

К. М. Горб, кандидат географічних наук,
доцент кафедри міжнародних економічних
відносин Університету митної справи та фінансів

БАГАТОРІВНЕВИЙ ПІДХІД ДО МОДЕЛЮВАННЯ РЕГІОНАЛЬНОГО ТУРИСТИЧНОГО РОЗВИТКУ

Проаналізовано поняття туристичного потенціалу території (ТПТ), обґрунтовано концепцію регіонального туристичного розвитку та побудовано його трирівневу модель. Виділено “ядро” та “надбудову” ТПТ, визначено роль у його розвитку окремих складових туристичного потенціалу на різних рівнях. Розкрито сутність окремих інноваційних територіальних форм у зіставленні й порівнянні – туристичних дестинацій, туристичних кластерів, туристичних ландшафтів регіонального туристичного продукту. Акцентовано на необхідності врахування в регіональному туристичному розвитку транзитних та трансрегіональних дестинацій.

Ключові слова: туристичний потенціал території; регіональний туристичний розвиток; туристична дестинація; туристичний кластер; туристичний ландшафт; регіональний туристичний продукт.

The concept of tourism potential of the territory is analyzed in this article; the concept of tourism development in the region is grounded and its overall scheme is built. The tourist potential of the territory as a base of regional tourism development is a complex system which consists of geographical “core” and “add” of other factors and conditions which promote such development. At the same time, the core of tourism potential in one’s turn, is considered at three levels: the first (lower) two levels provide for a set of identified and prepared for use of tourism resources and developed tourist infrastructure, backed by institutional provision of tourism development, the third (higher) level is a set of tourist destinations, tourist clusters, tourist landscapes and regional tourism product. In particular these innovative forms of tourism territorial units in their connection are the key indicators of regional tourism development and they should be the main object of attention of the regional administration and other entities of the regional economy which are interested in tourism development.

Transit and trans-regional tourist destinations (TD) deserve special attention and generally promote a positive image of a tourist area but not always ensure the economic success of the regional tourism. In this connection, regional authorities, representatives of tourism business and the public should not just study the demand and promote their TD among foreign tourists but accordingly to take care about their inclusion in the tourist routes which are developed and sold by tour operators in other regions and countries. Subjects who promote destinations of the region on the tourism market should also promote not only places of tourist interest as such, but its tourist facilities and their services and in generally help to increase the duration of visiting of the region.

Key words: tourist potential of the territory; regional tourism development; tourist destination; tourism cluster; tourist landscape; regional tourist product.

© **К. М. Горб, 2017**

Постановка проблеми. Прискорений розвиток туризму в останні декілька десятиліть у світі в цілому і в Україні зокрема засвідчує необхідність глибшого аналізу туристичного потенціалу території, враховуючи загострення конкурентної боротьби “за туристів” як між туристичними підприємствами, так і між окремими DESTИНАЦІЯМИ, РЕГІОНАМИ ТА КРАЇНАМИ. Ця проблематика в Україні в останні два роки особливо актуальною стає на регіональному рівні, що пов’язано для багатьох співвітчизників зі зміщенням акцентів з подорожей до іноземних країн на мандрівки в межах України у зв’язку з падінням доходів у вільно конвертованій валюті. Саме із цієї причини останнім часом спостерігаємо прискорену активізацію внутрішньодержавного туристичного процесу, популяризацію відвідування маловідомих раніше DESTИНАЦІЙ ТА ВКЛЮЧЕННЯ ЇХ ДО НОВИХ МАРШРУТІВ ПРАКТИЧНО В УСІХ РЕГІОНАХ УКРАЇНИ. У цьому зв’язку важливістю набуває аналіз та вдосконалення управлінських процесів щодо розвитку туризму в регіоні.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У науковій літературі як географічного, так і економічного спрямування представлено величезну кількість праць, присвячених туристичному потенціалу території, його оцінці та обґрунтуванню напрямів використання й розвитку [1]. При цьому можна спостерігати тенденцію певної диференціації уваги науковців на окремих складових туристичного потенціалу та загалом туристичної сфери регіону. Насамперед це стосується таких сучасних і ефективних, але доволі складних територіальних утворень туристичного розвитку, як туристичні DESTИНАЦІЇ, туристичні кластери та туристичні (рекреаційні) ландшафти. Так, значна кількість праць присвячена виключно туристичним DESTИНАЦІЯМ (Ю. Ю. Леонтєва [2], Т. Ю. Лужанська [3], А. І. Головчан [4] та інші), інших – туристичним кластерам (С. М. Ільчишин [5], О. Крайник, М. Біль [6], Н. М. Смочко [7] та інші) або туристичним (рекреаційним) ландшафтам (В. П. Чижова [8], Т. Ф. Панченко [9], І. В. Смаль, О. В. Барановська [10] та інші) тощо. Однак фактично не спостерігається будь-яких зіставлень даних понять та їх реальних територіальних втілень між собою, комплексної порівняльної оцінки їх місця у розвитку туризму в регіоні.

Мета статті – аналіз поняття туристичного потенціалу території, обґрунтування концепції туристичного розвитку регіону та побудова його загальної схеми, визначення місця у даному розвитку окремих складових туристичного потенціалу та зіставлення й порівняння окремих його територіальних форм, аналіз ролі певних видів та рівнів туристичних DESTИНАЦІЙ В ЕКОНОМІЧНОМУ РОЗВИТКУ РЕГІОНУ (зокрема, розгляд у цьому ключі транзитних і трансрегіональних DESTИНАЦІЙ).

Виклад основного матеріалу. Туристичний потенціал території (далі – ТПТ) у цілому являє собою змістовне поняття, що охоплює сукупність природних, етнокультурних і соціально-історичних ресурсів, а також наявної господарської та комунікаційної інфраструктури території, що служать чи можуть служити передумовами розвитку певних видів туризму [11]. На нашу думку, поняття ТПТ можна розглядати на двох рівнях – у загальному (звуженому) та розширеному розуміннях. Вищезазначена дефініція являє собою саме звужений варіант, який передбачає зарахування до ТПТ лише певних географічних об’єктів та їх окремих властивостей і характеристик, які можна безпосередньо використовувати для розвитку туризму та

які легко піддаються статистичному аналізу й картографуванню. У розширеному ж розумінні до ТПТ ще додаються певні умови і фактори, що в цілому сприяють туристичному розвитку, наприклад політична та економічна стабільність, близькість до районів туристичного попиту, загальний рівень освіти й культури населення, готовність місцевих мешканців до прийому туристів з інших регіонів та країн, загальне сприйняття ними туристичних інновацій тощо. У цьому зв'язку можна розглядати звужений варіант трактування як “ядро” ТПТ, додаткову частину розширеного варіанта – як певну його “надбудову” або “оболонку”.

Аналізуючи зазначене ядро туристичного потенціалу території, можна помітити, що ключовими географічними об'єктами є не лише “класичні” туристичні ресурси та інфраструктура, але й певні форми їх територіального сполучення, що характеризують у тому числі й ступінь сформованості та розвинутості регіональної сфери туризму (регіонального туристичного комплексу). Насамперед сюди варто зарахувати:

- туристичні дестинації;
- туристичні кластери;
- туристичні (рекреаційні) ландшафти;
- регіональний (місцевий) туристичний продукт.

Кожен із цих видів об'єктів може як підлягати побудові моделі різнорівневої ієрархізованої територіальної (геопросторової) структури, так і виступати як основа туристичного (рекреаційного) районування. Також очевидно, що сформованим і розвинутим кожен із цих об'єктів може бути на різних стадіях туристичного освоєння та розбудови території, у зв'язку з чим слід зупинитись на концепції туристичного розвитку регіону.

У науковій літературі з туристичної проблематики та регіональної економіки подаються терміни “регіональний розвиток туризму”, “розвиток туризму в регіоні”, “регіональний туристичний розвиток” [12] тощо. На нашу думку, зазначені поняття видаються ідентичними лише на перший погляд. Якщо перші два з них передбачають поступове вдосконалення організації рекреаційної та туристичної діяльності на певному досягнутому рівні без обов'язкового прагнення переходу до вищих щаблів, то саме регіональний туристичний розвиток вказує на амбітну мету “не зупинятися” на шляху нарощування “ступеня туристичності” регіональної економіки аж до набуття сталої спеціалізації регіону в туристичній галузі (у поодиноких випадках, можливо, навіть моноспеціалізації), тобто доти, доки регіон не стане повноцінно туристичним (умовно його можна йменувати **спеціалізованим туристичним регіоном** (далі – СТР).

У зв'язку з вищевикладеним **регіональний туристичний розвиток** (далі – РТР) можна визначити як поступовий послідовний процес туристичного освоєння території регіону, розбудови туристичної інфраструктури і формування системи певною мірою скооперованих та ієрархічно співвідпорядкованих різномасштабних територіальних утворень туристичної спеціалізації, а в кінцевому підсумку – формування та підтримання спеціалізації в туристичній галузі регіону загалом. Організаційно-управлінська складова РТР у даному випадку має передбачати стимулювання й підкріплення зазначеного процесу інституційними, маркетинговими, підприємницькими, громадськими заходами тощо.

Відповідно до введеного визначення, ми побудували загальну схему процесу РТР (рис. 1). На нашу думку, процес в узагальненому вигляді може складатися з трьох основних етапів, що являють собою три відповідні рівні формування спеціалізованого туристичного регіону та охоплюють виявлення й оцінку туристичних ресурсів, розбудову і в кінцевому підсумку – формування СТР. На схемі виділено назви типів об'єктів, що становлять територіальну основу, базове географічне підґрунтя як туристичного потенціалу регіону, так і його туристичного розвитку на різних етапах (ресурси, інфраструктура, ландшафти, дестинації, кластери, регіональний продукт).

Вирішальним фактором економічного успіху регіонального туристичного розвитку, на наш погляд, у цьому процесі стає саме формування завершеного регіонального туристичного комплексу, що полягає у створенні взаємоузгодженої системи чотирьох територіально ієрархізованих підсистем-складових – туристичних ландшафтів, дестинацій, кластерів та регіонального туристичного продукту і його елементів.

Для ефективного управління тут важливий не тільки пошук певної інтегральної моделі територіальної структури туризму регіону на “вищому” щаблі його розвитку, яка об'єднувала б усі згадані складові у певну синтезовану одиницю та була б побудована шляхом “накладання” чотирьох відповідних картосхем одна на одну, скільки їх зіставлення, порівняння і взаємоузгодження через фактично однакове базове змістовне наповнення кожного з даних видів територіальних утворень, уведених з різних наукових позицій на основі, відповідно, різних понятійно-термінологічних апаратів і концептуальних моделей. У зв'язку із цим слід зупинитись на кожному із зазначених понять.



Рис. 1. Загальна схема тривіневого процесу регіонального туристичного розвитку

Розглядаючи **туристичні ландшафти**, слід зауважити, що з певною мірою умовності в нашому випадку ми ототожнюємо, а не розрізняємо і не відокремлюємо поняття “туристичний” і “рекреаційний”. У вітчизняній та зарубіжній науковій практиці сформувалась досить стала теорія рекреаційних ландшафтів (далі – РЛ), що базується переважно на апаратах двох наукових дисциплін: по-перше, ландшафтознавства як

“синтетичного крила” фізичної географії, у межах якого виокремилось самостійне рекреаційне ландшафтознавство [8]; по-друге, архітектури та районного планування у межах відповідного рекреаційного напрямку даного наукового блоку [9]. Узагальнюючи численні дефініції, означимо рекреаційний ландшафт як природний комплекс, що здійснює благотворний медико-біологічний вплив на фізичний і психоемоційний стан людини та певною мірою підготовлений до використання з рекреаційною метою. Теорія РЛ має потужну екологічну складову, в практичному сенсі її положення присвячені в основному обґрунтуванню нормативів рекреаційних навантажень на різні типи природних комплексів, відповідних будівельних нормативів, а також питанням дизайну облаштування тих чи інших природних ділянок для використання в туристичних цілях тощо. Водночас як за фізико-географічного та екологічного, так і за архітектурно-планувального підходу в теорії РЛ передбачено побудову територіальних структур відповідних географічних утворень, складених, як правило, на основі ландшафтних карт, що неодмінно має використовуватись органами регіонального управління туристичної сфери.

У контексті регіонального туристичного розвитку під час його розгляду в часовому вимірі можна говорити про поступовий процес набуття рекреаційними ландшафтами відповідного рівня сформованості. На наш погляд, сформований рекреаційний (туристичний) ландшафт можна розуміти як природно-територіальний комплекс зі стійким його збереженням та оптимальним облаштуванням інженерно-технічними спорудами за умови підтримання та регулювання оптимального туристичного попиту на його відвідування. На вищих щаблях РТР, відповідно, вибудовується регіональна система сформованих РЛ.

Не менш важливим у регіональному розвитку туризму на кінцевому етапі формування туристичного регіону є створення і функціонування **туристичних кластерів**, концепція яких має переважно економіко-географічне (“регіонально-економічне”) звучання. Загалом теорія кластерів, уведена американським економістом Майклом Портером, перегукується з радянською моделлю територіальних виробничих комплексів [12]. Під туристичним кластером прийнято називати систему різних компактно розташованих туристичних підприємств, які, взаємодіючи, використовують спільні туристичні ресурси та одержують додаткову вигоду від спільних зусиль у вигляді ширшого кола можливостей і кінцевих загальних доходів ([5, 7] тощо). На регіональному рівні може сформуватися регіональна система туристичних кластерів різного масштабу та профільної туристичної спрямованості, що характеризуватиме і рівень сформованості туристичного регіону, сприяючи збільшенню обсягу надходжень до регіонального бюджету від туристичної галузі та утвердженню туризму як галузі спеціалізації регіону.

Найбільш містким і, ймовірно, найбільш уживаним у наукових туризмознавчих колах в сучасних умовах є поняття **туристичних дестинацій** (далі – ТД). Обґрунтуванню їх концепції та розвитку як у теоретичному, так і практичному аспектах присвячено багато наукових праць, що, на наш погляд, цілком виправдано. Саме концепція дестинацій покликана забезпечувати реальний туристичний розвиток регіону. Вона ґрунтується на теорії маркетингу та передбачає популяризацію різних географічних об’єктів серед численних кіл туристів, а також серед організаторів туристичних подорожей. Широкий є і спектр трактувань та дефініцій ТД – від місць, популярних для відвідування з метою відпочинку, до вирішального елементу регіональної туристської системи і суб’єкта регіонального управління [2–4; 14]. Концепція ТД тісно

пов'язана з поняттями туристичного іміджу та туристичного бренду місця, міста, регіону, країни тощо. Значну увагу науковці приділяють також життєвому циклу ТД та їх систематизації [2; 3; 13; 14].

Всесвітня туристична організація визначає дестинацію як фізичний простір, в якому відвідувач проводить не менше однієї доби та який включає туристичні продукти, зокрема послуги й атракції, туристичні ресурси, має фізичні та адміністративні кордони, що визначають форму його управління, імідж і репутацію, котрі, своєю чергою, впливають на його конкурентоспроможність на туристичному ринку [14]. Аналізуючи вищенаведене та інші трактування ТД, можна дійти висновку, що туристичний ресурс поступово перетворюється на дестинацію з набуттям його популярності серед відвідувачів та нарощуванням економічного ефекту від його туристичного використання.

Туристичні дестинації, безперечно, відіграють важливу роль у регіональній економіці. Загалом чим популярнішими стають ті чи інші місця й напрями туристичного інтересу, тим більше коштів надходить до регіональних бюджетів. Але в цьому ключі варто означити певні застереження.

По-перше, у більшості вітчизняних профільних наукових праць дестинації розглядаються в основному як місця та ділянки, які або збігаються, або повністю входять до певних адміністративних регіонів різного рівня. Насправді поняття дестинацій значно ширше, і якщо врахувати їхній поділ на точкові, лінійні та площеві [13], проаналізувати досвід організації їх відвідування, то можна знайти безліч прикладів, коли одна ТД може одночасно входити до декількох регіонів або навіть країн. Це переважно стосується численних транскордонних дестинацій-маршрутів, міждержавних курортних зон тощо. Тому можна говорити і про **трансрегіональні дестинації** як території та маршрути, що поєднані спільними природними й культурними рисами, але які перетинаються адміністративними межами. У цьому зв'язку регіональній владі, зацікавленим представникам туристичного бізнесу й громадськості варто не просто вивчати попит і популяризувати свої ТД серед інорегіональних та іноземних туристів, але й дбати про включення їх до туристичних маршрутів, що розробляються та реалізуються туроператорами інших регіонів і країн.

По-друге, сама по собі висока популярність і відвідуваність дестинації не завжди забезпечує значні обсяги надходжень до регіональних бюджетів. Особливо це стосується **транзитних дестинацій** як об'єктів нетривалого епізодичного відвідування під час здійснення туристичних подорожей. В ідеалі турист або туристична група може завітати до регіону на своєму автотранспорті, зі своїм гідом, з власними запасами пального та харчів, іншими необхідними для життєзабезпечення речами, відвідати лише загальнодоступні популярні місця, які не потребують вхідної плати, і не витратити при цьому в регіоні жодної копійки. Підтримання або навіть зростання популярності ТД у такому випадку відбувається, але туристичного розвитку регіону в економічному розумінні не відбувається або принаймні він непомітний. Тому суб'єктам просування дестинацій регіону на туристичний ринок слід популяризувати не лише місця туристичного інтересу як такі, але й свої туристичні заклади та їх послуги, тобто сприяти збільшенню тривалості відвідування регіону в цілому.

Окремої уваги заслуговує також поняття **регіонального туристичного продукту** (далі – РТП) як одного з важливих елементів туристичного потенціалу території на

вищих щаблях туристичного розвитку регіону, що характеризує також рівень сформованості туристичного регіону. Концепція РТП є породженням як туристичного маркетингу, так і такої суто виробничої складової туризму, як туроперейтинг. У загальних рисах регіональний туристичний продукт визначається як сукупність товарів та послуг туристичного призначення, що виробляються та споживаються у певному регіоні країни [11]. Географічна сутність РТП полягає в тому, що всі послуги і товари виробляються й реалізуються виключно на базі об'єктів туристичного інтересу з конкретною територіальною прив'язкою. Це підкреслює тісний зв'язок РТП з туристичними дестинаціями. Серед різновидів туристичного продукту В. К. Кіпченко виділяє турпродукт-предмет (товар), турпродукт-подію, турпродукт-послугу, турпродукт-захід, турпродукт-об'єкт, турпродукт-маршрут і турпродукт-місце [15, 22–24]. Останні три різновиди вказують на безпосередню географічну основу турпродукту.

Структурно РТП складається з певних елементів нижчого рівня (районних, місцевих, локальних тощо), які можна диференціювати за масштабом і значенням аналогічно до вищерозглянутих систем – складових ТПТ на етапі формування та закріплення й підтримання туристичної спеціалізації регіону. Тобто РТП – важливий об'єкт регіонального планування і управління в цілому.

Висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямі. Туристичний потенціал території як основа регіонального туристичного розвитку являє собою складну систему, яка містить географічне “ядро” та “надбудову” інших факторів і умов сприяння такому розвитку. При цьому ядро ТПТ, своєю чергою, розглядається на двох рівнях: перший передбачає сукупність виявлених та підготовлених до використання туристичних ресурсів і розбудованої туристичної інфраструктури, що підкріплено інституційним забезпеченням туристичного розвитку, другий – сукупність систем туристичних дестинацій, туристичних кластерів, туристичних ландшафтів і регіонального туристичного продукту, кожна з яких характеризує одні й ті ж ділянки території та географічні об'єкти з різних наукових і практичних позицій.

Остання складова ядра ТПТ, що описує вищий рівень сформованості спеціалізованого туристичного регіону, в умовах загострення міжрегіональної конкуренції в туристичній сфері, має виступати основою туристичного потенціалу території регіону і, відповідно, його туристичного розвитку. Підтвердженням справедливості останньої тези є окремі факти світової практики, коли туристичні ресурси регіону не були основою його туристичного розвитку (найяскравіший приклад – ігровий центр Лас-Вегас, що став головним туристичним брендом штату Невада, було побудовано в місці майже без жодного натяку на туристичні ресурси; певною мірою це стосується і численних парків розваг тощо). Тому зазначені інноваційні форми туристичних територіальних утворень у своєму взаємополученні мають бути головним предметом уваги органів регіонального управління та інших суб'єктів регіональної економіки, що зацікавлені в туристичному розвитку регіону.

Список використаних джерел:

1. Михайліченко Г. І. Туристичний потенціал: методи оцінювання та інноваційний розвиток / Г. І. Михайліченко // Проблеми економіки. – 2013. – № 1. – С. 115–124.

-
2. Леонтєва Ю. Ю. Формування та реалізація стратегії розвитку регіональної туристичної дестинації : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.00.05 “Розвиток продуктивних сил і регіональна економіка” / Ю. Ю. Леонтєва ; Харківська національна академія міського господарства Міністерства освіти і науки України. – Х., 2010. – 24 с.
 3. Лужанська Т. Ю. Стратегії розвитку регіональних туристичних дестинацій / Т. Ю. Лужанська // Науковий Вісник Мукачівського державного університету. Серія “Економіка”. – 2014. – № 2 (2). – С. 175–180.
 4. Головчан А. І. Теоретико-методологічні підходи до визначення сутності туристичних дестинацій та управління ними / А. І. Головчан // Торгівля і ринок України. – 2009. – № 27. – С. 157–161.
 5. Ільчишин С. М. Місце і роль торгівлі у формуванні туристичного кластеру / С. М. Ільчишин // Вісник Львівської комерційної академії. Серія: Економічна. – 2011. – Вип. 38. – С. 249–253.
 6. Крайник О. Туристичний кластер регіону як форма соціального діалогу: управлінський аспект [Електронний ресурс] / О. Крайник, М. Біль // Демократичне самоврядування : науковий вісник. – 2009. – Вип. 4. – Режим доступу : http://tourlib.net/statti_ukr/krajnyk.htm
 7. Смочко Н. М. Кластерні рекреаційно-туристичні моноутворення у сучасному геопросторі / Н. М. Смочко // Глобальні та національні проблеми економіки. – 2015. – Вип. 7. – С. 577–580.
 8. Чижова В. П. Рекреационные ландшафты: устойчивость, нормирование, управление / Чижова В. П. – Смоленск : Ойкумена, 2011. – 176 с.
 9. Функціонально-планувальна організація ландшафтно-рекреаційних об’єктів : матеріали 75-ї науково-практичної конференції 15–18 квітня 2014 р. КНУБА / Т. Ф. Панченко, Л. І. Рубан та ін. // Архітектурний вісник КНУБА. – 2014. – Вип. 3. – С. 173–183.
 10. Смаль І. В. До питання про типізацію та оцінку рекреаційних ландшафтів / І. В. Смаль, О. В. Барановська // Культура народів Причорномор’я. – 2009. – № 176. – С. 173–177.
 11. В’їзний туризм : навч. посібник / авторський колектив : П. Ф. Коваль, Н. О. Алешугіна, Г. П. Андрєєва та ін. – Ніжин : Видавництво Лук’яненко В. В., 2010. – 304 с.
 12. Управління регіональним розвитком туризму : навч. посібник / Д. М. Стеченко, І. В. Безуглий, Н. П. Турло, С. М. Мархонос ; за ред. Д. М. Стеченка. – К. : Знання, 2012. – 455 с.
 13. Горб К. Туристичні дестинації в системі міжнародної маркетингової діяльності / К. Горб // Вісник Львівського університету. Серія географічна. – 2012. – Вип. 41. – Ч. 2. – С. 26–33.
 14. Любіцева О. О. Типізація дестинацій / О. О. Любіцева, О. В. Третяков // Географія та туризм. – 2012. – Вип. 17. – С. 3–9.
 15. Кіптенко В. К. Менеджмент туризму : підручник / Кіптенко В. К. – К. : Знання, 2010. – 502 с.

References:

1. Mykhaylichenko H. I. (2013), *Turystychnyi potentsial: metody otsynuvannya ta innovatsiynyi rozvytok* [“Tourism potential: evaluation methods and innovative development”], journal *Problemy ekonomiky*, vol. 1, pp. 115–124.

2. Leontyeva Yu. Yu. (2010), *Formuvannya ta realizatsiya strategii rozvytku regional'noi turystychnoi destynatsii* ["Formation and realization of the strategy of development of regional tourist destination"], PhD Thesis: 08.00.05 "Development of productive forces and regional economy", *Kharkivska natsionalna akademiya miskoho hospodarstva Ministerstva osvity i nauky Ukrainy*, Kharkiv, 24 p.

3. Luzhans'ka T. Yu. (2014), "*Stratehiyi rozvytku rehional'nykh turystychnykh destynatsiy*" ["Strategies for the development of regional tourist destinations"], journal *Naukovyi Visnyk Mukachivskoho derzhanoho universytetu. Seriya ekonomika*, vol. 2 (2), pp. 175–180.

4. Holovchan A. I. (2009), "*Teoretyko–metodolohichni pidkhody do vyznachennya sutnosti turystychnykh destynatsiy ta upravlinnya nymy*" ["Theoretical and methodological approaches to the definition of the essence of tourist destinations and their management"], collection of scientific works "*Torhivlya i rynek Ukrainy*", vol. 27, pp. 157–161.

5. Il'chyshyn S. M. (2011), "*Mistse i rol torhivli u formuvanni turystychnoho klasteru*" ["The place and role of trade in the formation of a tourist cluster"], journal *Visnyk Lvivskoi komertsyinoi akademii. Seriya: Ekonomichna*, vol. 38, pp. 249–253.

6. Krajnyk O. and Bil' M. (2009), "*Turystychnyi klaster regionu yak forma sotsialnoho dialohu: upravlinskyi aspekt*" ["A tourist cluster of the region as a form of social dialogue: a managerial aspect"], journal *Naukovyi visnyk "Demokratychno samovryaduvannya"*, vol. 4, available at: http://tourlib.net/statti_ukr/krajnyk.htm

7. Smochko N. M. (2015), "*Klasterni rekreatsiono–turystychni monoutvorennia u suchasnomu geoprostori*" ["Cluster recreational and tourist monomer in the modern geospatial"], journal *Globalni ta natsionalni problemy ekonomiky*, vol. 7, pp. 577–580.

8. Chizhova V. P. (2011), *Rekreatsionnye landshafty: ustoychivost, normirovanie, upravlenie* [Recreational landscapes: stability, rationing, management], *Oykumena*, Smolensk, 176 p.

9. Panchenko T. F. and Ruban L. I. and et all (2014), "*Funktsional'no-planival'na organizatsiya landshafno-rekreatsinykh ob'yektiv*" ["Functional and Planning Organization of Landscape–Recreational Objects"], materials of the 75th scientific and practical conference, April 15–18, 2014, *Arkhitekturnyi visnyk KNUBA*, vol. 3, pp. 173–183.

10. Smal' I. V., Baranovs'ka O. V. (2009), "*Do pytannya pro typizatsiyu ta otsinku rekreatsinykh landshaftiv*" ["On the issue of typification and assessment of the recreational landscape"], journal *Kultura narodov Prichernomorya*, vol. 176, pp. 173–177.

11. Koval' P. F., Aleshuhina N. O. and Andreeva H. P. and et all (2010), *V'yiznyy turyzm* [Entrance tourism], tutorial, *Vydavnytstvo Lukyanenko V. V.*, Nizhyn, 304 p.

12. Stechenko D. M., Bezuhlyy I. V., Turlo N. P. and Markhonos S. M. (2012), *Upravlinnya regionalnym rozvytkom turyzmu* [Management of regional tourism development], tutorial, *Znannya*, Kyiv, 455 p.

13. Horb K. (2012), "*Turystychni destynatsiyi v systemi mizhnarodnoyi marketynhovoyi diyal'nosti*" ["Tourist destinations in the system of international marketing activities"], journal *Visnyk L'vivskoho universytetu. Seriya geografichna*, vol. 41, no. 2, pp. 26–33.

14. Lyubitseva O. O. and Tretyakov O. V. (2012), "*Typizatsiya destynatsiy. Geografiya ta turyzm*" ["Geography and tourism"], collection of scientific works, vol. 17, pp. 3–9.

15. Kiptenko V. K. (2010), *Menedzhment turyzmu* ["Tourism management"], textbook, *Znannya*, Kyiv, 502 p.