

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ  
ВАДИМА ГЕТЬМАНА**

**Факультет маркетингу**

**Кафедра регіоналістики і туризму**

|                                     |                         |
|-------------------------------------|-------------------------|
| <b>Рівень вищої освіти</b>          | перший (бакалаврський)  |
| <b>Освітньо-професійна програма</b> | «Туризм»                |
| <b>Галузь знань</b>                 | 24 Сфера обслуговування |
| <b>Спеціальність</b>                | 242 «Туризм»            |

Форма навчання: *очна (денна)*

**КВАЛІФІКАЦІЙНА БАКАЛАВРСЬКА РОБОТА**

на тему:

**Стратегія розвитку територіальної громади (України) (на прикладі  
Гощанської громади).**

Здобувача: Плахотньої Галини Андріївни

---

Науковий керівник: доцент, доцент кафедри регіоналістики і туризму, кандидат  
економічних наук Ілляшенко Інна Олегівна

---

**Робота допущена до захисту перед екзаменаційною комісією з  
атестації здобувачів вищої освіти (ЕК)**

Завідувач кафедри:

---

**Київ 2026**

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ  
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ЕКОНОМІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ  
ВАДИМА ГЕТЬМАНА**

**Факультет маркетингу  
Кафедра регіоналістики і туризму**

|                                     |                         |
|-------------------------------------|-------------------------|
| <b>Рівень вищої освіти</b>          | перший (бакалаврський)  |
| <b>Освітньо-професійна програма</b> | «Туризм»                |
| <b>Галузь знань</b>                 | 24 Сфера обслуговування |
| <b>Спеціальність</b>                | 242 «Туризм»            |

|                                          |                                          |
|------------------------------------------|------------------------------------------|
| <b>ПОГОДЖЕНО</b>                         | <b>ЗАТВЕРДЖУЮ</b>                        |
| Керівник проектної групи                 | Завідувач кафедри                        |
| (гарант)освітньо-професійної програми    |                                          |
| Ілляшенко І.О. <u>07 листопада 2026р</u> | Данилишин Б.М. <u>07 листопада 2026р</u> |

**ІНДИВІДУАЛЬНЕ ЗАВДАННЯ**

**здобувачу вищої освіти: Плахотньої Галини Андріївни  
Очної форми навчання  
на підготовку кваліфікаційної бакалаврської роботи**

***на тему «Стратегія розвитку територіальної громади (України)  
(на прикладі Гощанської громади)»***

Тему затверджено наказом ректора Університету від № 57-ст

**Кваліфікаційна бакалаврська робота виконується на матеріалах офіційних статистичних звітів, звітних матеріалів Гощанської громади, даних наукових досліджень у сфері регіонального розвитку та туризму.**

## **План кваліфікаційної бакалаврської роботи**

|                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|---------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Розділ 1</b>                                   | Теоретико-методологічні засади розвитку туризму як чинника збалансованого розвитку територій                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
| <b>Розділ 2</b>                                   | Туристичний потенціал території як передумова її збалансованого розвитку (на прикладі Гощанської громади)                                                                                                                                                                                                                                                                         |
| <b>Розділ 3</b>                                   | Туризм як інструмент розвитку Гощанської громади                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| <b>Об'єкт дослідження</b>                         | Процеси стратегічного розвитку територіальних громад в Україні з урахуванням туристичного потенціалу.                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| <b>Предмет дослідження:</b>                       | Організаційно-економічні та маркетингові механізми, що забезпечують формування та реалізацію стратегії розвитку Гощанської громади.                                                                                                                                                                                                                                               |
| <b>Мета кваліфікаційної бакалаврської роботи:</b> | Розгляд теоретико-методичних засад та розроблення практичних рекомендацій щодо стратегічного розвитку територіальної громади України з урахуванням туристичного потенціалу на прикладі Гощанської громади; визначення стратегічних пріоритетів розвитку туризму в Гощанській громаді та обґрунтування інфраструктурного забезпечення та залучення інвестицій у Гощанську громаду. |

### **Конкретні завдання, які здобувач повинен виконати для досягнення поставленої мети:**

#### **У розділі 1**

- розглянути класифікацію видів туризму у контексті територіального розвитку;
- розкрити теоретичні основи формування туристичних дестинацій та управління їх розвитком;

- висвітлити нормативно-правові основи управління туризмом в Україні та їх вплив на регіональний розвиток;

## **У розділі 2**

- проаналізувати просторові, природні та культурно-історичні передумови розвитку туризму в Гощанській громаді;
- охарактеризувати туристичну інфраструктуру та її вплив на розвиток громади;
- здійснити SWOT-аналіз туристичного потенціалу та визначити конкурентні переваги Гощанської громади;

## **У розділі 3**

- визначити стратегічні пріоритети та напрями розвитку туризму в Гощанській громаді;
- обґрунтувати інфраструктурне забезпечення та залучення інвестицій у Гощанську громаду.

**Завдання підготував  
науковий керівник**

\_\_\_\_\_

*(підпис)*

доцент, доцент кафедри  
регіоналістики і туризму,  
кандидат економічних наук  
Ілляшенко Інна Олегівна

**07 листопада 2025р.**

**Завдання одержав  
здобувач**

\_\_\_\_\_

*(підпис)*

Плахотня Г.А.

**07 листопада 2025р.**

## Реферат

Кваліфікаційна бакалаврська робота містить 57 сторінок, 11 таблиць, 4 рисунки, список використаних джерел з 43 найменувань.

### **«Стратегія розвитку територіальної громади (України) (на прикладі Гощанської громади)»**

*(назва кваліфікаційної бакалаврської роботи)*

*Об'єктом дослідження* є процеси стратегічного розвитку територіальних громад в Україні з урахуванням туристичного потенціалу.

*Предметом дослідження* є організаційно-економічні та маркетингові механізми, що забезпечують формування та реалізацію стратегії розвитку Гощанської громади.

*Мета кваліфікаційної бакалаврської роботи* - розгляд теоретико-методичних засад та розроблення практичних рекомендацій щодо стратегічного розвитку територіальної громади України з урахуванням туристичного потенціалу, на прикладі Гощанської громади, з метою підвищення економічної, соціальної та культурної ефективності території та формування комплексного підходу до управління розвитком громади.

Відповідно до поставленої мети були визначені такі *завдання*:

- розглянути класифікацію видів туризму у контексті територіального розвитку;
- розкрити теоретичні основи формування туристичних дестинацій та управління їх розвитком;
- висвітлити нормативно-правові основи управління туризмом в Україні та їх вплив на регіональний розвиток;
- проаналізувати просторові, природні та культурно-історичні передумови розвитку туризму в Гощанській громаді;
- охарактеризувати туристичну інфраструктуру та її вплив на розвиток громади;
- здійснити SWOT-аналіз туристичного потенціалу та визначити конкурентні переваги Гощанської громади Гощанської громади;
- визначити стратегічні пріоритети та напрями розвитку туризму в Гощанській громаді;
- обґрунтувати інфраструктурне забезпечення та залучення інвестицій у Гощанську громаду.

*Практичне значення отриманих результатів* полягає у розробленні рекомендацій та методичних положень щодо стратегічного розвитку територіальних громад України на прикладі Гощанської громади, що можуть бути використані органами місцевого самоврядування для підвищення ефективності управління ресурсами, розвитку туризму та стимулювання соціально-економічного зростання громади..

Рік виконання кваліфікаційної бакалаврської роботи 2025.

Рік захисту роботи 2026.

*Ключові слова*: туризм, сталий розвиток; територіальна громада, стратегія розвитку, брендинг території; маркетингові інструменти.

**В і д г у к**  
**про кваліфікаційну бакалаврську роботу здобувача факультету**  
**маркетингу**  
**освітньо-професійної програми**  
**«Туризм»**

**Плахотної Галини Андріївни**

**Тема: «Стратегія розвитку територіальної громади (України) (на прикладі**  
**Гощанської громади)»**

**Актуальність теми.** У контексті реформи децентралізації в Україні територіальні громади отримали значні повноваження у сфері соціально економічного розвитку. Особливої актуальності набуває питання формування ефективних стратегій розвитку, що дозволяють використовувати локальні ресурси, зокрема туристичний потенціал. Дослідження Галини Андріївни присвячене саме цій проблематиці – розробці стратегічних підходів до розвитку територіальної громади на прикладі Гощанської громади Рівненської області.

**Характер виконання роботи.** Роботу виконано в ініціативному порядку на основі ґрунтового аналізу офіційних даних Гощанської селищної ради, статистичних матеріалів, наукових публікацій та результатів власних спостережень здобувачки.

**Відповідність індивідуальному завданню.** Здобувачка повністю виконала індивідуальне завдання, дотрималася затвердженого плану. Робота має чітку структуру, що включає теоретико-методологічний аналіз (розділ 1), діагностику туристичного потенціалу громади (розділ 2) та обґрунтування стратегічних напрямів розвитку (розділ 3).

**Ступінь самостійності здобувача.** Галина Андріївна працювала над темою самостійно, проявляючи високу відповідальність та ініціативність. Вона продемонструвала вміння самостійно формулювати мету та завдання дослідження, обирати адекватні методи аналізу, систематизувати та інтерпретувати отримані результати. Особливу увагу слід звернути на її здатність застосовувати сучасні методи стратегічного аналізу (модель М. Портера, SWOT-аналіз) для оцінки конкурентного середовища туристичного сектору громади.

**Уміння працювати з джерелами та аналізувати матеріал.** Здобувачка продемонструвала вміння ґрунтовно опрацьовувати значний масив наукової літератури (список налічує 43 найменування), нормативно-правових актів (Закони України «Про туризм», «Про місцеве самоврядування» та ін.), а також статистичних та аналітичних матеріалів. Вона успішно застосувала комплекс методів дослідження: SWOT-аналіз, аналіз середовища функціонування туристичного сектору на основі моделі М. Портера, економіко-статистичний аналіз, графічні та табличні методи.

**Найважливіші результати.** У процесі дослідження Галина Андріївна отримала низку важливих результатів:

- систематизовано теоретичні підходи до формування туристичних дестинацій та управління їх розвитком;
- проведено комплексний аналіз природних, культурних та інфраструктурних ресурсів Гощанської громади (річка Горинь, лісові масиви, музей «Погорина», садиба Валецьких, етнографічні села);
- на основі SWOT-аналізу та моделі М. Портера визначено конкурентні переваги та обмеження розвитку туризму в громаді;
- розроблено пакетні туристичні продукти («День у Гощі», «Етно-вікенд», «Горинь-актив»), що інтегрують природні, культурні та гастрономічні ресурси;
- обґрунтовано інвестиційні заходи, канали маркетингового просування та стратегічні орієнтири розвитку туризму в громаді.

**Апробація результатів.** Результати дослідження доповідалися на студентських наукових конференціях, що свідчить про їх належний науковий рівень та вміння здобувачки публічно представляти результати своєї роботи.

**Оформлення роботи.** Робота оформлена відповідно до встановлених вимог, містить 11 таблиць, 4 рисунки, що дозволяє наочно представити результати аналізу. Стиль викладу науковий, послідовний, мова грамотна.

**Недоліки та перспективи подальшого розвитку.** Робота не має суттєвих недоліків. Як перспективу подальшого дослідження можна рекомендувати розробку детального бізнес-плану для кожного із запропонованих туристичних продуктів, а також поглиблений аналіз ефективності залучення грантових коштів для розвитку туристичної інфраструктури громади на основі досвіду реалізованих проєктів у подібних громадах.

**Загальна оцінка та рекомендація.** Кваліфікаційна бакалаврська робота Галини Андріївни Плахотньої є завершеним, самостійним науковим дослідженням, що має теоретичне та практичне значення. Вона відповідає вимогам до робіт першого (бакалаврського) рівня вищої освіти. Рекомендую роботу до захисту та присвоєння здобувачці кваліфікації «бакалавр» за спеціальністю 242 «Туризм». Робота пройшла автоматичну перевірку на плагіат. Також результати дослідження пройшли апробацію на III Міжнародній науково-практичній конференції «Сучасні тренди розвитку менеджменту, підприємництва та сфери послуг в умовах новітніх глобальних викликів». Дипломна робота на даному етапі оцінена в 75 балів.

Науковий керівник

к.е.н., доцент Ілляшенко І.О.



06.05.2026

## ЗМІСТ

|                                                                                                                                         |           |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>ВСТУП.....</b>                                                                                                                       | <b>3</b>  |
| <b>РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ<br/>ТУРИЗМУ ЯК ЧИННИКА ЗБАЛАНСОВАНОГО РОЗВИТКУ ТЕРИТОРІЙ.</b>                      | <b>6</b>  |
| 1.1 Класифікація видів туризму у контексті територіального розвитку .....                                                               | 6         |
| 1.2 Теоретичні основи формування туристичних дестинацій та управління їх<br>розвитком .....                                             | 10        |
| 1.3 Нормативно-правові основи управління туризмом в Україні та їх вплив на<br>регіональний розвиток.....                                | 23        |
| <b>РОЗДІЛ 2. ТУРИСТИЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ТЕРИТОРІЇ ЯК ПЕРЕДУМОВА ЇЇ<br/>ЗБАЛАНСОВАНОГО РОЗВИТКУ (НА ПРИКЛАДІ ГОЩАНСЬКОЇ<br/>ГРОМАДИ).....</b> | <b>27</b> |
| 2.1 Просторові, природні та культурно-історичні передумови розвитку туризму в<br>Гощанській громаді.....                                | 27        |
| 2.2 Туристична інфраструктура та її вплив на розвиток громади.....                                                                      | 30        |
| 2.3 SWOT-аналіз туристичного потенціалу та визначення конкурентних переваг<br>Гощанської громади.....                                   | 34        |
| <b>РОЗДІЛ 3. ТУРИЗМ ЯК ІНСТРУМЕНТ РОЗВИТКУ ГОЩАНСЬКОЇ<br/>ГРОМАДИ .....</b>                                                             | <b>41</b> |
| 3.1 Стратегічні пріоритети та напрями розвитку туризму в Гощанській громаді .                                                           | 41        |
| 3.2 Інфраструктурне забезпечення та залучення інвестицій у Гощанську громаду<br>.....                                                   | 44        |
| <b>ВИСНОВКИ .....</b>                                                                                                                   | <b>50</b> |
| <b>СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ .....</b>                                                                                                 | <b>53</b> |

## ВСТУП

Актуальність теми визначається необхідністю забезпечення сталого розвитку територіальних громад України в умовах децентралізації та активного соціально-економічного реформування. Гощанська громада, як приклад невеликої територіальної одиниці, має значний потенціал для комплексного розвитку, який охоплює економічні, соціальні, культурні та екологічні аспекти. Сучасні тенденції в управлінні громадами вимагають формування стратегій, що дозволяють ефективно використовувати локальні ресурси, залучати інвестиції, розвивати туризм і покращувати інфраструктуру, забезпечуючи при цьому підвищення якості життя мешканців.

Вивчення стратегії розвитку територіальної громади на прикладі Гощанської громади є актуальним через зростаючу потребу в обґрунтованих управлінських рішеннях, що сприяють економічній стабільності та соціальній згуртованості. Застосування сучасних підходів до планування, брендингу та маркетингу дестинації дозволяє підвищити конкурентоспроможність громади на регіональному рівні та створює умови для сталого розвитку туризму, малого та середнього бізнесу, а також збереження культурної та природної спадщини.

Туризм у сучасних умовах виступає важливим інструментом економічного зростання та збалансованого розвитку територій. Він сприяє створенню робочих місць, розвитку інфраструктури, збереженню природної та культурної спадщини, а також активізації місцевих громад. Для Гощанської територіальної громади туризм є перспективним напрямом розвитку, адже вона володіє цінними природними й історико-культурними ресурсами. Водночас потенціал використовується не повністю, що потребує системного аналізу та формування ефективної стратегії.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання стратегічного розвитку територіальних громад України, зокрема використання туристичного потенціалу для економічного та соціального зростання, активно досліджується як вітчизняними, так і зарубіжними вченими. Вагомий внесок у розвиток теорії та практики управління туристичною сферою внесли О. М. Гуцалюк, В. В. Зайченко,

Ю. А. Бондар, М. Д. Чень, О. О. Скарга, Ю. Є. Сорока, С. М. Цвілій, Д. П. Михайлик, Г. А. Бублей, Г. Заваріка, О. Зеленко, К. В. Антоненко, І. С. Каленюк, Т. М. Котенко, Н. Серeda та ін.

Попри значний обсяг наукових напрацювань, питання комплексного поєднання стратегічного розвитку громади з брендингом, маркетингом та цифровими інструментами для формування ефективних туристичних продуктів залишається недостатньо вивченим. Зокрема, не вирішено практичне завдання адаптації таких підходів до малих громад, як Гощанська, з урахуванням її специфічних ресурсів та цільових груп туристів.

Мета і завдання дослідження. Метою кваліфікаційної бакалаврської роботи є розгляд теоретико-методичних засад та розроблення практичних рекомендацій щодо стратегічного розвитку територіальної громади України з урахуванням туристичного потенціалу, на прикладі Гощанської громади, з метою підвищення економічної, соціальної та культурної ефективності території та формування комплексного підходу до управління розвитком громади.

Для досягнення поставленої мети необхідно вирішити такі завдання:

- розглянути класифікацію видів туризму у контексті територіального розвитку;
- розкрити теоретичні основи формування туристичних дестинацій та управління їх розвитком;
- висвітлити нормативно-правові основи управління туризмом в Україні та їх вплив на регіональний розвиток;
- проаналізувати просторові, природні та культурно-історичні передумови розвитку туризму в Гощанській громаді;
- охарактеризувати туристичну інфраструктуру та її вплив на розвиток громади;
- здійснити SWOT-аналіз туристичного потенціалу та визначити конкурентні переваги Гощанської громади Гощанської громади;
- визначити стратегічні пріоритети та напрями розвитку туризму в Гощанській громаді;

– обґрунтувати інфраструктурне забезпечення та залучення інвестицій у Гощанську громаду.

Об'єктом дослідження є процеси стратегічного розвитку територіальних громад в Україні з урахуванням туристичного потенціалу.

Предметом дослідження є організаційно-економічні та маркетингові механізми, що забезпечують формування та реалізацію стратегії розвитку Гощанської громади.

Методи дослідження: аналіз літературних та статистичних джерел, порівняльний підхід, системний аналіз, SWOT-аналіз.

Практична значимість отриманих результатів полягає у розробленні рекомендацій та методичних положень щодо стратегічного розвитку територіальних громад України на прикладі Гощанської громади, що можуть бути використані органами місцевого самоврядування для підвищення ефективності управління ресурсами, розвитку туризму та стимулювання соціально-економічного зростання громади.

Інформаційною базою дослідження стали наукові статті, публікації в мережі Інтернет, матеріали офіційного сайту Гощанської громади, а також навчальні посібники та нормативно-правові акти.

Структура роботи. Кваліфікаційна бакалаврська робота складається з вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел. Загальний обсяг роботи становить 57 сторінок комп'ютерного тексту. Робота містить 11 таблиць, 4 рисунки. Перелік посилань включає 43 найменування.

## РОЗДІЛ 1

### ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ ЯК ЧИННИКА ЗБАЛАНСОВАНОГО РОЗВИТКУ ТЕРИТОРІЙ

#### 1.1 Класифікація видів туризму у контексті територіального розвитку

У сучасних умовах глобалізації, трансформації економічних систем та посилення міжтериторіальної конкуренції туризм набуває статусу одного з ключових чинників соціально-економічного розвитку. Його значення виходить далеко за межі сфери відпочинку, адже він інтегрує виробничі, інфраструктурні, культурні та соціальні процеси, формуючи комплексний вплив на розвиток територій. Туризм виступає не лише видом економічної діяльності, а й складним суспільним явищем, що відображає рівень мобільності населення, якість життя, культурну відкритість і ступінь інтегрованості країни у світовий простір.

Формування туризму як окремої сфери господарювання стало можливим завдяки розвитку транспортних систем, урбанізації, зростанню доходів населення та скороченню робочого часу. Водночас соціальні зміни – підвищення освітнього рівня, розширення культурних потреб, прагнення до самореалізації та міжкультурної комунікації – зумовили стійкий попит на туристичні подорожі. Таким чином, туризм розвивається на перетині економічних можливостей і соціальних потреб, що визначає його міждисциплінарний характер.

У науковому дискурсі туризм розглядається з різних позицій - як форма споживання послуг [1, с. 43]; як вид економічної діяльності [2, с. 59]; як інструмент територіального маркетингу [3]; як механізм зайнятості та формування доходів [4]; як засіб збереження культурної спадщини та природних ресурсів [5]. Багатовимірність цього явища ускладнює його однозначне трактування, оскільки кожен підхід акцентує увагу на окремих функціональних характеристиках. Економічний підхід підкреслює його внесок у формування валового внутрішнього

продукту, бюджетних надходжень і мультиплікативного ефекту [6, с. 18]. Соціальний – акцентує на забезпеченні рекреаційних потреб населення, розвитку міжкультурного діалогу та підвищенні якості життя [7, с. 172]. Просторовий – пов’язує туризм із освоєнням і брендуванням територій [8].

Особливістю туризму є його здатність генерувати синергетичний ефект через взаємодію з суміжними галузями: транспортом, готельно-ресторанним господарством, культурною сферою, будівництвом, торгівлею, інформаційними технологіями. Саме тому він розглядається як мультисекторний комплекс, що поєднує виробництво, обмін і споживання специфічного туристичного продукту. Така комплексність визначає його вагомую роль у структурній трансформації регіональної економіки та формуванні конкурентних переваг територій.

Класифікація видів туризму є ключовим інструментом для ефективного планування та управління туристичними напрямками, дозволяючи адаптувати розвиток до потенціалу певної території, її інфраструктури, природних і культурних ресурсів, а також потреб місцевого населення. Вона необхідна для стратегічного планування, ефективного розподілу ресурсів, цілеспрямованого маркетингу та забезпечення сталого розвитку.

Туризм класифікується за різними критеріями, які мають прямий вплив на територіальний розвиток.

1) За метою подорожі (мотиваційний критерій) - це найбільш визначальний підхід.

Рекреаційний туризм - орієнтований на відпочинок та відновлення сил (пляжі, SPA, гірськолижні курорти). Сприяє розвитку великої готельної та розважальної інфраструктури.

Культурно-пізнавальний туризм - фокусується на вивченні історії, мистецтва та традицій (музеї, архітектурні пам'ятки). Вимагає збереження та реставрації історичної спадщини.

Діловий (MICE) туризм - подорожі з метою участі у конференціях, виставках. Стимулює розвиток конгрес-центрів та бізнес-інфраструктури у великих містах.

Спортивний туризм - включає як участь у змаганнях, так і активний відпочинок (велосипедні, піші маршрути). Потребує облаштування спеціалізованих об'єктів та маршрутів.

Лікувально-оздоровчий туризм - санаторно-курортне лікування та велнес-програми. Базується на використанні природних лікувальних ресурсів (мінеральні води, грязі).

Екологічний туризм (екотуризм) - подорожі до природних територій з акцентом на їх вивчення та збереження. Найбільш сприятливий для сталого розвитку, вимагає створення національних парків та екостежок.

Гастрономічний туризм - відвідування для знайомства з місцевою кухнею. Сприяє підтримці місцевих виробників та фермерських господарств.

2) За географічним критерієм. Виділяють міжнародний (перетин кордонів) та внутрішній туризм (подорожі в межах країни). Розвиток внутрішнього туризму є пріоритетом для регіональної економіки.

3 За способом організації. Поділяється на організований (через туроператорів) та самодіяльний / індивідуальний. Останній вимагає кращого інформаційного забезпечення та незалежної інфраструктури.

Сучасний територіальний розвиток повинен враховувати нові форми туризму, що виникають під впливом глобальних змін:

- "Workation" (робота + відпустка) - подорожі цифрових кочівників, які поєднують роботу та відпочинок. Стимулює розвиток якісного Інтернету та коворкінгів у туристичних локаціях.

- "повільний туризм" (Slow Travel) - глибоке занурення в одне місце. Сприяє розвитку автентичних, немасових пропозицій та підтримці місцевої культури.

- туризм благополуччя (Wellness Tourism) - зосередження на духовному та фізичному оздоровленні (йога-ретрити, медитації). Вимагає створення спеціалізованих, часто віддалених центрів релаксації.

– агротуризм (сільський зелений туризм) - проживання у сільській місцевості, знайомство з агрокультурою. Життєво важливий для диверсифікації економіки сільських громад та збереження традицій.

Кожен вид туризму несе як позитивний вплив (доходи, робочі місця, збереження спадщини), так і потенційні виклики (навантаження на інфраструктуру, сезонність, деградація ресурсів), що вимагає диференційованого підходу до управління. У табл. 1.1 представлено вплив видів туризму на територію.

Таблиця 1.1

*Вплив видів туризму на територію*

| Вид туризму            | Позитивний вплив (Територіальний розвиток)                                | Потенційні виклики (Управління)                                                      |
|------------------------|---------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|
| Рекреаційний           | Інвестиції у готельну та розважальну інфраструктуру, швидкий дохід.       | Сезонність, перевантаження ресурсів (вода, електроенергія), екологічні ризики.       |
| Культурно-пізнавальний | Збереження архітектурної спадщини, підвищення культурної ідентичності.    | Надмірне навантаження на пам'ятки, ризик комерціалізації культури.                   |
| Екотуризм              | Збереження природного середовища, підтримка малих місцевих громад.        | Обмеження доступу для збереження екосистем, низька рентабельність при малому потоці. |
| Діловий (MICE)         | Розвиток сучасної інфраструктури (конференц-зали), залучення інвестицій.  | Високі вимоги до якості послуг, залежність від глобальної економічної ситуації.      |
| Сільський зелений      | Диверсифікація сільської економіки, збереження традиційного укладу життя. | Низька якість інфраструктури, залежність від місцевого ентузіазму.                   |

*Джерело: розроблено автором*

Для забезпечення сталого територіального розвитку необхідно застосовувати інтегрований підхід, комбінуючи різні види туризму. Наприклад, розвиток екотуризму та сільського туризму дозволяє рівномірно розподілити туристичні потоки та мінімізувати негативний вплив, тоді як діловий туризм забезпечує фінансову стійкість протягом усього року.

## **1.2 Теоретичні основи формування туристичних дестинацій та управління їх розвитком**

Сучасний туризм розвивається в умовах посиленої конкуренції між регіонами та глобалізації економіки, що визначає необхідність комплексного підходу до організації та розвитку туристичних територій. Туристичні дестинації виступають важливими елементами туристичної системи, концентруючи ресурси, інфраструктуру та послуги, що забезпечують задоволення потреб різних категорій туристів. Водночас вони формують економічну, соціальну та культурну динаміку регіонів, впливають на зайнятість населення, розвиток підприємництва та інвестиційну привабливість територій.

Наукова думка наголошує, що управління розвитком туристичних дестинацій вимагає інтеграції знань із різних сфер - економіки, соціології, культурології, просторового планування та екології. Ця міждисциплінарність забезпечує можливість не лише ефективно організовувати туристичні потоки, а й зберігати природні та культурні ресурси, стимулювати соціально-економічний розвиток територій і формувати конкурентні переваги регіонів на національному та міжнародному рівнях.

Важливим аспектом сучасних досліджень є системне розуміння поняття «туристична дестинація», яке у різних наукових школах і практиках трактують по-різному. Європейська Комісія визначає дестинацію як «територію, яка окремо ідентифікується і підтримується для туристів як місце відвідування, й у межах якої туристичний продукт виробляється одним чи декількома закладами або організаціями» [9]. Поряд із цим у наукових працях вітчизняних і зарубіжних дослідників пропонуються різні підходи до визначення сутності туристичної дестинації, що відображають її економічні, територіальні та організаційні особливості.

І. Смачило визначає туристичну дестинацію як «комплексну організаційно-економічну структуру, що утворюється в результаті регіоналізації туризму» [10, с. 210].

А. О. Глєбова, М. О. Солодовник пропонують розглядати туристичну дестинацію «як:

- динамічний туристичний продукт, який можливо позиціонувати туристам як на національному рівні, так і міжнародному;
- концепт місця, який є привабливим для туриста (тобто певна територія) має чітко сформовану інфраструктуру та атракцію, що дозволяє впливати на сприйняття туристів і формувати спогади у них, після того як вони вже поїхали;
- об'єкт управління, який має свою атракцію, інфраструктуру, туристичні ресурси. І його можливо вартісно оцінити та просувати» [11, с. 395].

На думку М. Семенової, М. Гунаре, туристична дестинація – це «місце відвідування, територія якого має певні кордони, приваблива для тимчасового перебування відвідувачів завдяки наявності туристичних ресурсів природного або штучного походження, є метою подорожі, має розвинути транспортні та комунікаційні зв'язки та містить: підприємства інфраструктури туризму, що пропонують якісні послуги і товари; посередницькі підприємства, що забезпечують виробництво й реалізацію туристичного продукту; підприємства, що забезпечують реалізацію мети подорожі туриста та підприємства, що пропонують сформований туристичний продукт відповідно до існуючого попиту» [12, с. 36].

Д. С. Баранюк надає перевагу розумінню туристичної дестинації як «керованої системи, яка володіє туристичним ресурсним потенціалом, туристичною інфраструктурою, туристичними ресурсами, туристичним брендом, набором інструментів і технологій, що формують довготривалі взаємовигідні відносини між внутрішніми та зовнішніми, реальними та віртуальними учасниками, які дозволяють реалізувати конкурентоспроможну споживчу цінність дестинації, залучити туристичні потоки та забезпечити стійкий розвиток туризму» [13, с. 140].

У розумінні О. М. Адамовського, Я. М. Кулаєц, туристична дестинація – це «інтегрована територіальна одиниця, що поєднує природні, культурні, економічні та соціальні ресурси, організовані у взаємодію через інфраструктуру та управлінські механізми для створення унікального туристичного продукту та забезпечення сталого розвитку» [14, с. 264].

Різні дослідники акцентують увагу на окремих аспектах цього явища, розглядаючи його як територію з певними ресурсними характеристиками, комплексний туристичний продукт, організаційно-економічну структуру або керовану систему взаємодії інфраструктури, ресурсів та суб'єктів туристичної діяльності.

Разом з тим у більшості наукових підходів простежуються спільні риси, що дозволяють визначити ключові характеристики туристичної дестинації. Насамперед вона розглядається як певна територія, яка має чітко визначені межі та володіє сукупністю природних, культурних і соціально-економічних ресурсів, що формують її туристичну привабливість. Важливою складовою також виступає розвинена інфраструктура та система послуг, що забезпечує можливість організації перебування туристів і реалізації туристичного продукту.

Крім того, у сучасних наукових дослідженнях туристична дестинація все частіше розглядається як комплексна система, у межах якої відбувається взаємодія різних суб'єктів туристичної діяльності, включаючи органи влади, підприємства туристичної індустрії, місцеві громади та споживачів туристичних послуг. Такий підхід дозволяє розглядати дестинацію не лише як географічний простір, але й як середовище формування туристичного продукту, розвитку інфраструктури та реалізації економічних і соціальних можливостей території.

Таким чином, узагальнення наукових підходів дає змогу розглядати туристичну дестинацію як складне багатокomпонентне явище, що поєднує територіальні, ресурсні, інфраструктурні та організаційні елементи, взаємодія яких формує цілісну систему туристичної діяльності та забезпечує її ефективне функціонування.

Формування туристичних дестинацій розглядається у сучасних дослідженнях як складний багаторівневий процес, що передбачає цілеспрямоване поєднання природних, культурних, соціально-економічних та інфраструктурних ресурсів певної території. Ефективне формування дестинації потребує системного аналізу наявного ресурсного потенціалу, рівня розвитку інфраструктури, транспортної доступності, стану туристичних послуг та можливостей інтеграції різних суб'єктів туристичної діяльності. Саме комплексний підхід дозволяє забезпечити узгодженість між використанням туристичних ресурсів, розвитком територій та збереженням їх природної і культурної спадщини.

Важливим етапом формування туристичних дестинацій є визначення та оцінювання туристично-рекреаційного потенціалу території. Такий підхід передбачає аналіз природних ландшафтів, історико-культурних об'єктів, рівня розвитку транспортної та комунікаційної інфраструктури, а також можливостей формування конкурентоспроможного туристичного продукту. У результаті здійснюється не лише систематизація наявних ресурсів, але й визначаються перспективні напрями їх використання з урахуванням попиту на туристичному ринку.

Крім того, процес формування туристичних дестинацій пов'язаний із створенням ефективної системи управління туристичними ресурсами та координації діяльності різних учасників туристичного ринку. Взаємодія органів державної влади, місцевого самоврядування, суб'єктів туристичного бізнесу та місцевих громад сприяє формуванню цілісного туристичного продукту, який може бути успішно позиціонований як на національному, так і на міжнародному рівнях. Такий підхід дозволяє забезпечити збалансоване використання ресурсів території, стимулювати розвиток підприємництва у сфері туризму та підвищувати привабливість регіонів для туристів.

Не менш важливим аспектом розвитку туристичних дестинацій є збереження та раціональне використання природної і культурної спадщини, яка виступає основою туристичної привабливості територій. У сучасних умовах формування туристичних дестинацій дедалі більше орієнтується на принципи

сталого розвитку, що передбачає поєднання економічної ефективності туристичної діяльності з екологічною безпекою та соціальною відповідальністю.

З огляду на різноманітність умов розвитку туризму та специфіку ресурсного потенціалу територій у науковій літературі виділяють різні види туристичних дестинацій. Їх класифікація здійснюється за рядом критеріїв, серед яких масштаб території, стадія життєвого циклу, види туризму, ресурсна база, рівень розвитку та інші характеристики. Узагальнення існуючих підходів дозволяє систематизувати основні типи туристичних дестинацій, що сприяє більш глибокому розумінню їх функціонування та особливостей управління (табл. 1.2).

Таблиця 1.2

*Класифікація туристичних дестинацій*

| Ознака класифікації                 | Типи дестинацій                                                                                                                                                                   |
|-------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| За масштабом                        | макродестинація (країна, великий туристичний регіон); мезодестинація (область, адміністративно-територіальна одиниця); мікродестинація (окреме місто, курорт, туристичний об'єкт) |
| За стадією життєвого циклу          | зародження, розвиток, зростання, зрілість, стагнація (реcesія), відродження                                                                                                       |
| За видами туризму                   | культурно-пізнавальна, рекреаційна, сільська (зелена), екстремальна, гастрономічна, етнографічна, екологічна, ділова тощо                                                         |
| За функціональним призначенням      | комплексна, лікувально-оздоровча, спортивно-туристична, ділова, спеціалізована                                                                                                    |
| За ресурсною базою                  | природна, штучна (антропогенна), змішана                                                                                                                                          |
| За станом розвитку                  | сформована (реальна), перспективна, планована, прогнозована                                                                                                                       |
| За рівнем туристичного навантаження | слабко навантажена, оптимально навантажена, максимально навантажена, перевантажена                                                                                                |
| За категорією споживачів            | молодіжна, сімейна, універсальна, спеціалізована (для окремих груп туристів)                                                                                                      |
| За просторовою структурою           | проста (один туристичний центр), складна (агломерація кількох туристичних центрів)                                                                                                |

*Джерело: складено на основі [10, с. 396]*

Подана класифікація відображає багатовимірний характер туристичних дестинацій та дозволяє розглядати їх як складні соціально-економічні системи, функціонування яких залежить від сукупності територіальних, ресурсних, організаційних та ринкових чинників. Розмежування дестинацій за різними

критеріями створює можливість більш повного аналізу їх структури, особливостей розвитку та потенційних можливостей використання туристичних ресурсів.

Важливим аспектом функціонування та розвитку туристичних дестинацій у сучасних умовах є формування їх позитивного іміджу та конкурентної туристичної ідентичності. У глобалізованому туристичному середовищі території фактично конкурують між собою за туристичні потоки, інвестиції та увагу потенційних відвідувачів. У зв'язку з цим значну роль відіграє цілеспрямована діяльність щодо формування привабливого образу дестинації в уявленні цільових аудиторій, що сприяє підвищенню її впізнаваності, привабливості та конкурентоспроможності на туристичному ринку.

Формування іміджу туристичної дестинації тісно пов'язане з процесами розвитку та просування туристичного продукту території. Виробництво і споживання туристичних послуг формує систему соціально-економічних взаємозв'язків між суб'єктами туристичної діяльності, місцевим населенням, органами влади та туристами. У результаті такої взаємодії формується певне сприйняття території, що поступово трансформується у її туристичну ідентичність. Водночас сформований імідж дестинації впливає на подальший розвиток туристичної діяльності, стимулюючи туристичні потоки, інвестиції та розвиток інфраструктури.

Концептуальний взаємозв'язок між розвитком і просуванням послуг туристичної дестинації та підвищенням якості життя населення регіону відображено на рис. 1.1. Представлена модель демонструє, що розвиток та ефективне просування туристичних послуг сприяють розширенню міжнародних і міжрегіональних зв'язків, збереженню та популяризації історико-культурної й етнографічної спадщини території, формуванню туристичної ідентичності дестинації. У свою чергу це стимулює економічний розвиток регіону, підвищує його інвестиційну привабливість, сприяє розвитку туристичної інфраструктури та створенню нових робочих місць, що в підсумку позитивно впливає на рівень і якість життя населення.



Рис. 1.1 – Концептуальна модель взаємозв'язку розвитку та просування послуг дестинації і підвищення якості життя населення регіону

*Джерело: побудовано на основі [15, 16]*

Важливою передумовою формування позитивного іміджу туристичної дестинації є сукупність чинників, що визначають сприйняття території туристами, інвесторами та іншими зацікавленими сторонами. До таких чинників належать культурні, історичні, природно-географічні, соціально-економічні, екологічні та інституційно-політичні характеристики території.

Культурно-історичні фактори охоплюють рівень розвитку мистецтва, архітектури, культурних традицій, наявність історичних подій, пам'яток та постатей, що формують історичну спадщину регіону. Вони значною мірою визначають унікальність туристичної пропозиції та сприяють формуванню привабливого образу території для потенційних відвідувачів. Водночас природно-географічні умови, зокрема ландшафти, кліматичні особливості та наявність природних ресурсів, визначають рекреаційний потенціал території та можливості розвитку різних видів туризму.

Не менш важливу роль відіграють соціально-економічні чинники, серед яких рівень розвитку економіки регіону, обсяги валового регіонального продукту, рівень і якість життя населення, інноваційна та підприємницька активність, а також наявність перспективних галузей економіки. Важливим показником туристичної

привабливості території виступає також розвиток туристичної інфраструктури, зокрема транспортної доступності, готельного господарства, закладів харчування, туристичних агентств та екскурсійних компаній, що забезпечують організацію туристичних подорожей і формування туристичного продукту.

Поряд із цим значний вплив на формування іміджу DESTИНАЦІЇ мають екологічні та інституційно-політичні чинники. До них належать стан навколишнього природного середовища, рівень екологічної безпеки, рівень громадської безпеки, ефективність діяльності органів місцевого самоврядування, стабільність соціально-економічного розвитку та загальний інвестиційний клімат території. Сукупність зазначених факторів формує комплексне уявлення про DESTИНАЦІЮ, визначає її конкурентні позиції на туристичному ринку та впливає на інтенсивність туристичних потоків.

У наукових дослідженнях імідж туристичної DESTИНАЦІЇ розглядається як багатокомпонентне явище, що формується під впливом різних елементів, які відображають як об'єктивні характеристики території, так і суб'єктивне сприйняття її споживачами туристичних послуг.

Складові елементи, що формують структуру туристичного іміджу DESTИНАЦІЇ, представлено на рис. 1.2.

Представлена структура дозволяє комплексно охарактеризувати імідж туристичної DESTИНАЦІЇ, оскільки поєднує як раціональні, так і емоційні складові її сприйняття. Зокрема, такі елементи, як вигляд DESTИНАЦІЇ та її статус, формують уявлення про об'єктивні характеристики території, тоді як емоційні зв'язки відображають індивідуальне сприйняття туристами. Водночас регіональна символіка сприяє формуванню впізнаваності, а іміджева політика та маркетинг забезпечують цілеспрямований вплив на формування позитивного образу. У цьому контексті також важливими є складові, пов'язані з соціальним іміджем DESTИНАЦІЇ (рівень безпеки, гостинність населення, якість сервісу) та іміджем країни в цілому, які значною мірою визначають довіру туристів і їхню готовність до відвідування певної території.

|                                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|-------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Статус туристичної дестинації             | Роль і значущість дестинації у системі туристичних територій країни або окремих територіальних одиниць. Статус залежить від наявного потенціалу та ресурсів, включаючи інформаційні, фінансові та кадрові можливості, а також від рівня взаємодії з іншими дестинаціями та територіями.                                                                                                                                                                   |
| Вигляд туристичної дестинації             | Під виглядом об'єкту туристичної уваги розуміється його зовнішній вигляд (ступінь екзотичності і унікальності природних і історико-культурних об'єктів, наявність об'єктів і пам'яток світового значення, занесених в список ЮНЕСКО, мода і доступність історико-культурних об'єктів по відношенню до місць попиту, надійність і місткість культурних комплексів, розміри і форми об'єктів, а також можливість їх огляду, екологічна складова території). |
| Регіональна символіка                     | Елементи, що формують впізнаваний образ дестинації, такі як назва, прапор, герб, девіз, гімн, а також інші культурні маркери, що відображають ідентичність території..                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| Емоційні зв'язки з дестинацією            | Виникають у туристів через їхні відчуття, очікування та асоціації з конкретним місцем. Вони формують позитивний імідж та стимулюють повторні відвідини, рекомендації та туристичну лояльність.                                                                                                                                                                                                                                                            |
| Іміджева політика та маркетинг дестинації | Територіальний маркетинг, який в зальному вигляді описується як певний образ мислення і дій керівників регіонального або місцевого рівня і підприємців, нова ділова філософія активної підприємницької діяльності, заснована на прагненні задовольнити виявлені потреби населення.                                                                                                                                                                        |

Рис. 1.2 - Структура туристичного іміджу дестинації

*Джерело: побудовано на основі [27, с. 46-47]*

Кожна дестинація неповторна по поєднанню природних, історичних, етнічних, економічних і соціальних умов. Вивчення і облік місцевих особливостей відіграє велику роль при виробленні правильної регіональної політики, що особливо важливо на етапі реформування економіки. Все вищесказане підтверджує необхідність формування іміджевої складової кожної туристичної дестинації.

Процес формування туристичного іміджу дестинації є багатоетапним та включає взаємопов'язані управлінські, маркетингові та комунікаційні заходи,

спрямовані на створення привабливого образу території в уявленні туристів, інвесторів та інших зацікавлених сторін.

Виділяють чотири основні етапи процесу формування туристичного іміджу дестинації (рис. 1.3), що охоплюють аналіз існуючого іміджу, визначення ключових привабливих рис території, розробку комунікаційної стратегії та безпосереднє просування дестинації на ринку туристичних послуг.



Рис. 1.3 - Етапи формування туристичного іміджу дестинації

*Джерело: побудовано на основі [18]*

Як видно з рис. 1.3, ключовим етапом є виявлення очікувань цільової аудиторії, оскільки саме він визначає подальшу спрямованість усіх управлінських і маркетингових рішень. Без чіткого розуміння потреб і мотивацій потенційних туристів неможливо сформулювати привабливу пропозицію та ефективно комунікаційне повідомлення. Наступний етап - визначення особливостей і переваг території - забезпечує виділення унікальних характеристик дестинації, які

формують її конкурентні переваги на ринку туристичних послуг. Водночас вибір пріоритетних медіаканалів комунікації відіграє важливу роль у забезпеченні досягнення цільової аудиторії, оскільки навіть найсильніший імідж не буде ефективним без належних каналів його поширення. Завершальний етап передбачає розробку комплексної комунікаційної стратегії, яка інтегрує результати попередніх етапів і забезпечує системне формування позитивного іміджу дестинації.

Ключовим елементом ефективного управління іміджем туристичної дестинації є іміджева політика регіону, яка виступає складовою регіонального маркетингу. Вона передбачає стратегічне планування, тактичне управління та просування різних аспектів території, акцентуючи увагу на її унікальних особливостях, досягненнях та туристичних привабливих характеристиках. Регіон у цьому контексті розглядається як комплексний туристичний продукт, цінність якого формується через системну взаємодію органів влади, бізнесу та громади, а також через активне залучення туристів до процесу сприйняття та оцінки території.

Управління іміджем туристичної дестинації будується на тих же принципах, що і загальне управління маркетингом території і включає такі етапи (рис. 1.4).

Як видно з рис. 1.4, процес управління іміджем дестинації має комплексний і послідовний характер, охоплюючи як стратегічні, так і комунікаційні аспекти. Стратегічне управління маркетингом території - є базовим, оскільки саме на цьому етапі визначається потенціал дестинації, її конкурентні позиції та стратегічні орієнтири розвитку. Без проведення ґрунтовного конкурентного аналізу та чіткого позиціонування неможливо сформувати унікальний і привабливий імідж.

Важливим етапом є ідентифікація дестинації, яка передбачає проєктування її іміджу та перевірку ефективності обраної іміджевої стратегії серед споживачів. Саме цей етап дозволяє узгодити бажаний образ території з реальним сприйняттям цільової аудиторії та, за потреби, скоригувати його.

Стратегічне управління іміджем дестинації спрямоване на практичну реалізацію сформованого іміджу через систему комунікацій, а також на постійний моніторинг і контроль результатів. Це забезпечує адаптацію іміджевої стратегії до

змін зовнішнього середовища та підвищує її ефективність у довгостроковій перспективі.

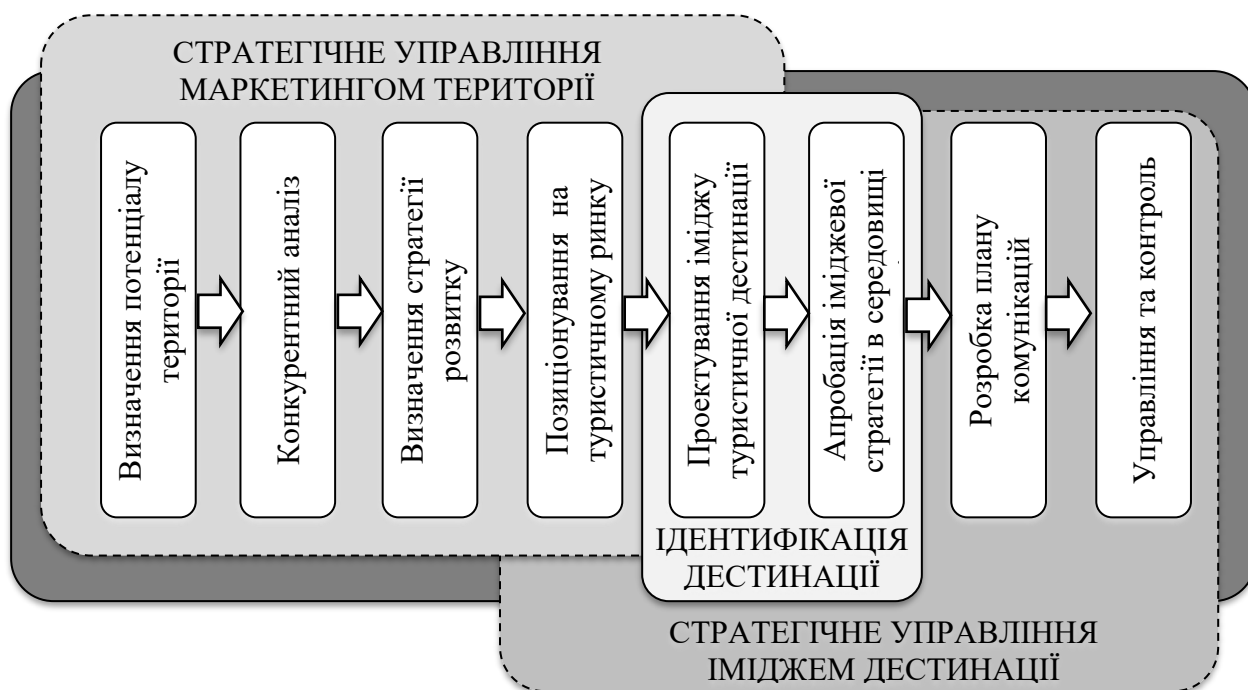


Рис. 1.4 - Етапи управління іміджем туристичної дестинації

Джерело: побудовано на основі [18]

В умовах територіальної та ресурсної різноманітності України науковці пропонують структуроване визначення туристичних дестинацій на національному та регіональному рівнях. Так, у дослідженні А. О. Глебової та М. О. Солодовник, на території України сформовано вісім регіональних туристично-рекреаційних дестинацій: Кримська, Азово-Причорноморська, Донецька, Карпатська, Подільська, Придніпровська, Слобожанська та Поліська. Кожна з них включає локальні туристичні дестинації, що мають власні особливості та специфіку розвитку [10, с. 395-396].

З іншого боку, С. М. Садовенко пропонує класифікувати українські дестинації за географічним розташуванням, видами туризму та рівнем розвитку.

1) За географічним розташуванням - міські (Київ, Львів, Одеса); сільські (Карпати, Полісся, Причорномор'я); гірські (Карпати, Крим); прибережні (Чорноморське узбережжя, Азовське море);

2) За видами туризму - культурнопізнавальний (міста-музеї, історичні пам'ятки); екологічний (національні парки, заповідники); активний туризм (рафтинг, гірські лижі, дайвінг); оздоровчий (курорти, санаторії); релігійний туризм (монастирі, храми).

3) За рівнем розвитку - розвинені (мегаполіси); середньо розвинені (невеликі міста); малорозвинені (сільська місцевість, малі міста) [19, с. 35].

Важливими факторами, що визначають вибір туристичної дестинації, є безпека, політична стабільність, рівень санітарії, транспортна доступність, наявність готелів і ресторанів, культурних та природних пам'яток, а також оригінальні культурні заходи - фестивалі, обряди, виставки та інші активності. Ці чинники взаємодіють із попитом туристів, формуючи конкурентні переваги та імідж дестинації, що безпосередньо впливає на ефективність управління туристичною територією [19, с. 35].

Стан та функціонування туристичних дестинацій значно ускладнилося в умовах російської агресії. С. М. Мойсей у дослідженні [20] підкреслює, що війна призводить не лише до втрати туристичного потенціалу, але й до руйнування інфраструктури, історичних та культурних цінностей, що важко оцінити в грошовому вимірі. Серед втрат - природні об'єкти, такі як Олешківські піски, Асканія-Нова, Кінбурнська коса, узбережжя Азовського моря та численні пам'ятки, включно з містами Кирилівка, Скадовськ, Бердянськ, Очаків і частково Скіфський курган. Внаслідок цього серйозно порушено екологічну стійкість територій, поставлено під загрозу біорізноманіття, а відновлення багатьох культурних і природних об'єктів може зайняти десятиліття.

Отже, сучасний стан туристичних дестинацій України характеризується подвійним контрастом - з одного боку, чіткою структурованістю та наявністю спеціалізованих локальних і регіональних дестинацій; з іншого - негативним впливом збройного конфлікту, що ускладнює використання туристичного потенціалу, створює загрози екологічній та культурній безпеці. У таких умовах ключовим завданням стає інтеграція ресурсного потенціалу, формування безпечної інфраструктури та стратегічне управління туристичними дестинаціями з

урахуванням принципів сталого розвитку та захисту національної культурної спадщини.

### **1.3 Нормативно-правові основи управління туризмом в Україні та їх вплив на регіональний розвиток**

Розвиток туризму є основним напрямом державного регулювання туристичної діяльності в Україні, що особливо актуально в сучасній несприятливій соціально-економічній ситуації в країні. Концепція довгострокового соціально-економічного розвитку України визначає умови підвищення якості життя громадян як один із основних напрямів переходу до інноваційного соціально-орієнтованого типу економічного розвитку країни. Важливу роль при цьому відіграють вдосконалення та розвиток інфраструктури відпочинку та туризму, забезпечення якості, доступності та конкурентоспроможності туристичних послуг в Україні.

Туризм важливий для вирішення соціальних проблем, є джерелом інвестицій у ключові сфери економіки, послуги колективних засобів розміщення, є драйвером соціально-економічного розвитку.

Система правових норм, що регулюють туризм в Україні, створює основу для впорядкування туристичної діяльності. Вона визначає головні принципи державної політики у цій галузі, встановлює критерії якості для туристичних послуг та правила співпраці між учасниками туристичного ринку. Законодавчі та інші нормативні документи мають на меті сприяти розвитку туристичних напрямків, допомагати Україні інтегруватися у світову туристичну систему та створювати сприятливі умови для економічного та соціального розвитку регіонів.

Ключовим документом, який визначає основні правила функціонування туристичної сфери, є Закон України «Про туризм» [9]. Цей закон регулює різноманітні види туристичних послуг, порядок роботи туроператорів і турагентів, питання страхування подорожуючих, а також встановлює категорії туристичних

маршрутів та об'єктів. Він підкреслює значення безпеки для туристів, відповідальності учасників ринку та захисту їхніх прав, що закладає правову основу для поліпшення якості туристичних пропозицій по всій країні.

Важливу роль у системі регулювання відіграють закони, що стосуються охорони культурної спадщини та природних заповідників. Вони встановлюють правила використання, відновлення та збереження історичних і культурних пам'яток. Ці норми регулюють реставраційні роботи, визначають умови використання об'єктів культурної спадщини, а також встановлюють обмеження для туристичної діяльності у захищених зонах. Такий підхід допомагає зберегти унікальність територій і створює фундамент для довгострокового розвитку туризму.

Окремої уваги заслуговують нормативні акти, які регулюють стандартизацію та підтвердження якості туристичних послуг. Наприклад, державні стандарти (ДСТУ) для готелів, екскурсій та організації туристичних поїздок визначають вимоги до якості, що зміцнює довіру мандрівників і сприяє зростанню малого та середнього бізнесу в громадах. Сертифікація агросадиб (зеленого туризму) дає можливість офіційно підтвердити їхню відповідність стандартам гостинності, що особливо цінно для сільських районів.

Туристичні підприємства в Україні здійснюють свою діяльність на основі таких законодавчих актів:

- 1) Конституції України [21];
- 2) Цивільного кодексу України [22];
- 3) Податкового кодексу України [23];
- 4) Закону України «Про туризм» [24];
- 5) Закону України «Про державну реєстрацію юридичних осіб, фізичних осіб-підприємців та громадських формувань» [25];
- 6) Закону України «Про особливості регулювання діяльності юридичних осіб окремих організаційно-правових форм у перехідний період та об'єднань юридичних осіб» [26];

7) Закону України «Про товариства з обмеженою та додатковою відповідальністю» [27];

8) Закону України «Про ліцензування видів господарської діяльності» [28];

9) Закону України «Про страхування» [29];

10) Закону України «Про порядок виїзду з України і в'їзду в Україну громадян України» [30] та інших нормативно-правових актів, які регламентують туристичну діяльність в Україні та ін.

На місцевому рівні важливе значення для розвитку туризму мають державні та регіональні програми, а також стратегії. Такі документи, як Державна програма розвитку туризму та курортів, Стратегія регіонального розвитку та обласні програми збереження культурної спадщини, передбачають виділення коштів на проекти, гранти, конкурси та співпрацю між державним і приватним секторами. Завдяки цим механізмам місцеві громади мають змогу покращувати інфраструктуру, проводити рекламні заходи та створювати власні туристичні пропозиції. Для реалізації ефективної політики державного управління туристичною дестинацією рекомендується дотримуватися ряду принципів, які висвітлено в табл. 1.3.

Процес децентралізації суттєво збільшив повноваження місцевих органів влади в управлінні туризмом. Громади тепер можуть розробляти власні туристичні стратегії, залучати інвестиції, формувати імідж своїх територій, підтримувати місцевих підприємців та створювати нові маршрути. Це дає змогу регіонам діяти більш гнучко, пристосовуючи державну політику до власних потреб і можливостей. Наприклад, для таких громад, як Гощанська, це відкриває шлях до активного розвитку туристичної галузі через створення інформаційних центрів, екологічних маршрутів, організації культурних подій та рекламних заходів.

Правова база також впливає на ефективність управління у туристичній сфері. Вона встановлює правила для здійснення грантових проектів, порядок міжнародної взаємодії та умови участі у програмах Європейського Союзу, як-от «Interreg», «House of Europe» або «Creative Europe». Це забезпечує доступ до

фінансових ресурсів, сучасних підходів та міжнародних стандартів в управлінні туристичними напрямками.

Таблиця 1.3

*Концептуальні засади державного управління стратегією просування туристичних послуг дестинації*

| Принцип       | Опис                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|---------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Чіткість      | Щоб виключити безсистемне, нераціональне і негативний просування регіону, необхідно чітко і неухильно дотримуватися обраної стратегії.                                                                                                                                          |
| Ясність       | Обраний імідж повинен бути зрозумілим резидентам регіону, країни, туристам, потенційним відвідувачам і іншим зацікавленим особам.                                                                                                                                               |
| Послідовність | Державна влада, органи управління туристичної сфери, засоби масової інформації в своїй комунікації повинні бути послідовними, передаючи інформацію про динаміку і розвитку туристичного іміджу регіону.                                                                         |
| Захист        | Для ефективного розвитку туристичного іміджу регіону та його аудіовізуальних складових, необхідним є створення умов їх захисту на всіх рівнях.                                                                                                                                  |
| Контроль      | Діяльність регіональної туристичної адміністрації щодо контролю впливу іміджу на цільові аудиторії (в разі негативного досвіду - проводити ребрендинг регіону).                                                                                                                 |
| Стимулювання  | Формування необхідних умов для визначення ідентичності місць, міст, регіонів і стимулювання регіональних туристичних об'єднань до включення в процес просування туристичних послуг.                                                                                             |
| Підтримка     | Підтримка розвитку іміджу регіону, в тому числі через систему представництв регіонального туристичного офісу, що представляють інтереси регіону на ключових туристичних ринках. Туристичні представництва можуть також функціонувати в кооперації з торговими представництвами. |

*Джерело: складено на основі [31, 32]*

Загалом, нормативно-правові засади туризму мають вирішальне значення для розвитку регіонів. Вони створюють передумови для раціонального використання ресурсів, розбудови інфраструктури, заохочення підприємницької діяльності та приваблення капіталовкладень. Завдяки правовим інструментам громади можуть досягти рівноваги між отриманням економічної вигоди та збереженням культурної та природної спадщини, що є ключовою умовою для сталого розвитку. Для місцевих громад нормативно-правові документи слугують не тільки основою для регулювання, а й засобом стратегічного планування, що дає змогу створювати привабливі туристичні напрямки та забезпечувати збалансований розвиток території.

## **РОЗДІЛ 2**

### **ТУРИСТИЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ ТЕРИТОРІЇ ЯК ПЕРЕДУМОВА ЇЇ ЗБАЛАНСОВАНОГО РОЗВИТКУ (НА ПРИКЛАДІ ГОЩАНСЬКОЇ ГРОМАДИ)**

#### **2.1 Просторові, природні та культурно-історичні передумови розвитку туризму в Гощанській громаді**

Гощанська селищна територіальна громада розташована у центральній частині Рівненського району Рівненської області та характеризується вигідним географічним положенням, що формує значні передумови для розвитку туризму. Територія громади лежить у межах лісостепової природної зони, має рівнинний рельєф, густу мережу водних ресурсів і цінні лісові масиви. Близькість до великих населених центрів, зокрема Рівного (приблизно 25 км), підсилює транспортну доступність та формує потенціал для короткотривалих та вікендових туристичних подорожей.

Територія громади перетинається трасою міжнародного значення М06 «Київ–Чоп», а також регіональними автошляхами, що забезпечують логістичну зручність для туристів різних типів - сімейних, індивідуальних і групових. Просторові особливості території дозволяють поєднувати різні види туризму: природничий, сільський, культурно-пізнавальний, релігійний, активний та рекреаційний.

Просторове планування громади визначається поєднанням поселень, сільськогосподарських угідь, річкової долини та лісових ділянок. Це створює мозаїчний ландшафт, сприятливий для формування туристичних маршрутів різної тематики. Основою просторової структури є річка Горинь, яка формує природний коридор, що може стати «туристичною артерією» для природно-орієнтованих активностей.

Просторове розташування громади має стратегічне значення для туристичного розвитку, оскільки дозволяє інтегрувати локальні ресурси в регіональні маршрути Рівненщини (Рівне-Дубно-Острог-Гоща), що створює нові можливості для міжтериторіального партнерства.

Природні ресурси є основою для розвитку екологічного, рекреаційного та активного туризму. Гощанська громада характеризується наявністю лісових масивів, річкових долин, заплав, чистих водойм, що формують різноманітні можливості для відпочинку та екотуризму. У табл. 2.1 представлено природно-рекреаційний потенціал громади.

Таблиця 2.1

*Природно-рекреаційний потенціал громади*

| Ресурс                | Опис                                     | Туристичні можливості              |
|-----------------------|------------------------------------------|------------------------------------|
| Річка Горинь          | Чиста річкова система, мальовничі береги | Водний туризм, рибальство, кемпінг |
| Лісові масиви         | Мішані ліси з багатою флорою та фауною   | Вело- та пішохідні маршрути        |
| Заплави та луки       | Висока екологічна цінність               | Екотуризм, фототури                |
| Сільські господарства | Ферми, традиційний уклад                 | Агротуризм, гастрономічні тури     |

*Джерело: розроблено автором*

Основні елементи природного потенціалу Гощанської громади:

1. Річка Горинь - головний природний ресурс, придатний для каякінгу, рибальства, пляжного відпочинку, кемпінгу.
2. Лісові території - підходять для піших маршрутів, велотуризму, спостереження за природою.
3. Екосистеми лук і заплав - мають високий рівень біорізноманіття, що є основою для орнітотуризму та екологічних стежок.
4. Сільські ландшафти - надають можливість для розвитку зеленого туризму та агротуризму.

Гощанська громада має давню історію, що сягає XV століття, і зберегла значну кількість культурних та архітектурних пам'яток, які можуть стати основою

для формування змістовних туристичних продуктів. Сакральна архітектура, монастирські комплекси, археологічні об'єкти, місцеві традиції та музейні установи формують унікальний культурний простір.

Серед найбільш цінних об'єктів культурної спадщини:

1. Комплекс колишнього василіанського монастиря - важливий осередок духовності та історії.
2. Миколаївська церква XVII–XVIII ст. - пам'ятка сакральної архітектури.
3. Краєзнавчі та етнографічні експозиції - джерело місцевої історичної пам'яті.
4. Археологічні поселення та кургани - перспективна база для науково-пізнавального туризму.

Гощанська громада володіє збалансованим поєднанням просторових, природних та культурно-історичних ресурсів, що створює комплексні передумови для розвитку різних напрямів туризму. Територія має чітко виражені конкурентні переваги:

- висока доступність завдяки вигідному транспортному положенню;
- різноманітність природних ландшафтів, які дозволяють створювати багатокomпонентні туристичні маршрути;
- багата культурна спадщина, що формує змістовну екскурсійну та пізнавальну пропозицію;
- потенціал для розвитку екотуризму та зеленого туризму, що відповідає сучасним світовим трендам.

Таким чином, наявні просторові, природні та культурно-історичні передумови створюють міцну основу для формування інтегрованих туристичних продуктів і розвитку сталого туризму на території Гощанської громади.

## 2.2 Туристична інфраструктура та її вплив на розвиток громади

Туристична інфраструктура є одним із ключових чинників, що визначають ефективність розвитку туризму на території громади. Вона включає як фізичні об'єкти (гостинні заклади, кафе, рекреаційні зони, транспортну мережу), так і інформаційні сервіси (карти, путівники, мобільні додатки, веб-сайти), які полегшують доступ туристів до ресурсів. Для Гощанської громади розвиток туристичної інфраструктури є важливим елементом стимулювання економіки, збереження культурної спадщини та формування привабливого іміджу регіону.

Громада має значний потенціал завдяки поєднанню природних, культурно-історичних та етнографічних ресурсів. Основні туристичні принади включають:

- природні ресурси - річка Горинь із можливостями для водного туризму, лісові масиви для пішохідного та велосипедного відпочинку, природні заповідні території;
- культурно-історичні об'єкти - Гощанський парк, музей «Погорина», садиба Валецьких, етнографічні села з народними ремеслами;
- соціальні ресурси - активні громади, майстер-класи, культурні події, фестивалі та екскурсії, які забезпечують інтерактивну участь туристів.

Проте для повноцінного розвитку туризму необхідно оцінити готовність цих ресурсів до туристичного споживання, їх доступність і можливості інтегрувати у туристичні маршрути.

Нижче представлена таблиця основних туристичних ресурсів Гощанської громади, їх стан, доступність та рекомендації щодо покращення (табл. 2.2).

У Гощанській громаді наявні такі туристичні активності:

- екскурсії з місцевими гідами - зокрема безкоштовна екскурсія смт Гоща з Володимиром Коташевським;
- майстер-класи з народних ремесел, традиційної вишивки та випікання хліба;

– етнографічні програми в сільських садибах, які демонструють культуру та побут місцевих жителів.

Ці активності дозволяють туристам не лише відпочивати, але й отримати унікальний культурний досвід. Водночас вони потребують системного розвитку, просування та інтеграції у туристичні маршрути.

Таблиця 2.2

*Готовність туристичних ресурсів Гоцанської громади*

| Ресурс                           | Готовність               | Доступність                                                                       | Рекомендації                                                 |
|----------------------------------|--------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------|
| Гоцанський парк                  | Висока (працює постійно) | Інформація на <a href="http://rivne.travel">rivne.travel</a> ; відкрита територія | Встановити інформаційні таблички, QR-коди маршруту           |
| Музей «Погорина»                 | Середня                  | Вул. Центральна, 18; +380 682445813; Facebook                                     | Оновити сайт, вказати години роботи, контакти                |
| Садиба Валевських                | Низька/Середня           | Часткова реставрація; контакти волонтерів/реставраторів                           | Запустити проєкт реставрації, включити у туристичний маршрут |
| Річка Горинь (маршрути)          | Середня (сезонно)        | Пункти прокату, інформація не централізована                                      | Розробити марковані маршрути, пункт прокату байдарок         |
| Етнографічні села (Синів, Тучин) | Середня                  | Садиби, майстер-класи - контакти через соцмережі                                  | Створити реєстр садиб, регулярні майстер-класи               |

*Джерело: розроблено автором*

Для забезпечення сталого розвитку туризму в громаді пропонується комплекс заходів.

- Інформаційна система: створення інтерактивного сайту та мобільного додатку з картою об'єктів, контактами, годинами роботи та онлайн-бронюванням.
- Туристичні маршрути: формування пакетних продуктів, наприклад:
  - «День у Гоці» - парк → музей → майстер-клас.
  - «Етно-вікенд» - проживання в садибі → майстер-класи ткацтва → етнографічні села.

– «Горинь-актив» – байдарки → пікнік → вечірня етно-зустріч.

3. Сертифікація садиб та локальних підприємств: створення логотипу «Туризм Гоцанської громади», навчання господарів.

4. Маркетинг і промоція: участь у виставках, digital-кампанії у соцмережах, блогери, YouTube.

5. Інфраструктура: маркування маршрутів, покращення дорожнього доступу, встановлення вказівників та інформаційних табличок, облаштування зон відпочинку.

6. Партнерство та гранти: проекти на реставрацію садиби Валецьких, розвиток водного туризму, створення фестивалю «Гоцанський передзвін».

7. Освітня складова: школи гідів, волонтерські програми, майстер-класи з ремесел.

У табл. 2.3 представлено стан туристичної інфраструктури Гоцанської громади.

Таблиця 2.3

*Стан туристичної інфраструктури Гоцанської громади*

| Сфера            | Наявний стан                | Основні проблеми                     | Рекомендації                                                  |
|------------------|-----------------------------|--------------------------------------|---------------------------------------------------------------|
| Проживання       | Немає                       | Недостатньо для туристів             | Створення готелів, садиб, апартаментів                        |
| Харчування       | Місцеві кафе                | Обмежений вибір                      | Розвиток локальної кухні, гастрономічні маршрути              |
| Транспорт        | Основні дороги асфальтовані | Відсутність знаків                   | Марковані маршрути, встановлення вказівників                  |
| Безпека          | Базові заходи               | Відсутність пунктів першої допомоги  | Створення рятувальних пунктів, маркування небезпечних ділянок |
| Інформація       | Мінімальна онлайн           | Неможливість самостійного планування | Інтерактивні карти, QR-коди, мобільні додатки                 |
| Рекреаційні зони | Декілька місць              | Низький рівень облаштування          | Зони для пікніків, дитячих і спортивних активностей           |

*Джерело: розроблено автором*

Наявна інфраструктура громади поки що не повністю відповідає потребам туристів. Основні проблеми:

- обмежена кількість місць для проживання;
- недостатня кількість кафе та ресторанів;
- відсутність чітко маркованих маршрутів та інформаційних пунктів;
- обмежена цифрова інформація для туристів.

Туристична інфраструктура Гоцанської громади має значний потенціал для розвитку, проте потребує комплексного вдосконалення. На сьогодні громада може запропонувати туристам поєднання природних, культурно-історичних та етнографічних ресурсів, що створює умови для різноманітних туристичних продуктів - від екологічних маршрутів та водного туризму до культурно-етнографічних програм і майстер-класів.

Разом із тим існують певні обмеження. Переважна більшість туристичних об'єктів потребує систематизації та покращення доступності: необхідно розробити чіткі маршрути, створити інформаційні матеріали, встановити вказівники та таблички, оновити онлайн-ресурси та забезпечити можливість онлайн-бронювання. Існуючі заклади харчування та проживання обмежені, тому розвиток локальної гастрономії та приватних садиб має стати пріоритетом.

Для підвищення привабливості громади доцільно впроваджувати пакетні туристичні продукти, які поєднуюватимуть природні й культурні ресурси, а також регламентовані екскурсії та майстер-класи у сільських садибах. Важливим напрямом є розвиток цифрових сервісів: мобільних додатків, інтерактивних карт, QR-кодів для об'єктів, що значно полегшить доступ туристів до інформації та підвищить рівень організованості відпочинку.

Особлива увага повинна бути приділена безпеці та комфорту туристів - облаштуванню маркованих маршрутів, зон відпочинку, пунктів першої допомоги та покращенню транспортної доступності. Партнерство з місцевим бізнесом і залучення грантів дозволить фінансово підтримати реставрацію об'єктів культурної спадщини та розвиток інфраструктури, що сприятиме формуванню позитивного іміджу громади.

Таким чином, Гощанська громада має всі передумови для формування конкурентоспроможного туристичного продукту. Розвиток туристичної інфраструктури не лише підвищить привабливість території для відвідувачів, а й стане ефективним інструментом соціально-економічного розвитку громади, збереження культурної спадщини та популяризації місцевої природи й традицій.

### 2.3 SWOT-аналіз туристичного потенціалу Гощанської громади

Для комплексного оцінювання туристичного потенціалу Гощанської громади доцільно провести аналіз середовища функціонування туристичного сектору на основі моделі М. Портера (табл. 2.4). Цей підхід дозволяє системно оцінити фактори, що визначають конкурентоспроможність туристичних послуг, взаємозв'язок внутрішніх та зовнішніх ресурсів, а також визначити потенційні напрями розвитку.

Таблиця 2.4

*Середовище функціонування туристичного сектору Гощанської громади на основі моделі М. Портера*

| Умови конкурентоспроможності на туристичному ринку     | Середовище функціонування туристичного сектору Гощанської громади                                                                                                                                                                                                                                                                |
|--------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1                                                      | 2                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| Умови для факторів розвитку                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| Природно-кліматичні умови, культурно-історичні ресурси | Гощанська громада характеризується багатим природним потенціалом: річка Горинь, лісові масиви, озера та численні природні маршрути. Культурно-історична спадщина включає музей «Погорина», садибу Валевських, етнографічні села Синів та Тучин, що формують основу для культурно-пізнавального та етнотуризму.                   |
| Доступність для широких верств населення               | Громада має автомобільне сполучення із районним центром та сусідніми населеними пунктами. Наявність місцевих доріг задовільної якості забезпечує доступ до основних туристичних об'єктів. Водночас відсутність залізничного сполучення та обмежене транспортне сполучення в неробочий час ускладнюють приїзд групових туристів.. |

## Продовження таблиці 2.4

| 1                                                                                                          | 2                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Зручний підступ до об'єктів туристичного показу, розвинені системи комунікації та фінансова інфраструктура | Мережа доріг та наявні комунікаційні послуги забезпечують базовий рівень доступу. Однак відсутня розвинута фінансова та сервісна інфраструктура, що обмежує можливості обслуговування туристів та організації комплексних туристичних продуктів.                                                                                    |
| Стан попиту                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| Вивчення туристичного попиту                                                                               | Повна статистична інформація про туристичні потоки відсутня, що ускладнює формування стратегії розвитку туризму. Попит на активний, екологічний та культурно-етнографічний туризм зростає, особливо серед внутрішніх туристів, проте недостатнє промо та цифрові інструменти стримують розвиток.                                    |
| Фокус на певних групах споживачів                                                                          | Цільові сегменти туристів чітко не виділені. Основна увага наразі приділяється відпочинку сімей, шкільним екскурсіям і невеликим туристичним групам.                                                                                                                                                                                |
| Облік мінливих споживчих переваг на ринку                                                                  | Зростає попит на локальний і екотуризм, активний відпочинок, культурні маршрути та майстер-класи. Туристи віддають перевагу безпечним, зручним та інтерактивним форматам відпочинку, що підвищує вимоги до якості послуг і інформаційного забезпечення.                                                                             |
| Інформаційна підтримка туристів в місці перебування                                                        | Присутні локальні сайти та сторінки у соцмережах, однак відсутні інтегровані цифрові карти, мобільні додатки, QR-коди на об'єктах та єдиний інформаційний портал громади.                                                                                                                                                           |
| Стійка стратегія, структура і конкуренція                                                                  |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| Конкуренція між підприємствами обслуговування                                                              | На території громади відсутня значна конкуренція серед засобів розміщення, що обмежує стимул до підвищення якості послуг. Проте конкуренція присутня серед приватних екскурсійних та майстер-класових ініціатив. Нерозвиненість туристичних продуктів та обмежена диверсифікація сегментів стримують розвиток туристичного сектору. |
| Наявність стабільної стратегії                                                                             | Відсутність комплексної стратегічної програми розвитку туризму на рівні громади. Наявні локальні ініціативи не узгоджені в єдину систему та не охоплюють усіх аспектів сталого розвитку туризму.                                                                                                                                    |
| Родинні і підтримуючі галузі                                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| Наявність критичної маси підприємств                                                                       | Розвинена мережа невеликих закладів громадського харчування та приватних садиб. Однак кількість ліжко-місць у готелях обмежена, рівень завантаження низький у несезон, що стримує масштабування послуг.                                                                                                                             |
| Базові послуги та інфраструктура                                                                           | Добре розвинені малі заклади харчування та приватний сектор для розміщення туристів. Проте готельна інфраструктура має обмежену кількість місць, а в міжсезоння спостерігається низька заповнюваність, що ускладнює розширення туристичних послуг.                                                                                  |

Джерело: складено автором на основі [33-43]

На основі проведеного аналізу середовища функціонування туристичного сектору Гощанської громади можна зробити низку висновків щодо наявного потенціалу та проблемних зон, що впливають на розвиток туризму.

Перш за все, Гощанська громада володіє значними природними та культурними ресурсами, які можуть стати основою для розвитку різних форм туризму. Річка Горинь, лісові масиви, озера та природні маршрути формують сприятливі умови для активного та екологічного відпочинку, водного туризму та організації прогулянок і веломаршрутів. Наявність музею «Погорина», садиби Валевських, а також етнографічних сіл Синів та Тучин дозволяє реалізовувати культурно-етнографічні тури, майстер-класи та інтерактивні програми, що формують додаткову цінність для туристів та сприяють популяризації локальної історико-культурної спадщини.

Водночас розвиток туристичного сектору громади обмежується низкою факторів. Одним із ключових є недостатня транспортна доступність: відсутність залізничного сполучення та нерегулярне транспортне сполучення у неробочий час ускладнюють приїзд групових туристів. Також наявна обмежена фінансова та сервісна інфраструктура, що зменшує можливості для організації комплексних туристичних продуктів та надання високоякісних послуг.

Стан туристичного попиту свідчить про зростання зацікавленості внутрішніх туристів у відпочинку на природі, активному та культурному туризмі. Проте відсутність детальної статистики туристичних потоків та цільових сегментів ускладнює планування розвитку туристичного сектору. Зростаючі вимоги туристів до безпечного, зручного та інтерактивного відпочинку підвищують значущість впровадження сучасних інформаційних рішень: інтерактивних карт, мобільних додатків, QR-кодів та єдиного інформаційного порталу громади.

Важливо відзначити, що конкуренція серед підприємств туристичного обслуговування на території громади поки що обмежена. Відсутність гострої конкуренції серед засобів розміщення стримує підвищення якості послуг, тоді як конкуренція серед приватних ініціатив, таких як екскурсії чи майстер-класи, існує, але не має системного розвитку. Відсутність комплексної стратегії розвитку

туризму на рівні громади та недостатня інтеграція локальних ініціатив у єдину систему обмежують потенціал для створення сталих туристичних продуктів.

Ще одним обмежуючим фактором є недостатня кількість ліжко-місць у готелях та садибах, низька їхня завантаженість у несезон, обмежена кількість закладів харчування та послуг прокату спорядження. Це стримує можливість розвитку туризму для великих груп, організації фестивалів і сезонних заходів.

Таким чином, аналіз середовища функціонування туристичного сектору Гощанської громади дозволяє виділити основні проблеми та перспективи:

- потенціал розвитку – активний, культурно-етнографічний та екотуризм на базі природних та культурних ресурсів; розвиток локальних ініціатив, майстер-класів та інтерактивних турів.

- обмеження розвитку - недостатня транспортна доступність, слабка фінансова та сервісна інфраструктура, відсутність цифрових інструментів і комплексних туристичних продуктів, низький рівень стратегічного планування.

- необхідні кроки для розвитку - створення інтегрованих туристичних маршрутів та програм для різних категорій туристів, активне просування в цифрових каналах, розширення місць розміщення та послуг харчування, розвиток партнерських зв'язків із бізнесом та місцевими громадами, підготовка кваліфікованих кадрів для туристичного сектору.

Для комплексної оцінки туристичного потенціалу Гощанської громади доцільно застосувати SWOT-аналіз - методологію, що дозволяє системно і структуровано виявити сильні та слабкі сторони, а також зовнішні можливості та загрози розвитку туризму. Такий підхід є ефективним інструментом стратегічного планування, оскільки дозволяє зіставити внутрішні ресурси та потенціал громади з чинниками зовнішнього середовища, оцінити їхній вплив на конкурентоспроможність туристичних послуг і визначити пріоритетні напрямки розвитку.

SWOT-аналіз, що базується на англomовних поняттях Strengths - сильні сторони, Weaknesses - слабкі сторони, Opportunities - можливості, Threats - загрози, дає змогу не лише ідентифікувати існуючі переваги та обмеження, а й визначити

шляхи трансформації слабких сторін у сильні та потенційних загроз у можливості для розвитку (табл. 2.5). Цей методологічний підхід широко застосовується для стратегічного планування у різних сферах, включно з туризмом, оскільки дозволяє системно оцінити внутрішнє середовище об'єкта та зовнішні фактори, що впливають на його ефективність.

контексті Гощанської громади SWOT-аналіз забезпечує комплексну оцінку туристичного потенціалу, включаючи природні ландшафти, водні ресурси, культурно-історичні об'єкти, рекреаційні зони, локальні ініціативи та волонтерські проєкти. Окрім цього, аналіз охоплює соціально-економічне середовище, транспортну доступність, інфраструктуру обслуговування туристів, наявність фінансування, конкуренцію з іншими регіонами та політичну стабільність, що визначають привабливість громади для внутрішніх і зовнішніх туристів.

Завдяки проведеному аналізу можна систематизувати внутрішні ресурси громади - природні ландшафти, культурно-історичні об'єкти, рекреаційні зони, локальні ініціативи та волонтерські проєкти - а також зовнішні чинники, що формують ринок туризму: попит, конкуренцію, транспортну доступність, наявність фінансування та політичну стабільність. SWOT-аналіз дозволяє систематизувати наявні дані та оцінити перспективи розвитку туристичного сектору Гощанської громади, виділити пріоритетні напрямки для стратегічних заходів, підвищити конкурентоспроможність регіону, сформувати привабливі туристичні продукти для різних категорій відвідувачів, а також сприяти залученню інвестицій і розвитку сталого туризму.

Результати SWOT-аналізу створюють підґрунтя для розробки стратегічних заходів і програм, які дозволять:

- підвищити конкурентоспроможність туристичного сектору громади;
- ефективно використовувати природні, культурні та соціальні ресурси;
- сформувати привабливі туристичні продукти для різних категорій відвідувачів;
- залучити інвестиції та грантову підтримку;
- сприяти розвитку сталого туризму та локальної економіки.

Таблиця 2.5

*SWOT-аналіз туристичного потенціалу Гощанської громади*

| S – сильні сторони                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | W – слабкі сторони                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Багатий природний потенціал: річка Горинь, лісові масиви, озера та природні маршрути, що створюють умови для екотуризму, водного та активного відпочинку.</li> <li>2) Культурно-історична спадщина: музей «Погорина», садиба Валевських, етнографічні села (Синів, Тучин), що дозволяють організовувати культурно-етнографічні тури та майстер-класи.</li> <li>3) Розвинені рекреаційні зони: Гощанський парк, пункти прокату байдарок, сезонні маршрути річки Горинь.</li> <li>4) Локальні ініціативи та волонтерські проекти: майстер-класи, культурні події, залучення громадян до туристичних програм.</li> <li>5) Високий потенціал для розвитку еко- та активного туризму: поєднання природних і культурних ресурсів, що забезпечує формування унікальних туристичних продуктів.</li> </ol> | <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Обмежена інфраструктура розміщення: недостатня кількість готелів, апартаментів та кемпінгів для групових туристів.</li> <li>2) Недостатнє маркування та систематизація туристичних об'єктів: відсутність інформаційних табличок, QR-кодів, цифрових карт і інтерактивних ресурсів.</li> <li>3) Сезонність ресурсів: річка та активні маршрути функціонують переважно у теплу пору року, що обмежує потік туристів у несезон.</li> <li>4) Недостатня промоція та брендинг громади: обмежена присутність на туристичних платформах та соціальних мережах, відсутність єдиного туристичного бренду.</li> <li>5) Обмежене фінансування локальних ініціатив та проектів розвитку туристичної інфраструктури.</li> </ol> |
| O – можливості                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | T – загрози                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Розвиток екотуризму та активного відпочинку: створення нових маршрутів, прокату спорядження, кемпінгів, водних і спортивних активностей.</li> <li>2) Створення туристичних пакетів: «День у Гощі», «Етно-вікенд», «Горинь-актив», що поєднують природні й культурні ресурси.</li> <li>3) Цифровізація та маркетинг: розробка мобільного додатку, інтерактивних карт, QR-кодів, активне просування у соцмережах та співпраця з блогерами.</li> <li>4) Партнерство з бізнесом та грантові програми: залучення інвестицій для розвитку туристичної інфраструктури, проведення фестивалів та культурних заходів.</li> <li>5) Освітні програми та волонтерство: школи гідів, майстер-класи з ремесел, програми для молоді, що формують туристичну культуру та активізують громаду.</li> </ol>          | <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Обмежені бюджетні ресурси, що можуть стримувати розвиток інфраструктури та реставрацію об'єктів.</li> <li>2) Вплив сезонності та погодних умов, що обмежує стабільний потік туристів.</li> <li>3) Низький рівень транспортної доступності та відсутність регулярного сполучення, що може зменшувати привабливість для туристів.</li> <li>4) Конкуренція з іншими громадами та DESTINATIONAMI, які пропонують більш розвинену інфраструктуру і активне просування.</li> <li>5) Політична та економічна нестабільність, наслідки воєнних дій, які можуть впливати на безпеку туристів та інвестиційну привабливість території.</li> </ol>                                                                            |

*Джерело: складено автором на основі [33-43]*

Аналіз результатів SWOT показує, що Гощанська громада має значний природний і культурний потенціал, який можна ефективно використовувати для розвитку туризму. Проте реалізація цих можливостей потребує посилення інфраструктури, цифровізації, підвищення маркетингової активності та залучення інвестицій. Особлива увага має бути приділена розробці туристичних пакетів і продуктів, які поєднують рекреаційний, культурний та освітній компоненти, що підвищить конкурентоспроможність громади на регіональному та національному рівнях.

## РОЗДІЛ 3

### ТУРИЗМ ЯК ІНСТРУМЕНТ РОЗВИТКУ ГОЩАНСЬКОЇ ГРОМАДИ

#### 3.1 Стратегічні пріоритети та напрями розвитку туризму в Гощанській громаді

Гощанська громада має значний туристичний потенціал, який поєднує природні, історико-культурні та рекреаційні ресурси. Для ефективного використання цього потенціалу необхідно розробити стратегічні напрями розвитку туризму, що враховують потреби різних категорій туристів та забезпечують комплексний розвиток інфраструктури.

##### Інфраструктурний розвиток

Одним із ключових напрямів є розвиток туристичної інфраструктури. Сьогодні громада має базові об'єкти, такі як Гощанський парк, музей «Погорина», садиба Валецьких та маршрути вздовж річки Горинь, проте їхня готовність до туристичного споживання потребує значного покращення. Створення сучасної інфраструктури передбачає:

Облаштування та маркування туристичних маршрутів для пішохідного, велосипедного та водного туризму. Це дозволить забезпечити безпеку туристів, полегшить навігацію та підвищить привабливість маршруту.

Розвиток зон відпочинку, дитячих та спортивних майданчиків, кемпінгів і пікнікових зон на природі. Це сприятиме збільшенню часу перебування туристів у громаді та залученню сімейних груп.

Підвищення якості проживання шляхом розвитку садиб сільського туризму, міні-готелів, апартаментів і котеджів. Особлива увага приділяється комфорту та безпеці гостей, що є важливим фактором для сімейного та культурного туризму.

##### Інвестиційні проєкти та реставрація

Для підвищення туристичної привабливості громади важливі інвестиції у відновлення та реставрацію історичних об'єктів, таких як садиба Валецьких, меморіальні комплекси та церкви. Інвестиції можуть здійснюватися за рахунок державних та регіональних програм, грантів, партнерства з бізнесом та приватними інвесторами. Крім того, розвиток водного туризму, зокрема прокату човнів та байдарок на річці Горинь, також потребує інвестування в облаштування точок прокату, пунктів безпеки та зони відпочинку.

#### Туристичні маршрути та пакетні пропозиції

Створення готових туристичних маршрутів дозволяє комплексно презентувати природні та культурні ресурси громади. Наприклад:

- «День у Гоці» - включає відвідування Гоцанського парку, музею «Погорина» та участь у майстер-класі з народних ремесел;
- «Етно-вікенд» - проживання у садибі в с. Синів, майстер-класи з ткацтва та ремесел у сусідніх селах;
- «Горинь-актив» - байдарки або сплав по річці Горинь, пікнік на березі та вечірня етно-зустріч.

Такі пакетні пропозиції дозволяють залучати різні категорії туристів, включаючи молодь, сім'ї, корпоративних клієнтів та культурних туристів, забезпечуючи комплексне та інтерактивне споживання туристичних ресурсів.

#### Освітні та культурні ініціативи

Розвиток туризму в Гоцанській громаді передбачає активну участь місцевого населення та молоді. Створення шкіл гідів, волонтерських програм та майстер-класів із народних ремесел дозволить:

- забезпечити високий рівень обслуговування туристів;
- популяризувати локальні традиції та ремесла;
- сприяти залученню молоді до розвитку громади та формуванню туристичного бренду.

#### Інформаційна та цифрова інфраструктура

Для ефективного залучення туристів та підвищення доступності туристичних ресурсів необхідно створити цифрові інструменти:

- інтерактивний сайт та мобільний додаток із картою об'єктів, контактами, годинами роботи та онлайн-бронюванням.

- QR-коди на туристичних об'єктах із детальною інформацією про історію та культуру громади.

- соцмережі для активного просування турів та пакетних пропозицій.

Це дозволяє туристам самостійно планувати маршрути та отримувати актуальну інформацію в режимі онлайн.

Стратегічний розвиток туризму в Гоцанській громаді передбачає комплексний підхід, що поєднує розвиток інфраструктури, інвестиційні проекти, створення туристичних маршрутів та пакетних продуктів, а також цифрові та маркетингові інструменти. Реалізація цих напрямів дозволить:

- підвищити привабливість громади як туристичної дестинації.
- залучити більше туристів із різних цільових груп.
- сприяти економічному розвитку, створенню нових робочих місць та стимулювати локальний бізнес.

- забезпечити збереження природних та культурно-історичних ресурсів для сталого розвитку туризму.

Для забезпечення стабільного розвитку туристичного сектору важливо впровадити систему моніторингу та оцінки ефективності реалізації стратегічних і інфраструктурних заходів. Це включає:

- регулярний аналіз відвідуваності туристичних об'єктів;
- оцінку задоволеності туристів та якості послуг;
- відстеження економічного ефекту від туристичної діяльності, включно з надходженнями до місцевого бюджету та створенням нових робочих місць;
- аналіз впливу туризму на довкілля та культурно-історичні ресурси для забезпечення їхнього сталого використання.

Комплексний розвиток туризму вимагає активної взаємодії громади з приватним сектором, громадськими організаціями та державними установами. Партнерство дозволяє:

- залучати інвестиції для розвитку інфраструктури та організації туристичних подій;
- реалізовувати грантові проєкти та культурні ініціативи;
- формувати локальні туристичні бренди та підвищувати впізнаваність громади на регіональному та національному рівнях.

Стратегічні та інфраструктурно-інвестиційні напрями розвитку туризму в Гощанській громаді спрямовані на створення збалансованої системи, яка поєднує:

- збереження та ефективне використання природних і культурних ресурсів;
- розвиток комфортної та безпечної інфраструктури;
- впровадження цифрових та маркетингових інструментів;
- формування освітніх і волонтерських програм для залучення місцевого населення.

Реалізація цих заходів дозволяє не лише підвищити привабливість території для туристів, але й забезпечити економічне зростання, розвиток малого та середнього бізнесу, збереження культурної спадщини та екологічну стабільність. Такий комплексний підхід створює основу для формування конкурентоспроможної та стійкої туристичної дестинації, здатної відповідати сучасним вимогам ринку та очікуванням різних категорій відвідувачів.

### **3.2 Інфраструктурне забезпечення та залучення інвестицій у Гощанську громаду**

Інфраструктурне забезпечення становить фундамент для сталого розвитку туризму та підвищення конкурентоспроможності території. Для Гощанської громади воно охоплює транспортні, готельно-ресторанні, рекреаційні, комунікаційні та інформаційні компоненти, які разом формують комплексну мережу, здатну задовольнити потреби різних категорій туристів. Сучасна

туристична інфраструктура повинна забезпечувати не лише фізичну доступність об'єктів, але й їхню функціональну інтеграцію у туристичні маршрути та пакети послуг, створюючи комфортні умови для перебування та відпочинку.

Бренд Гоцанської громади повинен позиціонуватися як «Еко - та культурна дестинація для активного та сімейного відпочинку», де туристи можуть поєднувати природу, історію та локальні традиції.

Основні цінності бренду:

- природа та екологічність;
- культурно-історична спадщина;
- безпека та комфорт для сімей;
- локальні гастрономічні та ремісничі продукти.

Унікальні переваги громади:

- річка Горинь для активного водного туризму;
- історичні садиби, музеї та меморіали;
- агротуристичні та етнографічні маршрути;
- лоступність для різних категорій туристів: молоді, сімей, пенсіонерів та корпоративних груп.

У табл. 3.1 відображено наявність, якість та пропозиції розвитку основних туристичних продуктів Гоцанської громади.

Таблиця 3.1

*Туристичні продукти Гоцанської громади та напрями їх розвитку*

| Туристичний продукт            | Наявність               | Якість                                          | Пропозиції розвитку                                           |
|--------------------------------|-------------------------|-------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------|
| Еко-маршрути                   | Частково облаштовані    | Базовий рівень, відсутні маркування             | Створення інтерактивних карт та GPS-маршрутів                 |
| Культурні та історичні об'єкти | Пам'ятки, музеї, церкви | Інформаційні матеріали відсутні або неактуальні | QR-коди, путівники, аудіогіди                                 |
| Агротуризм                     | Обмежені садиби         | Базовий рівень                                  | Розширення кількості садиб, майстер-класи, дегустації         |
| Події та фестивалі             | Місцеві свята           | Недостатня популяризація                        | Онлайн-афіші, активне просування у соцмережах                 |
| Рекреаційні зони               | Річка, лісові масиви    | Обмежене облаштування                           | Облаштування зон відпочинку, дитячих і спортивних майданчиків |

*Джерело: розроблено автором*

Комплексний розвиток передбачає інтеграцію природних, культурно-історичних та гастрономічних складових, що дозволяє формувати унікальні туристичні маршрути, події та програми для різних категорій відвідувачів.

Розвиток туристичних продуктів має бути взаємопов'язаним із стратегічним брендингом та маркетинговими інструментами, що дозволяє створити цілісну систему туристичного пропозиції та забезпечити сталість інтересу відвідувачів. Акцент робиться на інтеграції культурних, природних та гастрономічних ресурсів у єдиний туристичний продукт, що підвищує його конкурентоспроможність на регіональному рівні.

Транспортна мережа громади є базовою складовою інфраструктури. Основні автошляхи забезпечують зв'язок із Рівним та сусідніми населеними пунктами, проте відсутність розвиненого громадського транспорту та нерегулярність перевезень ускладнює приїзд групових туристів. Розвиток велосипедних та пішохідних маршрутів, облаштування паркувальних зон та створення безпечних підходів до туристичних об'єктів дозволить покращити мобільність туристів і інтегрувати різні види відпочинку.

Готельно-ресторанна інфраструктура громади наразі має обмежену кількість місць розміщення та закладів харчування. Розширення пропозиції приватних садиб, міні-готелів, апартаментів та облаштування кемпінгів дозволить забезпечити комфортні умови для сімейного, культурного та активного туризму. Поряд із цим розвиток локальної гастрономії та кулінарних маршрутів сприятиме формуванню унікального туристичного продукту та збільшенню економічної віддачі для громади.

Інформаційна та цифрова інфраструктура є критично важливою для залучення туристів та підвищення ефективності сервісного обслуговування. Для ефективного просування туристичних продуктів Гощанської громади використовуються різні канали, що охоплюють цифрові платформи, традиційні медіа та участь у спеціалізованих заходах. Систематизація наявних каналів та рекомендацій щодо їх розвитку представлена у табл. 3.2.

*Канали маркетингового просування Гоцанської громади та напрями  
вдосконалення*

| Канал                                   | Наявність         | Рекомендації                                                         |
|-----------------------------------------|-------------------|----------------------------------------------------------------------|
| Соцмережі (Instagram, Facebook, TikTok) | Частково ведеться | Регулярний контент, таргетинг на цільові групи, інтерактивні stories |
| Туристичні портали                      | Мінімально        | Реєстрація на Booking, TripAdvisor, Airbnb Experience                |
| Власний сайт громади                    | Інформаційний     | Окремий розділ «Туризм», інтерактивні карти, онлайн-бронювання       |
| Місцеві ЗМІ                             | Так               | Поширення новин про події та маршрути                                |
| Виставки та ярмарки                     | Частково          | Презентації та участь у регіональних заходах                         |

*Джерело: розроблено автором*

Основний акцент у маркетинговому просуванні слід робити на цифрові інструменти та інтерактивні платформи, оскільки вони дозволяють ефективно комунікувати з різними цільовими групами туристів, надають можливість оперативно оновлювати інформацію та демонструвати унікальні туристичні пропозиції громади. Регулярне ведення контенту у соціальних мережах, інтеграція національних туристичних порталів та активне використання власного сайту забезпечують комплексний підхід до промоції та створюють стійку онлайн-присутність дестинації.

Інтерактивні онлайн-карти, мобільні додатки з маршрутами та QR-коди на об'єктах дозволяють туристам самостійно планувати відвідування, отримувати детальну інформацію про природні, культурні та рекреаційні ресурси. Створення єдиного туристичного portalу громади забезпечить централізовану комунікацію та просування локальних ініціатив, що сприятиме підвищенню привабливості території.

Інвестиції є стратегічним інструментом розвитку інфраструктури та підвищення туристичної привабливості. Вони можуть охоплювати реставрацію історичних об'єктів, створення сучасних рекреаційних зон, пунктів прокату спорядження, кемпінгів та культурних заходів (табл. 3.3).

Таблиця 3.3

*Інвестиційні проєкти та джерела фінансування*

| Напрямок інвестицій                | Потенційні проєкти                              | Джерела фінансування                          | Очікуваний ефект                                          |
|------------------------------------|-------------------------------------------------|-----------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|
| Рекреаційні зони                   | Зони відпочинку, дитячі та спортивні майданчики | Місцевий бюджет, гранти, приватні інвестори   | Збільшення туристичного потоку та тривалості перебування  |
| Культурні об'єкти                  | Реставрація музеїв, історичних садиб            | Державні та регіональні програми, фонди       | Збереження спадщини, нові екскурсійні маршрути            |
| Готельно-ресторанна інфраструктура | Міні-готелі, апартаменти, кемпінги              | Приватні інвестиції, підтримка малого бізнесу | Розширення пропозиції розміщення та сервісу               |
| Цифрова інфраструктура             | Туристичний портал, мобільні додатки            | Державні ІТ-гранти, приватні інвестори        | Покращення інформаційного супроводу та просування громади |

*Джерело: розроблено автором*

Оптимальним підходом є поєднання державних, регіональних та приватних фінансових ресурсів, а також міжнародних грантових програм, що дозволяє збільшити обсяг фінансування без значного навантаження на місцевий бюджет.

Ефективність залучення інвестицій значною мірою залежить від наявності чіткої інвестиційної політики та механізмів підтримки бізнесу. Для громади доцільним є створення пакетів стимулів для інвесторів, включно з пільгами щодо земельних ресурсів, полегшеним доступом до фінансування та сприянням у маркетинговому просуванні туристичних продуктів. Співпраця з місцевим бізнесом, громадськими організаціями та освітніми установами сприяє комплексному розвитку інфраструктури та формуванню інноваційних туристичних продуктів.

Особлива увага має приділятися моніторингу ефективності інвестицій та оцінці їхнього впливу на соціально-економічний розвиток громади. Систематичний аналіз результатів дозволяє коригувати пріоритети розвитку інфраструктури, підвищувати якість обслуговування та забезпечувати сталість туристичного сектору. Таким чином, комплексне інфраструктурне забезпечення та продумана інвестиційна політика створюють необхідні умови для ефективного

використання туристичного потенціалу Гощанської громади та формування її привабливого і конкурентоспроможного туристичного образу.

Підсумовуючи, розвиток туристичної інфраструктури та ефективне залучення інвестицій створюють міцну основу для підвищення привабливості Гощанської громади. Комплексне поєднання транспортних, готельно-ресторанних, рекреаційних та інформаційних ресурсів у поєднанні з активною маркетинговою політикою та стимулюванням інвесторів забезпечує сталість туристичного сектору та сприяє соціально-економічному розвитку громади. У перспективі доцільним є впровадження інноваційних рішень, що підсилюють інтеграцію культурного, природного та гастрономічного потенціалу громади у єдиний конкурентоспроможний туристичний продукт.

## ВИСНОВКИ

Усі отримані результати в ході виконання кваліфікаційної бакалаврської роботи відповідають заданій меті, вирішують усі поставлені завдання на початку проведення дослідження, мають суттєве значення теоретичного та практичного змісту.

1. Туризм виступає складним поліфункціональним явищем, що об'єднує економічні, соціальні та культурні процеси. Він забезпечує формування робочих місць, стимулює розвиток підприємництва, підвищує інвестиційну привабливість територій і сприяє соціальній мобільності населення. Особливо важливим є його вплив на територіальний розвиток невеликих громад, де туризм стає каталізатором економічних, соціальних та культурних змін.

Класифікація видів туризму дозволяє адаптувати розвиток туристичних напрямків до специфіки території та потреб населення. Мотиваційний, географічний та організаційний критерії класифікації визначають стратегічне планування, розподіл ресурсів та управління туристичною діяльністю, що сприяє сталому територіальному розвитку.

2. Теоретичний аналіз формування туристичних дестинацій та управління їх розвитком показує, що дестинації є багатокомпонентними системами, які поєднують територіальні, ресурсні, інфраструктурні та організаційні елементи. Різні наукові підходи відображають економічні, культурні та соціальні аспекти дестинацій, але спільним є розуміння їх як територій із визначеними межами та комплексом ресурсів, що забезпечують туристичну привабливість. Ключовим аспектом ефективного функціонування дестинацій є інтеграція знань з економіки, соціології, культурології та управління, а також формування системи управління туристичними потоками, інфраструктурою та іміджем території. Водночас сучасні виклики, зокрема наслідки збройного конфлікту, підкреслюють необхідність стратегічного управління, безпечної інфраструктури та збереження природної і культурної спадщини.

3. Нормативно-правові основи управління туризмом в Україні визначають формальні критерії та межі туристичної діяльності, забезпечують державне регулювання та уніфікацію статистичних даних. Водночас існує потреба у вдосконаленні законодавства та інтеграції локальних ініціатив для ефективного розвитку туристичних територій, особливо у контексті сучасних викликів, включно з військовою агресією та обмеженими ресурсами.

4. У другому розділі дослідження проаналізовано просторові, природні та культурно-історичні передумови розвитку туризму в Гоцанській громаді. Встановлено, що громада має вигідне географічне положення, зручну транспортну доступність (траса міжнародного значення М06, близькість до м. Рівне), рівнинний рельєф і мозаїчну ландшафтну структуру. Природний потенціал (річка Горинь, лісові масиви, заплави, сільські ландшафти) створює умови для розвитку екологічного, активного, водного та агротуризму. Культурно-історичні ресурси (василіанський монастирський комплекс, Миколаївська церква XVII–XVIII ст., музей «Погорина», археологічні об'єкти, етнографічні села) формують основу для культурно-пізнавального та релігійного туризму. Сукупність зазначених ресурсів забезпечує комплексний характер туристичного потенціалу громади.

5. Охарактеризовано туристичну інфраструктуру громади та її вплив на розвиток території. Визначено, що наявні рекреаційні об'єкти, музейні установи, екскурсійні ініціативи, майстер-класи та сезонні маршрути створюють базові умови для прийому туристів. Водночас встановлено недостатній рівень розвитку інфраструктури розміщення, обмежену кількість закладів харчування, відсутність маркованих маршрутів, інформаційних пунктів і повноцінних цифрових сервісів. Туристична інфраструктура має потенціал позитивного впливу на соціально-економічний розвиток громади, однак потребує системного вдосконалення, брендингу та інтеграції ресурсів у комплексні туристичні продукти.

6. Проведено комплексний аналіз конкурентного середовища туристичного сектору Гоцанської громади на основі моделі М. Портера та SWOT-аналізу. Аналіз за моделлю М. Портера дозволив оцінити умови факторного розвитку (природно-культурні ресурси, транспортна доступність, інфраструктура), стан попиту

(відсутність повної статистики, зростання інтересу до еко- та активного туризму, нечітка сегментація споживачів), рівень конкуренції та стратегічного управління (відсутність комплексної стратегії розвитку туризму), а також стан підтримуючих галузей (обмежена інфраструктура розміщення, недостатня фінансова база). За допомогою SWOT-аналізу встановлено, що за наявності значного природного та культурного потенціалу розвиток туризму стримується інфраструктурними, транспортними, маркетинговими та стратегічними обмеженнями, що потребує комплексного планування туристичної політики громади.

7. У третьому розділі дослідження визначено стратегічні пріоритети та напрями розвитку туризму в Гощанській громаді. Обґрунтовано необхідність комплексного розвитку туристичної інфраструктури шляхом маркування маршрутів, облаштування рекреаційних зон, розвитку засобів розміщення та підвищення якості сервісу. Запропоновано інвестиційні заходи щодо реставрації історичних об'єктів, розвитку водного туризму на річці Горинь та створення безпечних туристичних локацій. Визначено доцільність формування пакетних туристичних продуктів («День у Гощі», «Етно-вікенд», «Горинь-актив»), що інтегрують природні, культурні та гастрономічні ресурси громади.

8. Обґрунтовано інфраструктурне забезпечення та залучення інвестицій у Гощанську громаду. Взаємодія транспортної, готельно-ресторанної, рекреаційної та цифрової інфраструктури, поєднана з активним маркетинговим просуванням та стратегічним залученням державних і приватних інвестицій, забезпечить сталий розвиток туризму. Такі заходи сприятимуть формуванню унікальних туристичних маршрутів, збереженню культурної та природної спадщини, підвищенню економічної ефективності громади та створенню комфортних умов для відпочинку.

## СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Гуцалюк О. М., Зайченко В. В., Бондар Ю. А., Чень М. Динамічні процеси готельно-ресторанного і туристично-рекреаційного бізнесу в стратегічному розвитку національної економіки України. Вісник економічної науки України. 2024. № 2. С. 43–49.
2. Скарга О. О., Сорока Ю. Є. Теоретичні засади розвитку ринку туристичних послуг у системі світового ринку послуг. БізнесІнформ. 2021. № 5. С. 57–63.
3. Цвілій С. М., Михайлик Д. П., Бублей Г. А. маркетингова стратегія розвитку туристичної території у регіональному вимірі. Держава та регіони. 2025. № 2 (136). С. 117–123.
4. Бондар Ю. А., Друзенко К. Є. Фінансово-економічні аспекти функціонування туристичної галузі. Східна Європа: економіка, бізнес та управління. 2019. Випуск 4 (21) 2019. С. 142–147.
5. Заваріка Г., Зеленко О. Сталий туризм як інструмент збереження культурної спадщини та відновлення постраждалих територій. Економіка та суспільство. 2022. №39. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2022-39-78> (дата звернення 10.02.2026).
6. Антоненко К. В. Внесок міжнародного туризму у світову економіку. Мукачівський державний університет: електронне наукове фахове видання. 2018. Вип.17. С. 18–23.
7. Каленюк І.С., Котенко Т.М. Соціальні аспекти розвитку рекреації і туризму як значущого сегменту світового господарства: теоретико-методологічні засади. Науковий вісник Ужгородського національного університету. 2015. Вип. 3. С. 172–176.
8. Середа Н. Маркетинг і брендинг у туризмі: стратегії просування та конкурентоспроможність туристичних напрямків. Економіка та суспільство. 2023.

№57. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2023-57-100> (дата звернення 10.02.2026).

9. Колосовська І. І., Місик М. М. Публічне управління туристичними дестинаціями на регіональному рівні: інноваційні підходи. *Ефективність державного управління*. 2021. №62. URL: <https://doi.org/10.33990/2070-4011.62.2020.205827> (дата звернення 02.03.2026).

10. Смачило І. Дестинація як об'єкт управління в туристичній діяльності. *Міжнародний бізнес та замковий туризм в Україні : сучасний стан і перспективи розвитку : зб. тез доп. Міжнар. наук.-практ. конф. [м. Тернопіль-Збараж, 28-29 квіт. 2017 р.]*. Тернопіль : ТНЕУ, 2017. С. 209–211.

11. Глебова А., Солодовник М. Управління туристичним потенціалом регіонів на основі формування туристичних дестинацій. *Молодий вчений*. 2018. №6 (58). С. 394–399.

12. Семенова М., Гунаре М. Правове визначення туристичної дестинації з урахуванням міжнародного законодавства та національного законодавства країн ЄС. *Право та інновації*. 2019. № 4 (28). С. 34–39.

13. Баранюк Д. С. Маркетинговий підхід до розуміння, формування та розвитку туристичних дестинацій. *Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія: Економічні науки*. 2021. Випуск 63. С. 136–146.

14. Адамовський О. М., Кулаєц Я. М. Дослідження сутності туристичної дестинації та методів її розвитку. *Економічний простір*. 2025. № 197. С. 262–269.

15. Гайворонська І. В. Брендинг дестинації у процесі відтворення регіонального турпродукту. *БІЗНЕСІНФОРМ*, 2019. № 2. С. 121–132.

16. Берест П. М. Туристичні дестинації як культурологічний компонент ідентичності. *Глобальні виклики майбутнього: причини, стратегії та наслідки у науковій і спекулятивній перспективі : матеріали Міжнародної науково-практичної конференції (Київ, 21–22 жовтня 2021 р.)* / Ін-т проблем сучасного мистецтва НАМУ ; Ін-т культурології НАМУ. Київ, 2021. С. 28–30.

17. Арбузова Ю. В. Особливості формування туристичного іміджу регіону. *Інформ. технології в освіті, науці та вир-ві* : зб. наук. пр. Одеса, 2016. Вип. 1 (12). С. 41–50.
18. Оболенцева Л. В., Костіна К. М. Туристичний імідж території: проблеми формування, управління та розвитку. *Збірник наукових праць Черкаського державного технологічного університету. Серія : Економічні науки*. 2019. Вип. 52. С. 56–64.
19. Садовенко С. М. Туристичні дестинації України як домінантні складові матеріальної й духовної культури в сучасних соціально-культурних умовах. *Вісник Національної академії керівних кадрів культури і мистецтв* : наук. журнал. 2024. № 4. С. 31–38.
20. Мойсей С. Туристичні дестинації України в умовах війни. *Економіка та суспільство*. 2025. №78. DOI: <https://doi.org/10.32782/2524-0072/2025-78-70> (дата звернення 02.03.2026).
21. Конституція України : Основний Закон України. Відомості Верховної Ради України (ВВР), 1996, № 30, ст. 141. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення 03.03.2026).
22. Цивільний кодекс України від 16.01.2003 № 435-IV. Відомості Верховної Ради України 18.12.2016. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15> (дата звернення 03.03.2026).
23. Податковий кодекс України від 02.12.2010 № 2755-VI. Відомості Верховної ради України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2755-17> (дата звернення 03.03.2026).
24. Про туризм: Закон України від 15.09.1995 № 324/95-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/324/95-%D0%B2%D1%80/comp19950915?lang=uk> (дата звернення 11.02.2026).
25. Про державну реєстрацію юридичних осіб, фізичних осіб - підприємців та громадських формувань. Закон України. Редакція від 18.11.2025. 755-IV. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/755-15#Text> дата звернення 03.03.2026).

26. Про особливості регулювання діяльності юридичних осіб окремих організаційно-правових форм у перехідний період та об'єднань юридичних осіб. Закон України. Редакція від 12.12.2025. № 4196-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4196-20#Text> (дата звернення 03.03.2026).

27. Про товариства з обмеженою та додатковою відповідальністю. Закон України. Редакція від 01.01.2026. №2275-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2275-19#Text> (дата звернення 03.03.2026).

28. Про ліцензування видів господарської діяльності. Закон України. Редакція від 02.03.2026. 222-VIII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/222-19#Text> (дата звернення 03.03.2026).

29. Про страхування. Закон України. Редакція від 01.01.2025. 1909-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1909-20#Text> (дата звернення 03.03.2026).

30. Про порядок виїзду з України і в'їзду в Україну громадян України. Закон України. Редакція від 15.11.2024. 3857-XII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3857-12#Text> (дата звернення 03.03.2026).

31. Журило В. В., Пригара О. Ю. Формування міжнародного туристичного бренду України на європейському ринку. *Науковий вісник УжНУ. Серія «Міжнародні економічні відносини та світове господарство»*. 2017. Вип. 14 (1). С. 104–111.

32. Ніколайчук О. Політика туристичного брендингу для просування національного туристичного продукту: досвід країн Центрально-Східної Європи. *Галицький економічний вісник*. 2020. № 2 (63). С. 64–77.

33. Гощанська селищна рада. Про нас. URL: <https://hoshcha-rada.gov.ua/pro-hromadu/pro-nas> (дата звернення 15.02.2026).

34. Гощанська селищна рада. Контакти. URL: <https://hoshcha-rada.gov.ua/kontakty> (дата звернення 15.02.2026).

35. Стратегія розвитку Гощанської селищної територіальної громади до 2027 року. URL: <https://hoshcha-rada.gov.ua/images/2024/46/rish/%D1%81%D1%82%D1%80%D0%B0%D1%82%D0%B5%D0%B3%D1%96%D1%8F.pdf> (дата звернення 15.02.2026).

36. Гощанська територіальна громада. Децентралізація в Україні. URL: <https://decentralization.gov.ua/newgromada/4487> (дата звернення 15.02.2026).
37. Гощанський парк. Енциклопедія сучасної України. URL: <https://esu.com.ua/article-31667> (дата звернення 15.02.2026).
38. Гощанський парк. Мандруй Рівненщиною. URL: <https://rivne.travel/locations/gosanskij-park> (дата звернення 15.02.2026).
39. РадіоТрек. Мандруємо Рівненщиною: що цікавого у Гощі. URL: [https://radiotrek.rv.ua/news/mandruємо\\_rivnenshchynoyu\\_shcho\\_tsikavogo\\_mozhna\\_podyvytys\\_turystam\\_u\\_goshchi\\_217065.html](https://radiotrek.rv.ua/news/mandruємо_rivnenshchynoyu_shcho_tsikavogo_mozhna_podyvytys_turystam_u_goshchi_217065.html) (дата звернення 15.02.2026).
40. Гощанський парк – унікальний ботанічний об'єкт. URL: <https://tomat.rv.ua/eksperty-pidtverdyly-hoshchanskyj-park-unikalnyi/> (дата звернення 15.02.2026).
41. Гощанське городище. URL: <https://mp.ostvytsya.com.ua/horodyshcha/goshhanske-gorodyshshe/> (дата звернення 15.02.2026).
42. Центр надання адміністративних послуг Гоща. Контакти. URL: <https://cnap.hoshcha-rada.gov.ua/contacts> (дата звернення 15.02.2026).
43. Ukrain.travel. Гощанський парк – туристичний огляд. URL: <https://ukrain.travel/dr-uk/2620-goschanskyj-park.html> (дата звернення 15.02.2026).

# ЗВІТ ПОДІБНОСТІ



Документ прийнятий

## Метадані

### ДОКУМЕНТ

Заголовок

«Стратегія розвитку територіальної громади (України) (на прикладі Гоцанської громади)»

Автор

Плахотня Галина Андріївна

Науковий керівник / Експерт

канд. екон. наук, доцент Ілляшенко Інна  
Олеївна

ІД документу

333826227

### ОРГАНІЗАЦІЯ

Назва організації

Kyiv National Economic University named after Vadym Hetman  
KNEU

підрозділ

кафедра регіоналістики і туризму

### ЗВІТ

Дата звіту

5/12/2026

Дата редагування

5/12/2026

## Обсяг знайдених подібностей

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



25

Довжина фраз для коефіцієнта подібності 2



10435

Кількість слів



88450

Кількість символів

## Тривога

У цьому розділі ви знайдете інформацію щодо текстових спотворень. Ці спотворення в тексті можуть говорити про МОЖЛИВІ маніпуляції в тексті.

Спотворення в тексті можуть мати навмисний характер, але частіше характер технічних помилок при конвертації документа та його збереженні, тому ми рекомендуємо вам підходити до аналізу цього модуля відповідально. У разі виникнення запитань, просимо звертатися до нашої служби підтримки.

|                        |  |    |
|------------------------|--|----|
| Заміна букв            |  | 1  |
| Інтервали              |  | 0  |
| Мікропробіли           |  | 46 |
| Білі знаки             |  | 0  |
| Парафрази (SmartMarks) |  | 22 |

## Джерела

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

10 найдовших фраз

Копіювати

# НАЗВА ТА АДРЕСА ДЖЕРЕЛА URL (НАЗВА БАЗИ)

Кількість ідентичних слів  
(фрагментів)

|    |                                                                                                                                                                                                                                                                 |             |
|----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|
| 1  | <a href="https://er.chdtu.edu.ua/bitstream/ChSTU/3652/3/136-146_%D0%91%D0%B0%D1%80%D0%B0%D0%BD%D1%8E%D0%BA.pdf">https://er.chdtu.edu.ua/bitstream/ChSTU/3652/3/136-146_%D0%91%D0%B0%D1%80%D0%B0%D0%BD%D1%8E%D0%BA.pdf</a>                                       | 70 (0.67 %) |
| 2  | <a href="https://journals.uran.ua/visnyknakkim/article/download/322798/313105">https://journals.uran.ua/visnyknakkim/article/download/322798/313105</a>                                                                                                         | 68 (0.65 %) |
| 3  | <a href="https://otherrefarats.allbest.ru/sport/01054407_0.html">https://otherrefarats.allbest.ru/sport/01054407_0.html</a>                                                                                                                                     | 62 (0.59 %) |
| 4  | <a href="https://er.chdtu.edu.ua/bitstream/ChSTU/3652/3/136-146_%D0%91%D0%B0%D1%80%D0%B0%D0%BD%D1%8E%D0%BA.pdf">https://er.chdtu.edu.ua/bitstream/ChSTU/3652/3/136-146_%D0%91%D0%B0%D1%80%D0%B0%D0%BD%D1%8E%D0%BA.pdf</a>                                       | 50 (0.48 %) |
| 5  | <a href="http://molodyycheny.in.ua/files/journal/2018/6/88.pdf">http://molodyycheny.in.ua/files/journal/2018/6/88.pdf</a>                                                                                                                                       | 27 (0.26 %) |
| 6  | <a href="https://uk.m.wikipedia.org/wiki/%D0%94%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%8F">https://uk.m.wikipedia.org/wiki/%D0%94%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%8F</a>                                                         | 27 (0.26 %) |
| 7  | Governing bodies and officers of business companies<br>Ю. О. Лисенко;                                                                                                                                                                                           | 20 (0.19 %) |
| 8  | <a href="http://molodyycheny.in.ua/files/journal/2018/6/88.pdf">http://molodyycheny.in.ua/files/journal/2018/6/88.pdf</a>                                                                                                                                       | 16 (0.15 %) |
| 9  | <a href="http://4ua.co.ua/pravo/tsivilne/tovaristva-obmezhenoju-dodatkovyju-vidpovidalnistyu-poryadok-stvorenniya-diyalnosti.html">http://4ua.co.ua/pravo/tsivilne/tovaristva-obmezhenoju-dodatkovyju-vidpovidalnistyu-poryadok-stvorenniya-diyalnosti.html</a> | 13 (0.12 %) |
| 10 | <a href="https://economics.net.ua/files/science/men/2014/121_.pdf">https://economics.net.ua/files/science/men/2014/121_.pdf</a>                                                                                                                                 | 12 (0.11 %) |

#### База даних RefBooks (0.19 %)



| #                        | ЗАГОЛОВОК                                                             | КІЛЬКІСТЬ ІДЕНТИЧНИХ СЛІВ<br>(ФРАГМЕНТІВ) |
|--------------------------|-----------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------|
| <b>джерело: Paperity</b> |                                                                       |                                           |
| 1                        | Governing bodies and officers of business companies<br>Ю. О. Лисенко; | 20 (1) (0.19 %)                           |

#### Домашня база даних



| # | ЗАГОЛОВОК | КІЛЬКІСТЬ ІДЕНТИЧНИХ СЛІВ<br>(ФРАГМЕНТІВ) |
|---|-----------|-------------------------------------------|
|---|-----------|-------------------------------------------|

#### Програма обміну базами даних (0.46 %)



| # | ЗАГОЛОВОК                                                                                                                                                                       | КІЛЬКІСТЬ ІДЕНТИЧНИХ СЛІВ<br>(ФРАГМЕНТІВ) |
|---|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------|
| 2 | Туристично-рекреаційний потенціал Золочівського району Львівської області<br>5/29/2025<br>The Ivan Franko National University (Географічний факультет)                          | 12 (1) (0.11 %)                           |
| 3 | Мартіросян УТз-61.docx<br>11/26/2021<br>V. N. Karazin Kharkiv National University (KGNU) (ННІ КІМВ та ТБ - кафедра світової політики, дипломатії та туристичного бізнесу)       | 11 (1) (0.11 %)                           |
| 4 | Герасименко Т.В.<br>10/21/2025<br>Publishing House "Helvetica" (Видавничий дім "Гельветика")                                                                                    | 10 (1) (0.1 %)                            |
| 5 | ВЗАЄМОЗВ'ЯЗОК РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНО-РЕСТОРАННОЇ СФЕРИ ТА ТУРИЗМУ В<br>КАРПАТСЬКОМУ ТУРИСТИЧНОМУ РАЙОНІ<br>12/5/2020<br>The Ivan Franko National University (Географічний факультет) | 9 (1) (0.09 %)                            |

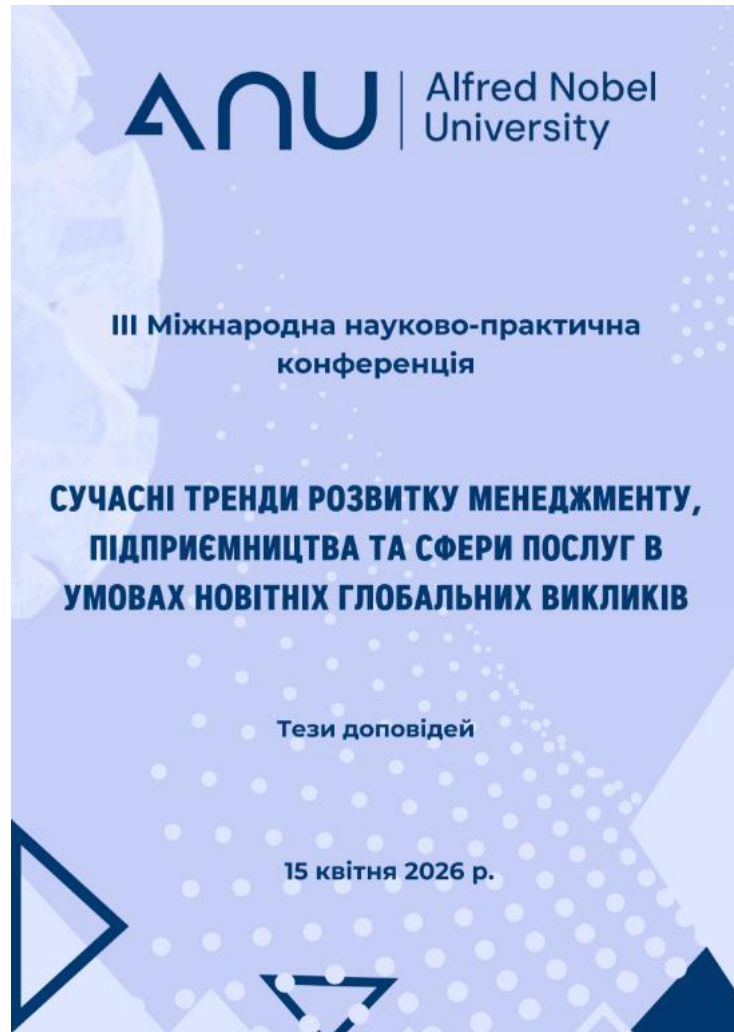
|   |                                                                                                                                                                                                                                                           |                |
|---|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|
| 6 | «Господарська комерційна діяльність: правове регулювання, особливості здійснення за національним та міжнародним законодавством»<br>1/12/2025<br>The Kyiv Applied College of Tourism and Hospitality (The Kyiv Applied College of Tourism and Hospitality) | 6 (1) (0.06 %) |
|---|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|

#### Інтернет (3.96 %)

| #  | ДЖЕРЕЛО URL                                                                                                                                                                                                                                                     | КІЛЬКІСТЬ ІДЕНТИЧНИХ СЛІВ<br>(ФРАГМЕНТІВ) |
|----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------|
| 7  | <a href="https://er.chdtu.edu.ua/bitstream/ChSTU/3652/3/136-146_%D0%91%D0%B0%D1%80%D0%B0%D0%BD%D1%8E%D0%BA.pdf">https://er.chdtu.edu.ua/bitstream/ChSTU/3652/3/136-146_%D0%91%D0%B0%D1%80%D0%B0%D0%BD%D1%8E%D0%BA.pdf</a>                                       | 120 (2) (1.15 %)                          |
| 8  | <a href="https://journals.uran.ua/visnyknakkim/article/download/322798/313105">https://journals.uran.ua/visnyknakkim/article/download/322798/313105</a>                                                                                                         | 74 (2) (0.71 %)                           |
| 9  | <a href="https://otherreferats.allbest.ru/sport/01054407_0.html">https://otherreferats.allbest.ru/sport/01054407_0.html</a>                                                                                                                                     | 73 (2) (0.7 %)                            |
| 10 | <a href="http://molodyycheny.in.ua/files/journal/2018/6/88.pdf">http://molodyycheny.in.ua/files/journal/2018/6/88.pdf</a>                                                                                                                                       | 48 (3) (0.46 %)                           |
| 11 | <a href="https://uk.m.wikipedia.org/wiki/%D0%94%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%8F">https://uk.m.wikipedia.org/wiki/%D0%94%D0%B5%D1%81%D1%82%D0%B8%D0%BD%D0%B0%D1%86%D1%96%D1%8F</a>                                                         | 27 (1) (0.26 %)                           |
| 12 | <a href="http://4ua.co.ua/pravo/tsivilne/товариства-obmezhenoju-dodatkovoyu-vidpovidalnistyu-poryadok-stvorenniya-diyalnosti.html">http://4ua.co.ua/pravo/tsivilne/товариства-obmezhenoju-dodatkovoyu-vidpovidalnistyu-poryadok-stvorenniya-diyalnosti.html</a> | 23 (2) (0.22 %)                           |
| 13 | <a href="https://economics.net.ua/files/science/men/2014/121_.pdf">https://economics.net.ua/files/science/men/2014/121_.pdf</a>                                                                                                                                 | 22 (2) (0.21 %)                           |
| 14 | <a href="https://mydisser.com/en/catalog/view/10533.html">https://mydisser.com/en/catalog/view/10533.html</a>                                                                                                                                                   | 15 (2) (0.14 %)                           |
| 15 | <a href="http://www.um.co.ua/3-3-8/3-83064.html">http://www.um.co.ua/3-3-8/3-83064.html</a>                                                                                                                                                                     | 11 (1) (0.11 %)                           |

#### Список прийнятих фрагментів

| # | ЗМІСТ | КІЛЬКІСТЬ ОДНАКОВИХ СЛІВ (ФРАГМЕНТІВ) |
|---|-------|---------------------------------------|
|---|-------|---------------------------------------|



|                                                                                                                         |     |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| <i>Костенко А.К.</i> Операційні алгоритми забезпечення стійкості підприємств HORECA в умовах енергетичної кризи.....    | 189 |
| <i>Парфьонова Д.В.</i> Роль гастрономічного туризму у розвитку індустрії гостинності.....                               | 190 |
| <i>Пеклун О.С.</i> Цифрова трансформація маркетингу підприємств індустрії гостинності в умовах глобальних викликів..... | 192 |
| <i>Пирогова В.С.</i> Управління інноваційними проектами у сфері ресторанного бізнесу на прикладі кото-кав'ярні.....     | 193 |
| <i>Плахотня Г.А.</i> Просторові, природні та культурно-історичні передумови розвитку туризму в Гощанській громаді.....  | 195 |
| <i>Селезньова О.Ю., Пестовська З.С.</i> Аналіз конкурентоспроможності готелю та шляхи її вдосконалення.....             | 197 |
| <i>Чехова В.В.</i> Безпечність меню з імітованими рибними продуктами для HORECA.....                                    | 199 |
| <i>Шпак Д.І.</i> Проблеми та перспективи розвитку індустрії гостинності в світі.....                                    | 201 |

# СЕРТИФІКАТ

№ 6899  
28 квітня 2026

засвідчує, що

## Плахотня Галина

взяла участь у III Міжнародній науково-практичній конференції  
*"Сучасні тренди розвитку менеджменту, підприємництва та сфери  
послуг в умовах новітніх глобальних викликів"*

Дніпро, 15 квітня 2026

6 годин (0.2 кредити ECTS)

Керівник центру менеджменту та  
моніторингу якості освіти

Голова організаційного комітету конференції  
канд. екон. наук, доцент



Маріанна Онищенко



Вікторія Вареник