%D1%80%D1%81%D1%82%D0%BA%D0%B0.pdf>, вільний (дата звернення 31.08.2023). – Назва з екрана.

13. Угоднікова О. І. Публічний маркетинг у територіальних громадах: позиціонування сфери послуг [Електрон. ресурс] / О. І. Угоднікова // Наукові перспективи. – Електрон. текст. дані. – 2021. – № 12 (18). – Режим доступу: <https://doi.org/10.52058/2708-7530-2021-12>, вільний (дата звернення 31.08.2023). – Назва з екрана.

Електронне навчальне видання

УГОДНІКОВА Олена Ігорівна

**РОЗВИТОК ТУРИЗМУ
В ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ОБ'ЄДНАННЯХ**

КОНСПЕКТ ЛЕКЦІЙ

*(для здобувачів другого (магістерського)
рівня вищої освіти денної та заочної форм навчання
зі спеціальності 073 – Менеджмент)*

Відповідальний за випуск *О. І. Угоднікова*

Редактор О. В. Михаленко

Комп'ютерне верстання *О. І. Угоднікова*

План 2023, поз. 162Л

Підп. до друку 29.09.2023. Формат 60 × 84/16.
Ум. друк. арк. 2,9.

Видавець і виготовлювач:
Харківський національний університет
міського господарства імені О. М. Бекетова,
вул. Маршала Бажанова, 17, Харків, 61002.
Електронна адреса: office@kname.edu.ua
Свідоцтво суб'єкта видавничої справи:
ДК № 5328 від 11.04.2017.