

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ФАКУЛЬТЕТ МІЖНАРОДНИХ ВІДНОСИН
КАФЕДРА МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ ТА КРАЄЗНАВСТВА**

ДОПУСТИТИ ДО ЗАХИСТУ
Завідувач випускної кафедри
_____ Дудник І.М.
«___» _____ 2021 р.

ДИПЛОМНА РОБОТА

(ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСТКА)

ЗДОБУВАЧА ВИЩОЇ ОСВІТИ ОСВІТНЬОГО СТУПЕНЯ «БАКАЛАВР»

на тему:

«Рекреаційні дестинації Рівненської області: проблеми і перспективи»

Виконавець: здобувач вищої освіти 413 групи Полонська Інна Іванівна

Науковий керівник: к. геогр. н., доцент кафедри міжнародного туризму та
країнознавства Сайчук Віктор Степанович

Нормоконтролер: _____ Борисюк Оксана Анатоліївна
(підпис) (П.І.Б.)

КИЇВ 2021

НАЦІОНАЛЬНИЙ АВІАЦІЙНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет міжнародних відносин

Кафедра міжнародного туризму та країнознавства

Спеціальність: 242 «Туризм»

ОПП: «Туризмознавство»

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

_____ Дудник І.М.

«_____» _____ 2021р.

ЗАВДАННЯ НА ВИКОНАННЯ ДИПЛОМНОЇ РОБОТИ

Полонської Інни Іванівни

(прізвище, ім'я, по батькові в родинному відмінку)

Тема дипломної роботи: «Рекреаційні дестинації Рівненської області: проблеми і перспективи», затверджена наказом ректора № 688 /ст від «29» квітня 2021 р.

2. Термін виконання роботи: з «17» травня 2021 р. по «20» червня 2021 р.

3. Вихідні дані до роботи: дослідження має теоретичний і практичний характер, виконане на основі аналізу матеріалів періодичних видань, нормативно-правових актів, статистичних даних незалежних організацій медичного туризму та інформаційних ресурсів мережі Інтернет,

4. Зміст дипломної роботи:

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ТА
РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ

РОЗДІЛ 2 СТАН РОЗВИТКУ РЕКРЕАЦІЙНИХ ДЕСТИНАЦІЙ
РІВНЕНСЬКОЇ ОБЛАСТІ

РОЗДІЛ 3. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РЕКРЕАЦІЙНИХ
ДЕСТИНАЦІЙ РІВНЕНСЬКОЇ ОБЛАСТІ

ВИСНОВКИ

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

5. Перелік обов'язкового графічного (ілюстративного) матеріалу:
 Рис.1.1. Інтегроване управління туристичною дестинацією, Рис.1.2. Типологія дестинацій в залежності від віддаленості дестинації від центру попиту і розмірах її простору, Табл.1.1 Система компонент дестинації, Табл.1.2 Класифікація дестинацій

6. Календарний план-графік

№ з/п	Завдання	Термін виконання	Відмітка про виконання
1.	Проаналізувати літературні та інші джерела з проблеми дослідження.	29.04 - 02.05 2021 р.	Виконано
2.	Обґрунтувати об'єкт, предмет дослідження, сформулювати завдання і мету. Написати вступ.	03.05 - 07.05 2021 р.	Виконано
3.	Проаналізувати різноманітні джерела інформації щодо теоретичних основ медичного туризму. Написати перший розділ.	08.05 - 10.05 2021 р.	Виконано
4.	Проаналізувати сучасний стан розвитку медичного туризму в світі. Написати другий розділ роботи.	11.05 - 15.05 2021 р.	Виконано
5.	Виявити основні проблеми та перспективи розвитку медичного туризму в Україні. Написати третій розділ роботи та висновки	16.05 - 22.05. 2021 р.	Виконано
6.	Узагальнити результати проведеного дослідження, сформулювати висновки	23.05 - 28.06 2021 р.	Виконано
7.	Підготувати доповідь на попередній захист, розробити демонстраційні матеріали.	29.05 - 01.06 2021 р.	Виконано
8.	Провести роботу над зауваженнями після попереднього захисту дипломної роботи.	02.06 - 06.06 2021 р.	Виконано
9.	Захист дипломної роботи.	18. 06. 2021 р.	

7. Дата видачі завдання: «29» квітня 2021 р.

Науковий керівник дипломної роботи _____ Сайчук В.С.
 (підпис керівника) (П.І.Б.)

Завдання прийняв до виконання _____ Полонська І.І.
 (підпис випускника) (П.І.Б.)

РЕФЕРАТ

Пояснювальна записка до дипломної роботи «Рекреаційні дестинації Рівненської області: проблеми і перспективи»: 59 сторінок пояснювальної записки, 2 рисунків, 2 таблиця, 30 використаних джерел.

Мета роботи: дослідити рекреаційні дестинації Рівненської області: сучасний стан та перспективи розвитку.

Об'єкт даного дослідження: рекреаційні дестинації Рівненської області.

Предмет дослідження: сучасний стан та перспективи розвитку рекреаційних дестинацій Рівненської області.

Методи дослідження: аналіз, аналогія, синтез, статистичний, порівняння, моделювання, картографічний.

Практичне значення одержаних результатів. Отримані результати дослідження можуть бути використані у подальшому вивченні можливостей туристичних дестинацій Рівненської області, побудові перспективного плану розвитку туристичної сфери Рівненщини.

ЗМІСТ

ВСТУП.....	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ.....	9
1.1. Наукові підходи у вивченні понять та ознак дестинацій.....	9
1.2. Типологічні відмінності туристичних дестинацій.....	16
1.3. Визначення рекреаційної дестинації як формоутворюючого елемента – рекреаційних ресурсів.....	21
РОЗДІЛ 2. СТАН РОЗВИТКУ РЕКРЕАЦІЙНИХ ДЕСТИНАЦІЙ РІВНЕНСЬКОЇ ОБЛАСТІ.....	30
2.1. Туристично-рекреаційний потенціал Рівненської області.....	30
2.2. Рівненська область як приклад туристичної дестинації.....	34
2.3. Рекреаційні дестинації Рівненської області.....	39
РОЗДІЛ 3. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РЕКРЕАЦІЙНИХ ДЕСТИНАЦІЙ РІВНЕНСЬКОЇ ОБЛАСТІ.....	45
3.1. Проблеми та перспективи розвитку рекреаційних дестинацій Рівненської області.....	45
3.2. Можливості залучення рекреаційних дестинацій Рівненської області до туристичних маршрутів регіоном.....	50
ВИСНОВКИ.....	58
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	61

ВСТУП

Актуальність теми. Необхідність вдосконалення особливостей ресурсного забезпечення туристичної сфери послуг обумовила створення таких специфічних об'єктів ринкової пропозицій, як дестинація. Дестинацією прийнято вважати гтовий туристичний продукт, особливо привабливий для туристів, що відображається у місцевостях, підприємствах туристичного бізнесу, природних та антропогенних ресурсах, засобах переміщення, закладах харчування та розваг тощо. Розвиток туристичної сфери зумовив застосування терміну «дестинація», завдяки якому з'явилася можливість найбільш широко характеризувати географічний об'єкт, місцевість, передбачену для залучення широкої групи туристів, націлених на отримання послуг туристичного характеру.

Попри розповсюдженість застосування терміну «дестинація», останнім часом все частіше спостерігається використання терміну «туристична дестинація» як вирішального елемента в регіональній туристичній системі і суб'єкті управління регіонального розвитку. Туристичною дестинацією прийнято вважати територію, що налічує певний перелік засобів обслуговування й послуг, зручностей спрямованих на забезпечення різноманітних потреб туристів. Тобто, туристичною дестинацією характеризується перелік необхідних важливих і вирішальних елементів туризму, необхідних для споживачів туристичних послуг. Найважливішим елементом туристичної дестинації є регіон, об'єкти якого слугують як привабливі туристичні дестинації, що здатні вмотивувати до отримання послуг, що забезпечить функціонування туристичної системи. Це зумовлює необхідність підтримки відмінності умов дестинацій від звичних, використовуючи засоби сучасного дизайну та управління розвитком туристичного бізнесу в регіоні.

Потреба розвитку українського регіонального туризму зумовлена інтеграцією до світового економічного простору, що ускладнило процес формування вітчизняної туристичної дестинації. Першочерговим було обґрунтування методів підвищення ефективності розвитку українського регіонального туризму. З метою реалізації поставлених цілей, була здійснена оцінка сучасної системи туристичних дестинацій різного рівня, спрямована на виявлення ефективності функціонування регіональних туристичних дестинацій в умовах економічної реальності на території України.

Закономірність розвитку туристичних дестинацій, роль останніх у світовій системі туризму було досліджено вітчизняними і закордонними ученими, серед яких: А. Головчан, Л. Кірьянова, В. Семьонов, на думку яких, туристичною дестинацією є вирішальний елемент регіональної туристичної системи, суб'єкт управління регіонального розвитку, що представлений територією із певним переліком засобів обслуговування та послуг, зручностей для забезпечення всіляких потреб туристів. Туристична сфера набула значних змін завдяки вивченню поняття «дестинація» та впровадження знань в науковій практиці вченими: Н. Лейпером, П. Ткаченком. Більшістю авторами, зокрема В. Альтхофом, Є. Аленовою, В. Боголюбовим було пов'язано поняття дестинації та певного місця у просторі, що відрізняється неможливістю змін у напрямі переміщення відвідувачів.

Мета дослідження – дослідити рекреаційні дестинації Рівненської області: сучасний стан та перспективи розвитку.

Об'єкт дослідження – рекреаційні дестинації Рівненської області.

Предмет дослідження – сучасний стан та перспективи розвитку рекреаційних дестинацій Рівненської області.

Для досягнення мети роботи були поставлені наступні завдання:

- 1) дослідити теоретико-методологічні засади формування та розвитку рекреаційно-туристичних дестинацій;
- 2) проаналізувати туристично-рекреаційний потенціал Рівненської області;

- 3) дослідити популярні DESTИНАЦІЇ Рівненської області;
- 4) проаналізувати проблеми та перспективи розвитку DESTИНАЦІЙ Рівненщини;
- 5) дослідити можливості залучення рекреаційних DESTИНАЦІЙ Рівненської області при створенні туристичних маршрутів регіоном.

Методи, що використовувались при написанні роботи: аналіз, аналогія, синтез, статистичний, порівняння, моделювання, картографічний.

Практичне значення отриманих результатів. Отримані результати дослідження можуть бути використані у подальшому вивченні можливостей туристичних DESTИНАЦІЙ Рівненської області, побудові перспективного плану розвитку туристичної сфери Рівненщини.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ ЗАСАДИ ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ

1.1 Наукові підходи у вивченні понять та ознак дестинацій

Поняття «туристична дестинація» було введено в науковий обіг датським вченим Н. Лейпером у 1979 році для позначення «певної географічної території, що є привабливою для мандрівників» [1, 57]. Він визначив туристичну дестинацію найістотнішою компонентою системи туризму, яка одночасно формує й задовольняє туристичний попит. У 70-х роках ХХ ст., керуючись загальною теорією систем, датський вчений Н. Лейпер розробив модель системи туризму, компонентами якої визначив туристів, географічні елементи і туристичну індустрію [2]. Туристи, як суб'єкти зазначеної системи, усвідомлюючи потребу у здійсненні подорожі, формують попит на туристичні послуги та необхідність функціонування всієї туристичної системи. Створення туристичної інфраструктури має максимально задовольняти наявні потреби туристів шляхом пропозиції послуг переміщення, розміщення, харчування, розваг та ін. Подальші дослідження дозволили деталізувати це поняття, виділивши його складові елементи:

- 1) регіон, що породжує туристів;
- 2) транзитний регіон (транзитний маршрут туристів, які від'їжджають або повертаються);
- 3) регіон туристичної дестинації.

Отже, зазначені геопросторові елементи перебувають у тісній взаємодії, лише за умов їх єдності туристична діяльність стає можливою. Проте дестинація являє собою найістотнішу компоненту системи туризму, бо саме в ній стає можливим досягнення мети подорожі, лише на її території розташовані ресурси, що приваблюють туристів, мотивуючи їх подорожі. Тому дестинація активізує всю систему туризму, формуючи та задовольняючи

туристський попит одночасно. Таким чином, наприкінці ХХ ст. у зарубіжній літературі з'явилося поняття туристичної дестинації як регіону, на території якого стає можливим досягнення мети подорожі.

В «Оксфордському словнику понять і термінів», за редакцією С. Медліка, дестинація трактується так: «Дестинація – місце, куди в цей час прямують люди або речі», тобто це поняття, як країни, регіони, міста та інші території, які приваблюють туристів, є головними місцями локалізації туристичної діяльності, потоків туристів та їх витрат; місця максимальної концентрації визначних туристичних пам'яток, засобів розміщення, харчування, розваг, інших послуг та економічного, соціального і фізичного впливу туризму [3].

У наступні роки це поняття деталізувалося, внаслідок чого виокремилися його складові елементи. Було створено модель «чотири А», яка згодом шляхом конкретизації та доповнення, трансформувалася у модель «шість А», яка розкриває склад і призначення компонент дестинації. У моделі, запропонованій вченими з Датської академії туризму О. Йоргенсенем, К. Купером і Д. Флетчером, дестинація розглядається як взаємозв'язок таких елементів: атракції (attractions), доступність (accessibility), зручність (amenities), посередники та допоміжні служби (ancillary services), організація діяльності туристів (activities), наявність підготовленого туристичного продукту (available packages) [4, 102]. Вивчення цих елементів дестинації дозволило їх систематизувати та подати в таблиці 1.1

Таблиця 1.1

Система компонент дестинації

Атракції (attractions)	Природні, культурно-історичні, архітектурні та інші туристичні ресурси, що приваблюють туристів, спонукають до здійснення подорожі
------------------------	--

Доступність (accessibility)	Наявність налагоджених транспортних і комунікаційних зв'язків як зовнішніх, так і внутрішніх щодо дестинації
Зручності (amenities)	Сукупність підприємств, що пропонують якісні туристичні послуги і товари
Посередники та допоміжні служби ancillary services)	Рекламні агентства, маркетингові компанії, банки, теле- та радіокомунікації, поштові об'єкти, лікарні
Організація діяльності туристів (activities)	Організація діяльності туристів згідно з метою їх подорожей (відпочинок, рекреація, діловий туризм, конференції та ін.)
Наявність підготовленого туристичного продукту available packages)	Пропозиція сформованого та підготовленого до продажу туристичного продукту відповідно до попиту туристів

Перші чотири компоненти слід віднести до першого та другого рівнів інфраструктури туризму. Вважається, що перший рівень інфраструктури туризму охоплює виробничі об'єкти (комплекс споруд, приміщень, транспортних та інших комунікацій й економічних систем), що безпосередньо не пов'язані з туристичною діяльністю, але необхідні для надання туристичних послуг (наприклад, засоби зв'язку, енергетика, комунальне господарство, фінанси, страхування тощо). Другий рівень являє собою сукупність структур, які потенційно здатні ефективно функціонувати без туристського попиту, але їх діяльність суттєво розшириться за умови розташування у місцях туристського інтересу (наприклад, підприємства з прокату автомобілів, розміщення, харчування, поштові, спортивні, розважальні та лікувальні заклади) [5, 92]. Отже, такі компоненти туристичної дестинації, як «атракції», «доступність», «зручності», «посередники та

допоміжні служби» не є специфічними для туристичної діяльності, хоча й роблять її можливою, відсутність туристичної діяльності в місцях їх розташування не поставить під загрозу ефективність їх функціонування.

Такі компоненти, як «організація діяльності туристів» і «наявність підготовленого туристичного продукту» відносяться до третього рівня туристичної інфраструктури, який являє собою комплекс підприємств, діяльність яких головним чином орієнтована на створення та задоволення туристського попиту – це туристичні оператори та агенти, виробники окремих туристичних послуг (наприклад, екскурсійні бюро та аматори) [6, 176]. Саме ці компоненти є специфічними для туристичної діяльності. Вони перетворюють будь-яку географічну територію з розвинутою економічною системою в туристичну дестинацію.

Як бачимо, модель «шість А» базується на системі елементів туристичної дестинації, що перебувають у тісному зв'язку з туристичною діяльністю. Лише за наявності зазначених компонент стає можливою пропозиція якісного комплексного туристичного продукту та максимальне задоволення потреб туристів.

Оскільки туристична дестинація являє собою систему підприємств, що формують і задовольняють попит на туристичні послуги, то дестинація, з одного боку, є суб'єктом ринкових відносин, бо пропонує та реалізує туристичний продукт, а з іншого – об'єктом управління туризмом. Вітчизняними й зарубіжними науковцями туристична дестинація розглядається як об'єкт управління [7], причому «інтегрованого управління», бо саме воно здатне пов'язати всі компоненти в єдину систему, здатну забезпечити виробництво й реалізацію якісного комплексного туристичного продукту. Інтегроване управління туристичною дестинацією охоплює систему об'єктів, що обслуговують туристів, що відображено на рисунку 1.1.

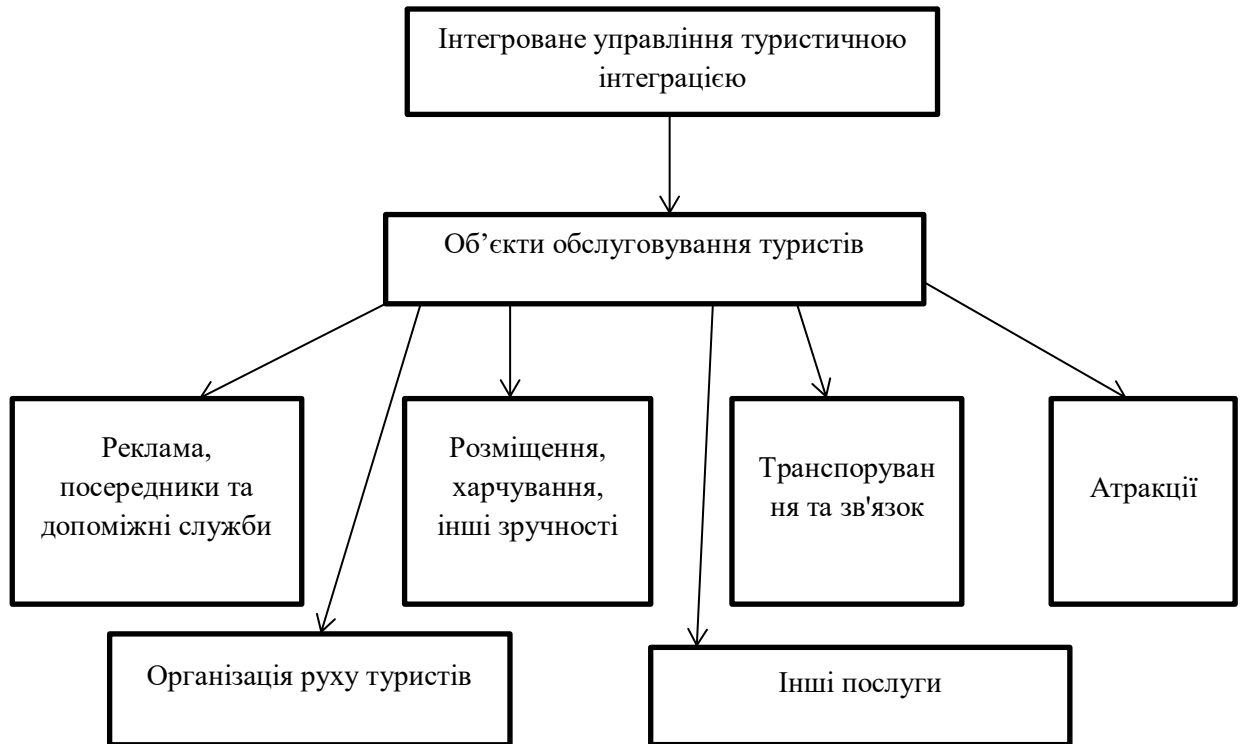


Рис.1.1. Інтегроване управління туристичною дестинацією

Джерело: [7]

На основі аналізу та узагальнення різних наукових поглядів на сутність туристичної дестинації Т.І. Ткаченко дала їй визначення як фізико-географічної території (мається на увазі місто, регіон, район, місцевість, місце, об'єкт), «що має туристично-рекреаційні ресурси (унікальні або специфічні), які є привабливими для подорожан, доступними завдяки наявності необхідної інфраструктури (зручності, послуги), доведені до споживача у формі сформованого та підготовленого до продажу туристичного продукту сучасними засобами маркетингових комунікацій (наявність логотипу, торгової марки тощо) в системі важелів інтегрованого управління суб'єктами господарювання» [8, 173]. На наш погляд, у цьому визначенні найбільш повно розкрито сутність дестинації, як системи шести компонентів, наведених у таблиці 1.

Інтегроване управління туристичною дестинацією спрямовується на вирішення таких завдань:

- збереження та примноження наявного туристичного потенціалу;
- забезпечення необхідних умов для організації обслуговування туристів;
- організація та підтримка економічних зв'язків між підприємствами, задіяних у процесі туристичної діяльності;
- забезпечення якості туристичних послуг, що виробляються.

У контексті сталого розвитку туризму дослідження дестинацій є вирішальним, бо саме в них найбільше відчуваються негативні екологічні наслідки туристичної діяльності. Проте розвиток географічної території як туристичної дестинації дозволяє:

- стимулювати появу та ефективну діяльність туристичних і допоміжних підприємств;
- створювати нові робочі місця;
- сприяти збільшенню податкових надходжень до бюджету.

Учені К. Купер, О. Йоргенсен, Д. Флетчер [9] вважають, що дестинації становлять собою сукупність категорій ресурсів, а саме:

- 4) атракції це об'єкти дозвілля й розваг, пам'ятники;
- 5) доступність це місцевий транспорт і транспортні комунікації;
- 6) комфорт це інфраструктура туризму (засоби розміщення, об'єкт ресторанного господарства, торгівлі тощо);
- 7) посередники це маркетингові організації дестинацій, бюро подорожей та екскурсій.

Розглядаючи етимологію терміна «дестинація», Є. Машкович стверджує, що він має яскраво виражений просторовотериторіальний характер, тобто дестинацію можна розглядати в наступних аспектах: територіальному, економічному, соціальному, управлінському. Під дестинацією завжди розуміють певне місце, у напрямку до якого здійснюється переміщення, тому дане поняття може розглядатися з різних точок зору залежно від мети дослідження [10, 91].

Інноваційні технології в туризмі все частіше розглядаються в сучасній науці в контексті розвитку регіональних туристичних дестинацій – територій, де функціонує вільна сукупність підприємств і груп, які реалізують спільні інтереси через часткову взаємодію між собою, своєрідних одиниць бізнесу, які, завдяки певним чинникам і наявності спеціалізованої інфраструктури, стають або можуть стати центрами концентрації туристичних потоків. Дестинації виступають самостійними конкурентними одиницями у сфері в'їзного і внутрішнього туризму. Це широке визначення, яке може охоплювати територіальну одиницю будь-якого масштабу – туристичного регіону, країни, територіально-адміністративної одиниці і навіть туристичного об'єкту.

Стратегічна мета туристичної дестинації як конкурентної одиниці – забезпечення конкурентоспроможності на тривалий період. На цей показник впливають взаємодія підприємств різних галузей (готелів, транспортних підприємств, торгівлі), їх ринків, населення і навколишнього середовища.

За даними Міжнародної туристичної організації частка туризму у світовому ВВП становить 9%, близько 30% у світовому експорті послуг та 6% від обсягів світової торгівлі, працює понад 235 млн. осіб. У 2013 році туристичними послугами скористалося 1087 млн. міжнародних туристів, у 2015 – їх кількість перевищила 1 млрд. осіб. Загальний товарообіг світового туризму у 2016 році становив понад двох трильйонів дол. США [11]. Зважаючи на сприятливі умови для туристичної діяльності та з огляду на її чималі прибутки для потреб соціально-економічного прогресу, велика частка території України прагне успішно розвинути свої регіональні ринки туристичних послуг, долучившись до конкурентної боротьби за туристичні потоки.

Регіональні ринки туристичних послуг нині є тією сферою суспільних відносин, де турист оцінює відповідність таких послуг до своїх запитів, порівнює з іншими ринками й обирає той з-поміжних, який найбільше відповідає його потребам порівняно з ринками-конкурентами, тобто який є конкурентоспроможним. Тому особливе місце при розробці планів розвитку

регіональних туристичних дестинацій повинно займати застосування програмно-цільового методу управління, який орієнтований на досягнення кінцевого результату в логіці поетапної дії: формування дерева цілей, розробку адекватної виконуючої програми, реалізації управляючої програми .

1.2. Типологічні відмінності туристичних дестинацій

Аналізуючи дестинацію як елемент туристичної системи, необхідно згадати про типологію дестинацій. Сьогодні існує багато підходів до визначення типів дестинацій за різними ознаками. Найповнішу типізацію дестинацій подає Т.І. Ткаченко, класифікуючи їх за різними ознаками [12] (табл. 1.2).

Таблиця 1.2

Класифікація дестинацій (за Т.І.Ткаченко)

Ознака	Види (типи) дестинацій
За масштабами	Туристичний регіон, країна, адміністративно-територіальна одиниця країни, туристичний об'єкт
За стадією життєвого циклу	Дестинація, що народжується, що розвивається, зростаюча, рецесійна, стагнаційна, відроджувальна (комунікативна), вмираюча
За видами туризму	Екологічний, сільський, природний, зелений, пізнавальний, освітній, культурний, воєнний інші
За цілями подорожі	Комплекса, дозвіллєва, спортивнр-оздоровча, лікувальна, рекреаційно-оздоровча, ділова (службова, бізнес), спеціалізована (релігійна, пізнавально-просвітницька тощо)
За ресурсами	Природн, штучна, змішана
За станом розвитку	Реальна, перспективна, планова, прогнозована
За ступенем навантаження	Слабко навантажена, оптимально навантажена, максимально навантажена, перенавантажена
За рівнем агрегації	Мала, велика

За ступенем агломерації	Проста, складна
За категорією споживачів	Молодіжна, сімейна, універсальна

Прикладами сформованих дестинацій за видами туризму в Україні можуть бути: «Кам'янець-Подільська фортеця» як туристичний об'єкт-дестинація; Національний дендрологічний парк «Софіївка» як екологічна дестинація; культурно-історична дестинація «Чернігів стародавній»; екологічна та зелена дестинація «Українська Венеція»; спортивно-оздоровча дестинація «Буковель»; релігійна дестинація «Свято-Успенська Почаївська лавра»; екологічна та сільська дестинація «Дунайські плавні»; культурологічна дестинація «Історичний центр Львова»; «Шевченківський національний заповідник»; «Подільські товтри» як освітні та екологічні дестинації тощо [12].

Ще одна домінанта сучасного підходу до дестинації, полягає в тому, що місця отримують сенс через процеси виробництва і споживання, які об'єднують людей усього світу, контекстуалізуючи їх досвід. Стосовно до туристичної дестинації та її розвитку, ця теза означає єдиний підхід до планування, що передбачає залучення різних стейкхолдерів (туристів, представників туристичної індустрії, місцеве населення, органів влади, закладів науки та освіти) до цього процесу. Під час розгляду туристичної дестинації як системи, першочергова роль відводиться туристичному ринку, діловій активності суб'єктів та їх взаємодії між собою.

Ієрархічна типологія передбачає, що кожен тип дестинацій представляє собою структурний елемент іншого. Її можна представити наступними типами дестинацій: континент; міжнародний регіон (частина континенту або континентів); країна; туристичний регіон (район, зона); туристичний центр або місцевість (місто, курорт, національний парк тощо); атракційний пункт.

Прикладом континенту є Євразія; міжнародного регіону – Центрально-Східна Європа; країни – Україна; туристичного регіону – Вінницька область;

туристичної місцевості – бальнеологічний курорт; атракційного пункту – інфраструктурний вузол у м. Хмільник, представлений мережею санаторіїв, закладами ресторанного господарства, пляжем, пунктами прокату спорядження для водного відпочинку і туризму, автостоянкою.

Особливістю ієрархічної типології є відсутність жорстких критеріїв віднесення тієї чи іншої дестинації до певного типу. Наприклад, Австралія – це країна і континент, до того ж виділити міжнародний регіон у ній неможливо. А в туристичний регіон навколо Боденського озера включаються прикордонні райони Німеччини, Швейцарії та Австрії. За охопленням країн він є міжнародним регіоном. Разом з цим, за займаним простором він є туристичним районом. Існують приклади суверенних країн, які якщо не де-юре, то де-факто входять до складу туристичних районів і навіть туристичних центрів окремих країн: Монако і Лазурний берег Франції, Ватикан і Рим.

Наведена типологія носить умовний характер і ґрунтується на віддаленості дестинації від центру попиту і розмірах її простору, в якому турист здійснює споживання (рис. 1.2).

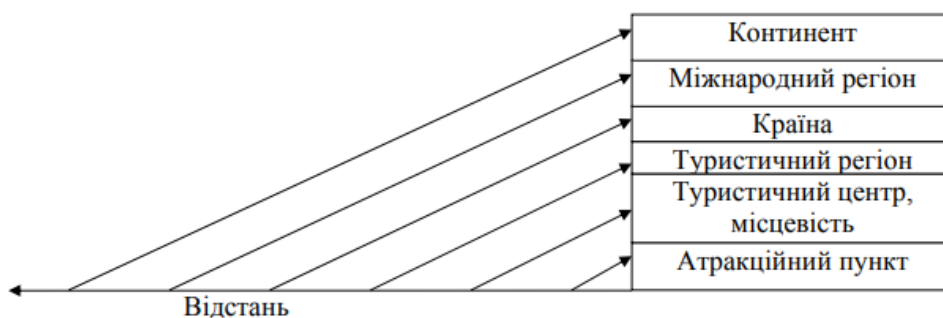


Рис. 1.2. Типологія дестинацій в залежності від віддаленості дестинації від центру попиту і розмірах її простору.

Джерело: [19]

Для швейцарця Південна Англія як дестинація – це туристичний регіон; для азіата Європа – міжнародний регіон, а Північна Америка – континент. Хірург, чий інтереси концентруються на конгресі, учасником якого він є, як дестинацію обирає конгрес-готель (атракційний пункт). Його колега, крім

конгресу бажає відвідати музеї та зробити шопінг. Для нього дестинацією буде все місто (туристичний центр).

Важливо також розрізняти поняття «туристична дестинація» і «курорт». Туристична дестинація – це поняття ширше за курорт; це регіон, що найбільше приваблює (наприклад, для японця Західна Європа це «туристична дестинація», а Блакитний берег – курорт. Це місце є курортом, тому що він насамперед їде до Франції, яка є дестинацією). Одеський регіон можна визначити як туристичну дестинацію, але ж і такі міста, як Одеса, Сергіївка, Белгород-Дністровський та курорти Одеси теж є туристичними дестинаціями. В регіонах України формуються й такі форми дестинацій, як курортополіси – діюча форма організації використання курортного потенціалу певних територій і експлуатації спеціальних рекреаційних ресурсів. Прикладом досвіду функціонування таких утворень є СЕЗ (спеціальна економічна зона рекреаційно-туристичного типу) «Курортополіс Трускавець».

Основними ланками в ієрархічній структурі дестинацій є атракційний пункт, туристичний центр (місцевість) і туристичний регіон. Саме на цих рівнях створюється найбільша частина турпродукту, яку споживають туристи. І зовсім не обов'язково, щоб туристичною дестинацією була вся країна. Європейська інтеграція дала імпульс для розвитку туризму в периферійних регіонах країн, об'єднавши їх в транскордонні регіони – єврорегіони, які є окремими дестинаціями. Єдиний маркетинг і менеджмент країни як туристичної дестинації проводять або малі країни (Сан-Марино, Люксембург, Монако), або країни з відносно однорідною туристичною спеціалізацією (Іспанія, Словаччина, Чехія, Чорногорія). Однак у них перевага надається регіональним пріоритетам. Великі країни (Франція, Італія) і федеративні держави (Австрія, Бельгія, Швейцарія) здійснюють просування своїх дестинацій на рівні окремих туристичних регіонів – провінцій і областей.

Атракційний пункт є найменшою туристичною дестинацією в ієрархічному ряді представленої вище типології. Атракційний пункт визначається як географічна одиниця (пункт або місце), що має чіткі межі,

відвідується і використовується споживачами протягом певного часу. Атракційні пункти пропонують комбінацію можливих рекреаційних занять і послуг, які сконцентровані в одному місці та створюють споживчу вартість у вигляді:

- різних видів діяльності туристів;
- подій, що переживають учасники;
- специфічного настрою;
- спілкування туристів між собою. [13].

Основою для розробки ефективної системи управління DESTИНАЦІЯМИ є типізація DESTИНАЦІЙ. Сьогодні існує багато підходів до визначення типів DESTИНАЦІЙ за різними ознаками.

За класифікацією Т. І. Ткаченко DESTИНАЦІЇ поділяються[12]:

- 8) за масштабом: туристський регіон, країна, адміністративно-територіальна одиниця країни, туристичний об'єкт;
- 9) за видом туризму: екологічна, сільська, зелена, пізнавальна, освітня, культурологічна, воєнна тощо;
- 10) за метою подорожі: комплексна, дозвільна, спортивно-оздоровча, лікувальна, рекреаційно-оздоровча, ділова (службова, бізнес, навчання), спеціалізована (релігійна, пізнавально-просвітницька та ін.);
- 11) за ступенем навантаження: слабо навантажена, оптимально навантажена, максимально навантажена, перенавантажена.

Кіптенко В. К. пропонує класифікацію DESTИНАЦІЙ за їх прийнятною здатністю на два типи: – зони, які можуть прийняти велику кількість туристів, не завдаючи шкоди їх туристичній цінності; – зони, які можуть прийняти обмежену кількість туристів не вище допустимого рівня для екологічного та естетичного стану довкілля (гірські курорти, морські узбережжя та ін.) [14].

Головчан А. І. класифікує DESTИНАЦІЇ відповідно до видів ресурсів на наступні типи: природно – географічні, природноантропогенні, культурно-історичні, соціально-економічні [15].

1.3. Визначення рекреаційної дестинації як формоутворюючого елемента – рекреаційних ресурсів

За умов недостатньої уваги науковців до формування механізмів оптимізації розвитку туристичних дестинацій та оцінки ефекту синергізму, що є основою визначення їх привабливості та конкурентоспроможності, проблеми становлення інтенсивної стадії розвитку туризму потребують наукового обґрунтування механізмів оптимізації туристичної діяльності у вітчизняних дестинаціях.

Європейська Комісія (2000) визначила 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. Всесвітня туристична організація запропонувала таке визначення: «дестинація – це фізичний простір, в якому відвідувач проводить не менше однієї доби. Він включає туристичні продукти, такі як послуги та атракції, а також туристичні ресурси в межах однієї доби подорожування. Цей простір має фізичні й адміністративні кордони, які визначають форму його управління, імідж і репутацію, що впливають на його конкурентоспроможність на туристичному ринку» [16, 4]. Вибір дестинації залежить, насамперед, від особистої мотивації туриста. Далі критерієм вибору є ступінь облаштованості місця відпочинку, що визначається рівнем розвитку туристичної інфраструктури, а саме системи транспортного забезпечення, закладів розміщення, харчування, розваг, екскурсійного обслуговування, роздрібною торгівлею продукцією туристичного призначення та сувенірами і т.д.

Для того, щоб деяка територія стала дестинацією, необхідно виконати наступні умови:

12) наявність на цій території засобів розміщення, харчування, розваг та розвиненої транспортної інфраструктури;

13) наявність культурно-історичних, природних або інших визначних пам'яток, що цікавлять туристів;

14) налагоджена робота комунікаційних та інформаційних систем, а також систем резервування, так як це необхідний інструмент інформування ринку туристичних послуг про дестинації.

Необхідно відзначити, що на рівні дестинацій туристична галузь дуже фрагментована багатьма різними постачальниками. У багатьох випадках послуги, пропоновані дестинаціями, є суспільними благами або суспільними ресурсами, такими як охороняючі ландшафти, або заказники земель для сільськогосподарського використання. Місцева особливість надає їм яскраво відображену привабливість, а специфічні продукти – це пропозиція, яка відрізняє дестинації, робить їх унікальними.

Кожна дестинація має свої власні риси, зокрема:

1) дестинація представляє собою сукупність компонентів, таких як пам'ятка (природні ресурси або створені людиною, тобто те, що спонукає туриста зробити подорож);

2) зручності (розміщення, харчування, розваги, а також роздрібна торгівля та інші підприємства сфери послуг, тобто все те, що не тільки забезпечує приют і їжу, але і створює загальне відчуття «затишного» простору туристів даною дестинацією);

3) доступність (віддаленість дестинації від туристських ринків робить їх уразливими до погіршення попиту. Але для туристів важливо не тільки фізична доступність дестинації, тобто зовнішні транспортні зв'язки з нею, але й наявність розвинених внутрішніх транспортних зв'язків. Іншими словами, для туристів важливі такі додаткові послуги, як прокат автомобілів, надання місцевого транспорту для проведення обзорних екскурсій та трансферів до місць розміщення в місці розташування);

4) допоміжні служби, які надають такі послуги, як реклама дестинації, координація та управління її розвитком, надання населенню та організаціям необхідної інформації та послуг з резервування, забезпечення обладнанням (підприємства харчування, спорт, тощо), забезпечення дестинації персоналом;

5) DESTИНАЦІЯ ЯВЛЯЄ СОБОЮ КУЛЬТУРНУ ЦІННІСТЬ: ВІДВІДУВАЧІ ПОВИННІ ВВАЖАТИ DESTИНАЦІЮ НАСТІЛЬКИ ПРИВАБЛИВОЇ, ЩО ЗАСЛУГОВУЄ ЧАСУ Й ВИТРАЧЕНИХ НА ПОДОРОЖ ГРОШЕЙ. ТАКИМ ЧИНОМ, ВАЖЛИВО ПІДТРИМУВАТИ ВІДМІННІСТЬ УМОВ DESTИНАЦІЇ ВІД ЗВИЧАЙНИХ «ДОМАШНІХ» УМОВ ЗА ДОПОМОГОЮ ОРИГІНАЛЬНОГО ГАРНОГО ДИЗАЙНУ, А НЕ «УНІФІКОВАНОГО ТУРИСТСЬКОГО ЛАНДШАФТУ» Й ЕФЕКТИВНОГО УПРАВЛІННЯ;

б) DESTИНАЦІЯ НЕПОДІЛЬНА, ТОБТО ТУРИСТСЬКИЙ ПРОДУКТ СПОЖИВАЄТЬСЯ ТАМ, ДЕ ВІН БЕЗПОСЕРЕДНЬО ВИРОБЛЯЄТЬСЯ, І, ЩОБ ЙОГО ВИПРОБУВАТИ, ТУРИСТИ ПОВИННІ ФІЗИЧНО БУТИ ПРИСУТНІМИ У DESTИНАЦІЇ.

Слід зазначити, що процеси виробництва й споживання туристичного продукту збігаються не тільки в просторі, але й у часі, тобто DESTИНАЦІЇ НЕ МОЖУТЬ БУТИ ЗАМОВЛЕНІ АБО ВІДКЛАДЕНІ НА НЕ ВИЗНАЧЕНИЙ ТЕРМІН (НОМЕРА В ГОТЕЛЯХ, ТЕАТРАЛЬНІ КВИТКИ ТОЩО НЕ МОЖУТЬ БУТИ ВІДКЛАДЕНІ В «МІЖСЕЗОННЯ» ДЛЯ НАСТУПНОГО ЇХНЬОГО ПРОДАЖУ ПІД ЧАС, НАПРИКЛАД, ТЕАТРАЛЬНОГО СЕЗОНУ). СЕЗОННІСТЬ Є НАЙБІЛЬШ ВАЖЛИВОЮ ПРОБЛЕМОЮ, ТОМУ ЩО ЗНИЖУЄ ЕФЕКТИВНІСТЬ ВИКОРИСТАННЯ ОСНОВНИХ ЗАСОБІВ DESTИНАЦІЇ ТА ЇХНЮ ПРИБУТКОВІСТЬ. СЕЗОН DESTИНАЦІЇ (3- 4 МІСЯЦІ) ПРИНОСИТЬ ОСНОВНИЙ ПРИБУТОК І МАЄ БУТИ ДЖЕРЕЛОМ ПОКРИТТЯ ПОСТІЙНИХ ВИТРАТ, ЯКІ ПІДЛЯГАЮТЬ ОПЛАТІ ПРОТЯГОМ РОКУ;

DESTИНАЦІЇ ОРІЄНТОВАНІ НЕ ТІЛЬКИ НА ТУРИСТІВ. ПОСЛУГАМИ Й ЗРУЧНОСТЯМИ DESTИНАЦІЇ КОРИСТУЮТЬСЯ НЕ ТІЛЬКИ ТУРИСТИ, АЛЕ Й ІНШІ ЛЮДИ: МІСЦЕВІ ЖИТЕЛІ Й ПЕРСОНАЛ ДАНОЇ DESTИНАЦІЇ. ТАКИМ ЧИНОМ, ПІДПРИЄМСТВА DESTИНАЦІЇ НЕ МОЖУТЬ БУТИ ОРІЄНТОВАНІ ТІЛЬКИ НА МІСЦЕВИХ ЖИТЕЛІВ АБО ТІЛЬКИ НА ТУРИСТІВ, ВОНИ ПОВИННІ ОРІЄНТУВАТИСЯ НА ВСІ ГРУПИ СПОЖИВАЧІВ.

ДОВЕДЕНО, ЩО СУЧАСНИЙ ЕТАП РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ НОСИТЬ ІНТЕНСИВНИЙ ХАРАКТЕР, ПІДТВЕРДЖЕННЯМ ЧОГО Є ЗРОСТАННЯ ЄДНОСТІ ТУРИСТСЬКИХ ПОТОКІВ, ОБСЯГІВ РЕАЛІЗОВАНОГО ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ, ПІДВИЩЕННЯ ПРИБУТКОВІСТІ ТУРИЗМУ ТА НАДХОДЖЕНЬ ДО БЮДЖЕТІВ УСІХ РІВНІВ. ТОМУ, СТРАТЕГІЧНИМ МЕХАНІЗМОМ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНИХ DESTИНАЦІЙ Є ПРОЦЕСИ, ЯКІ ВЛАСТИВІ ВСІМ СФЕРАМ І НАПРЯМАМ ЇЇ ДІЯЛЬНОСТІ, А САМЕ:

1) НОРМАТИВНО-ПРАВОВИЙ МЕХАНІЗМ;

- 2) організаційно-управлінський механізм (з набором таких засобів управління: концептуальних, програмних, проектних, планових та інших);
- 3) фінансово-економічний механізм (з виділенням усередині інвестиційного механізму);
- 4) інформаційно-комунікативний механізм;
- 5) соціальний механізм .

Основними інструментами механізму реалізації стратегії розвитку туристичних дестинацій повинні стати:

- 1) система нормативних правових актів регіонів, які мають логічний зв'язок і співвідпорядкованість і регламентуюче застосування конкретних методів та інструментів державного регулювання. Така система включає кілька рівнів нормативних правових актів;
- 2) інформаційна, методологічна та інструментальна підтримка підготовки й прийняття управлінських рішень на рівні регіональних органів державної влади;
- 3) широке застосування елементів стратегічного управління при оптимальному з'єднанні його з методами й формами оперативного (короткострокового) управління.

Нормативний режим функціонування дестинації характеризується співвідношенням різноманітності результатів, що виражаються формулою:

$$R_{pz} < R_{vv} < R_{rez}$$

де R_{pz} – різноманітність показників ресурсного забезпечення;

R_{vv} – різноманітність показників виробництва та витрат;

R_{rez} – різноманітність показників кінцевого результату.

Для проведення комплексної оцінки ефективності функціонування дестинації методом побудови динамічного нормативу можна виявити найбільш інформативні показники її діяльності та встановити закономірності росту значень цих показників, що моделюють найбільш результативний механізм реалізації соціально-економічних та екологічних функцій дестинації.

До групи показників кінцевих результатів необхідно віднести податкові платежі підприємств дестинації, оскільки такі платежі найбільш повно відображають ефект від функціонування цих підприємств з позицій суспільного добробуту. Оскільки споживання регіонального туристичного продукту пов'язане не тільки з позитивними зовнішніми ефектами, а й з негативними, найперше економічними, то необхідно врахувати ефект від економічної діяльності дестинації. Чистий прибуток підприємств було обрано головним критерієм економічної ефективності функціонування дестинації, оскільки прибуток є основою забезпечення стійкого розвитку туризму. За основу математичного апарату рангової статистики взято порівняння двох числових множин – нормативної та фактичної, а також оцінку їхніх відмінностей. З метою визначення відмінностей між фактичними та нормативними рангами використаємо коефіцієнти Спірмена і Кенделла. Оцінка ефективності (F) проведена за коефіцієнтом кореляції Кендела фактичної та нормативної упорядкованості, розрахунок якого ґрунтується на інверсіях тактичних рангів показників [17].

$$n=i$$

$$F = 1 - 4 \sum_{i=1} m_i, / n \times (n-1)$$

$$i=1$$

де m – кількість інверсій для i -го показника;

n – кількість показників динамічного нормативу.

Така оцінка дозволяє у межах одного інтегрального показника виразити максимальну сукупність усіх режимів функціонування підприємств, що є об'єктами інфраструктури дестинації.

Поєднання соціально-економічних та екологічних компонент при оцінці ефективності діяльності підприємств, повністю відповідає сучасній концепції сталого розвитку туризму, забезпечуючи реалізацію його основного принципу – узгодження планування та управління розвитком туризму з напрямками підвищення рівня життя населення, збереження не відновлювальних і поновлення відновлювальних туристичних ресурсів.

Ринкова оцінка дестинацій виражається відношенням кількості туристів, що відвідують певну дестинацію протягом року до валової суми грошей, що залишають туристи у даній місцевості за одну поїздку. В кожній країні це співвідношення різне через відмінності в рівні розвитку транспортної й обслуговуючої інфраструктури, а також через різний рівень життя населення. Наприклад, у Японії туристи в середньому за один день перебування в Токіо витрачають не менше 120 доларів США, тоді як в Іспанії туристи на день витрачають менше – 40-50 доларів США [18]. У зв'язку з цим ринкова привабливість іспанських курортів незрівнянно вища, ніж японських. Тому із самої Японії більше виїждять відпочивати, ніж туди в'їздять. В Україні є надія на високу ринкову привабливість дестинацій, наших гостинних садиб у перспективі, – не меншу за іспанські, італійські, болгарські чи польські.

За підсумками 2016 року туризм і індустрія гостинності визнані одними з найдинамічніших галузей світової економіки. За даними Всесвітньої туристичної організації кожне 12-е робоче місце у світі створене саме в сфері туризму, а кількість осіб, зайнятих у цій галузі, вже досягла 249 млн. і за прогнозами до 2021 року сягне 323 млн. [18].

Внесок туристичної галузі до ВВП європейських держав становить від 5 до 10 відсотків. А загальне число туристів, що подорожували за кордон в 2016 році перевищувало 1,4 млрд. осіб. Ще приблизно 5-6 мільярдів туристів подорожують усередині своїх країн. [18]. Популярність туризму у світі просто приголомшлива. Очікується, що число туристів далі буде тільки зростати. За прогнозами ВТО до 2030 р., число міжнародних туристів досягне 1,8 млрд. Україна теж має чим зацікавити європейських туристів і згодом може ввійти

до числа лідерів міжнародного туризму за кількістю відвідувань. Нині у рекреаційно-туристичній сфері України загалом працює лише 350 тисяч осіб. У сфері обслуговування і готельному бізнесі – 100 тисяч осіб, в галузі культури, спорту, відпочинку та розваг – не повних 250 тисяч [19, 178]. Сектор, який міг би давати десятки тисяч нових робочих місць і реально збагачувати державний бюджет, зараз демонструє невисокі фінансові результати. Слабкий розвиток туризму пояснюється тим, що досі ця галузь не була пріоритетною для держави.

Найвразливішим місцем внутрішнього туризму в Україні є безпека іноземних туристів. У стратегіях досягнення конкурентоспроможності українського туризму на міжнародному ринку, ми повинні запропонувати потенційним зарубіжним туристам нашу привабливість. На практиці в багатьох українських регіонах населенню, попри його схильність до туристичної рефлексії, дуже складно залучатися до активного туристичного життя – регіональна інфраструктура безнадійно слабка, маршрути внутрішнього туризму або дорогі, або не відповідають сучасним вимогам. Оскільки процвітання туризму в окремих регіонах країни має поки що віртуальний характер, потрібний перехід його в реальний наступ і реальне зростання, організацію дій, процедур і критеріїв, що дозволяють будь-якому регіону і локальній місцевості у межах перманентно виникаючих зразків глобального туризму направляти, оцінювати і розвивати свій туристичний потенціал. Зокрема, для покращення туристичної привабливості країни необхідно проводити активну піар-кампанію. Без серйозної піар-кампанії, якої в Україні не проводять, говорити про якийсь масштабний прорив у галузі в'їзного туризму не доводиться.

Висновки до розділу 1

Опрацювавши матеріал, можемо зробити висновок, що туристичною дестинацією прийнято вважати територію регіону, обмеженого

адміністративними кордонами, забезпечену привабливими складовими для відвідування місцевості тристами та містить у власній характеристиці керогії: «атракція», «доступність», «комфорт», «посередник». Виступає як мета подорожу туристів та забезпечена доступними транспортними комінукаціями. Туристичні дестинації розподіляються за різними ознаками, найбільш поширеними є класифікації за масштабами (територіальною величиною), серед яких є райони, області, країни; за рівнем розвитку туристичної дестинації, за видами подорожі та цілями перебування.

Загалом, туристичною дестинацією є досупна місцевість, здатна конкурувати з іншими представниками туристичного бізнесу, забезпечена підприємницькою інфраструктурою, спрямованою на створення та реалізацію привабливого для мандрівника туристичного продукту із збереженням цілісності туристичних ресурсів та дозвілля.

Невідомою частиною розвитку та успішного функціонування туристичної сфери певної території є якісна рекламна кампанія. Вміле та своєчасне розповсюдження надаваних послуг для туристів збільшує кількість відвідувачів та сприяє підвищенню попиту на туристичні полуги певного регіону. Дохід від надання туристичних послуг є вагомою складовою внутрішньої економіки регіону загалом та держави зокрема. Окрім того, розвиток туристичної сфери забезпечує ріст супутніх сфер праці та життєдіяльності людини, сприяє ефективному взаємному розвитку держави як комплексу.

Впровадження рекламної кампанії передбачає отримання прибутків, можливих лише за умови досягнення мінімально необхідних умов. Грамотна побудова державної стратегії розвитку ключових туристичного ринку забезпечить організацію в'їзного і внутрішнього туризму дохідної складової економіки.

Найважливішими організаційно-економічними проблемами регіонального розвитку туризму в Україні є дві основних. По-перше, зростання добробуту українського суспільства передбачає збільшення об'єму

виїзного туризму та підвищує вимогливість українського споживача до бажаних послуг туристичної сфери та якості їх надання. На сьогоднішній день прослідковується усвідомлена необхідність нівеляції рівня стандартів послуг та відповідних до них цін туристичної сфери. З іншого боку, в'їзний туризм є важливим джерелом валютних надходжень. Падіння об'ємів в'їзного туризму вимагає від вітчизняних фірм, які приймають туристів, проаналізувати причини відсутності інтересу до нашої країни у західного туриста.

Завдяки технологіям, швидкісним подорожам і сучасним економічним процесам відбувається швидке розростання регіональних і глобальних зв'язків. Регіони стають суб'єктами міжнародних відносин, відбувається переорієнтація їх економік на обслуговування потреб ринків. Одним із таких ринків є ринок міжнародного туризму.

РОЗДІЛ 2. СТАН РОЗВИТКУ РЕКРЕАЦІЙНИХ ДЕСТИНАЦІЙ РІВНЕНСЬКОЇ ОБЛАСТІ

2.1. Туристично-рекреаційний потенціал Рівненської області

Для успішного розвитку рекреації необхідний комплекс умов. Виходячи з того, що рекреація поєднує оздоровчі та пізнавальні цілі, райони рекреації повинні мати сприятливі для оздоровлення людей природні умови (сприятливий клімат, різноманітний рельєф з мальовничими ландшафтами, водні джерела тощо), та унікальні природні об'єкти. Бажано, щоб останні поєднувалися з культурно-історичними місцями. При цьому треба створити комплекс умов, сприятливих для ознайомлення рекреантів з особливостями природи, життя і побуту населення, культурно-історичними цінностями регіону рекреації [20].

Особливим багатством Рівненської області є унікальне природне середовище. Територія має найбільший показник залісненості в Україні (40%) та один з найбільших рівнів заповідності території. Площа природоохоронних територій та сягає 170 тис. га (8,3% території області, що вдвічі перевищує середній показник для України). На Рівненщині розташовані найбільший в країні заповідник – Рівненський природний, три регіональні ландшафтні парки, 13 заказників загальнодержавного значення, 110 заказників місцевого значення, 8 пам'яток природи загальнодержавного значення, 56 пам'яток природи місцевого значення та 96 заповідних урочищ [21].

На території області діють 10 музеїв і 15 народних музеїв при навчальних закладах. Щороку на Рівненщині відбувається понад 25 культурно-масових заходів. На території області розташовані державні історико-культурні заповідники міст Дубно та Острога, державний історико-меморіальний заповідник «Поле Берестецької битви».

До переліку історичних міст України, затвердженого Указом Президента України, входять 13 населених пунктів Рівненщини: міста Рівне, Дубно, Корець, Острог, Дубровиця, Радивилів, Березне, селища міського типу

Володимирець, Гоща, Клевань, Мізоч, Млинів, Степань. В області налічується понад 1088 пам'яток археології, 1761 пам'ятка історії, 325 пам'яток архітектури та містобудування, 84 пам'яток монументального мистецтва. Для Рівненщини характерна унікальна замкова культура, оборонного значення. Найяскравішими підтвердженнями тому є Тараканівський форт, Дубенський та Острозький замки, Межиріцький монастир-фортеця [21].

З урахуванням природного, історико-культурного та архітектурного потенціалу області можна стверджувати про самотність і неповторність Рівненщини, її природи, культури, історії. Водночас регіон ще мало освоєний і недостатньо розвинутий з туристичної точки зору, але має перспективи для розвитку рекреації та туризму, відзначається унікальними природними та історико-культурними об'єктами, які варті уваги туристів, рекреантів і потребують детальної характеристики. Серед таких об'єктів, насамперед заслуговують на увагу такі: історико-культурні заповідники міст Дубно та Остріг, національний історико-меморіальний заповідник «Поле Берестейської битви», Надслучанська Швейцарія, джерело Святого Миколая, Музей бурштину, базальтові стовпи, Свято-Троїцький Межиріцький чоловічий монастир, Березнівський дендрологічний парк, музей Євангелія у с. Пересопниця, Новомалинський замок, 1300-річний дуб-патріарх.

Історико-культурний заповідник міста Дубно включає такі пам'ятки історії, культури й архітектури: Дубенський замок XV-XVIII ст. (палац князів Острозьких, палац князів Любомирських, надбрамний корпус), Луцька брама XVI ст., Синагога XVI ст., Спасо-Преображенська церква XVII ст., Свято-Юріївська церква XVII ст., монастир кармеліток XVII ст., костел бернардинів і його келії XVII ст., костел Яна Непомука XX ст., Свято-Іллінський собор початку XX ст., світські будівлі XVIII-XIX ст. у центральній частині міста. До складу заповідника входить і краєзнавчий музей. Найдавнішою спорудою на території міста і найціннішою пам'яткою заповідника є Дубенський замок. У XIV ст. у селі Дубен, яке тоді входило до Острозького округу, Федір

Острозький спорудив невеликий дерев'яний замок. Князь Костянтин Іванович Острозький у 1492 р. звів кам'яний замок.

Стародавні мури Дубенського замку були випробовані набігами кримських татар у XV столітті, нападами козацьких загонів Максима Кривоноса та російського війська у XVII ст. Вони залишались неушкодженими під час Північної війни 1700-1721 рр., повстання Тадеуша Костюшка наприкінці XVIII ст. та французько-російської війни 1812 р. Тут перебували гетьман Іван Мазепа, шведський король Карл XII, цар Петро I, полководці Суворов і Кутузов. Тут зберігали свої скарби князі Острозькі, а згодом – нащадки Острозької ординації: князі Заславські, Сангушки, Любомирські. Тут, під охороною хоругв ординацького війська, надійно зберігались безцінні родинні архіви цих можновладців. У замку діяла людвисарня – ливарна майстерня, де виготовляли гармати, культові речі для храмів та монастирів. Замок і нині зберігає таємниці та легенди тих століть [22].

Волинські Афіни – так називають місто Острог, невеличкий районний центр, що розмістився за півсотні кілометрів на південний схід від Рівного. У середині XIV ст. Острог був резиденцією, або, як тоді називали, «домоначальним» градом знаменитого українського княжого роду Острозьких. Саме вони звели тут кам'яну муровану фортецю. Це єдиний в Україні і Східній Європі одновежовий житловий замок, який зберігся до сьогодні. І хоча знамениті князі мали у своїх володіннях ще понад десяток замків, цей був їхнім родинним гніздом. Середньовічні мури з Мурованою, Круглою, Луцькою і Татарською вежами, Богоявленська церква унікальні пам'ятки історії та культури. Ще Острог славився слов'яно-греко-латинською академією – першим вищим навчальним закладом Східної Європи. Заснував його у 1576 р. авторитетний політичний діяч того часу, меценат друкарства й літератури, опікун православ'я Василь Костянтин Острозький. В острозькому культурному осередку разом з академією виникло найпотужніше тогочасне видавництво – кирилична друкарня Івана Федорова. Тут побачили світ греко-

слов'янський «Буквар» – перший український підручник і перша друкована повна слов'яномовна Острозька Біблія.

На сьогодні основним документом, що здійснює узагальнену координацію учасників туристичної сфери Рівненської області, є Регіональна програма розвитку туризму на 2011-2015 рр., основними кроками для розробки та реалізації якої є:

- 1) подання пропозицій до регіональної програми всіма причетними структурами;
- 2) розробка проекту програми в структурному підрозділі з питань туризму обласної державної адміністрації (ОДА);
- 3) узгодження проекту програми з причетними до її виконання структурами ОДА;
- 4) схвалення програми розпорядженням голови ОДА;
- 5) узгодження програми в комісіях та на президії обласної ради;
- 6) затвердження програми на сесії обласної ради;
- 7) розробка щорічних заходів на виконання програми її виконавцями;
- 8) виконання заходів та інформування про результати ОДА, обласну раду;
- 9) моніторинг виконання програми;
- 10) завершення термінів реалізації програми.

Починаючи з 2012 р., на території Рівненської області були активовані процеси стратегічного планування сфери туризму і курортів.

Стратегія сталого розвитку туризму і курортів Рівненщини повинна бути максимально вірогідною і передбачати дієві й реалістичні кроки для вирішення, передусім, економічних проблем регіону та засновуватись на таких ключових принципах:

- пріоритетність – розвиток туристичної сфери Рівненської області доцільно визначити одним із пріоритетних, поряд з деревообробною та енергетичною промисловістю;

– єдність регіональної туристичної політики – кожен з органів державного управління та місцевого самоврядування повинен слідувати загальнодержавній та регіональній туристичній політиці. Будь-які соціально-економічні стратегії повинні супроводжуватись сильною соціальною політикою – цей комплексний підхід є одним із найсильніших блоків стратегічного планування у державному управлінні;

– об'єктивність – полягає в тому, що Стратегія розробляється на основі даних органів регіональної статистики, управління культури і туризму Рівненської ОДА, органів місцевого самоврядування;

– науковість – розроблення Стратегії на науковій основі з постійним удосконаленням методології та підходів;

– обґрунтованість – підтримка кожного з положень науковими розрахунками; ефективна Стратегія повинна мати концептуальну визначеність і реагувати на непередбачувані та невідомі чинники; необхідною умовою є передбачення динамічної корекції критеріїв та цільових показників за відносної макроекономічної дестабілізації. Досить часто під час формулювання регіональних та місцевих стратегій розвитку туризму при порушенні цього принципу виникають такі типові помилки, як: екстраполяційність стратегій; написання стратегій «під шаблон»; «белькотливо-псевдонаукові» стратегії; «стратегії-мрії»; стратегії «невисовуватись»; «концерт побажань»; стратегії «очевидності та загальних фраз»; стратегії «всього по трішки» [23];

– адекватність – врахування комплексу характеристик поточного стану туристичної системи регіону, досягнутих результатів та використання її особливостей як рушіїв економічного становлення;

– цілісність та структурна довершеність – ефективна Стратегія сталого розвитку повинна містити три основні структурні блоки: аналітичний; програмний; блок заходів з реалізації плану;

– прозорість – чіткий виклад Стратегії, доведення їх мети, напрямів та завдань до вертикалі виконавчої влади, громадян, суб'єктів господарювання, іноземних інвесторів і кредиторів та суворе слідування їм;

– легітимність – прийняття Стратегії переважною більшістю суспільства, політичних та економічних сил; потрібно створити умови для спрямування діяльності незалежних економічних суб'єктів, кожний з яких керується насамперед власними економічними інтересами, у руслі реалізації Стратегії; тоді вдається реалізувати головну перевагу ринкової економіки над адміністративною – коли об'єкт регіональної політики є одночасно суб'єктом, що викликає синергійний ефект та радикальним чином посилює ефективність Стратегії;

– контрольованість та підконтрольність – наявність визначених критеріїв успішності заходів Стратегії (та складових її програм), відстеження своєчасності, повноти їхнього досягнення, орієнтирів оперативного коригування;

– логічність – встановлення обмеженої кількості ключових завдань, вирішення шляхів їх послідовної реалізації, які б ураховували сучасний стан, проблеми, цілі, засоби реалізації, потенційні загрози реалізації та критерії виконання; Стратегія має визначити динамізм критеріїв та пріоритетів залежно від стану туристичної системи регіону, що забезпечуватиме більшу гнучкість соціально-економічної політики та її складової – туристичної політики;

– врахування зовнішніх впливів – слід відмовитися від спроб будувати Стратегію, враховуючи лише суто внутрішні фактори і проблеми та ігноруючи при цьому геоекономічні фактори й інтеграційні та глобалізаційні процеси; геоекономічна парадигма регіону повинна бути первинною для визначення Стратегії та моделі поведінки як органів державного управління та місцевого самоврядування, так і суб'єктів господарювання;

– рівність – дотримання прав і врахування інтересів місцевого самоврядування та суб'єктів господарювання всіх форм власності;

– самостійність – органи державного управління та місцевого самоврядування різних рівнів в межах своїх повноважень відповідають за розроблення, затвердження та виконання стратегій на місцевому рівні, які відповідають загальноприйнятій світовою практикою методології розроблення документів стратегічного спрямування.

2.2. Рівненська область як приклад туристичної дестинації

Сфера надання послуг гостинності набуває дедалі більшого розвитку як частини туристичного сектору економіки країни. В Рівненській області туристична інфраструктура нараховує 22 санітарно-оздоровчих закладів та 46 готелів. Послуги зеленого туризму в області надають 66 господарів у різних районах, області на 2015 рік [24]. На території Рівненської області послуги оздоровлення та відпочинку надають 13 спеціалізованих засобів розміщування, 8 санаторіїв і пансіонатів з лікування, 14 санаторіїв-профілакторіїв та будинків відпочинку, 188 дитячих закладів оздоровлення та відпочинку. Серед найбільш відвідуваних лікувально-оздоровчих закладів сезону 2015-2016 років фігурують наступні лікувально-оздоровчі комплекси та санаторії: санаторій «Червона калина», «Берізка», оздоровчий комплекс «Чайка» та база відпочинку «Усмішка» [24].

На Рівненщині досить низький показник забезпеченості готелями, який становить 1,3 готельних місця на 1 тис. осіб. На сьогоднішній день, згідно категоризації, функціонують 2 чотиризіркових та більшість тризіркових, двозіркових готелів. У відповідності до «Стратегії розвитку Рівненської області на період до 2020 року» було передбачено розвивати туризм за двома напрямками. Перший із них передбачає утримання туристів у регіоні шляхом відпочинкового туризму на базі природного потенціалу регіону, другий – традиційна гостинність населення регіону, особливо у сільській місцевості, що забезпечує можливість поєднання розміщення туристів із вивченням сільських звичаїв та традицій безпосередньо в селах [25].

На сучасному етапі популяризація туристичного сектору економіки є одним з основних чинників стабілізації соціально-економічних відносин як у регіонах, так і в країні загалом [26, 7].

Зокрема, зелений туризм як форма відпочинку, стає все популярнішим не тільки за кордоном, але і в Україні. У більшості регіонах з'являються власники садиб, які готові приймати відпочиваючих, а жителі міст все частіше віддають перевагу саме такому виду туризму. Тому все більшої актуальності набувають питання, пов'язані з зайнятістю сільського населення та відродженням українського села в екологічно чистих та цікавих місцевостях. Найефективнішим шляхом зайнятості сільського населення є розвиток сфери послуг та народних промислів, що найбільш проявляється у розвитку екологічного туризму, популяризація і поширення якого зменшить соціально-економічну проблему села. Впродовж останніх років чисельність агросадиб області залишається стабільною, однак спостерігається зростання кількості обслугованих ними туристів, що свідчить про новий рівень послуг сільського туризму.

Рівненщина – край із значним туристично-рекреаційним та етнокультурним потенціалом, до якого у першу чергу слід віднести етнографічні й історико-культурні ресурси. Саме завдячуючи «наявності» цих ресурсів, одним із пріоритетних напрямів розвитку туризму слід визнати саме культурний туризм, що проявляється у культурно-пізнавальному, культурно-історичному та етнографічному підвидах. Адже до XXI ст. у багатьох районах нашого краю збережена самотня етнокультурна спадщина, яка наочно демонструє елементи побутової культури різних етносів – корінного населення Рівненщини.

Однією із активних форм залучення іноземних та вітчизняних туристів до української етнічної культури є організація і проведення фольклорних свят та етнофестивалів. До програми таких заходів, як правило, входить одне або декілька анімаційних дійств – приміром поліське весілля або заручини тощо. На теренах краю таких фольклорних дійств щороку проводиться понад десяти

(приміром фестиваль «Новомалинська Любава» у с. Новомалин Острозького району; «Зелене Купало у літо упало» у м. Корець; етно-фестиваль «Козацький гарт» у с. Пляшева Радивилівського району; фольклорний фестиваль «З народної криниці» у м. Дубно; Міжнародний дитячий фестиваль «Котилася торба» у м. Дубно; фестиваль колядок «Різдвяна зірка» у с. Грушвиця; фестиваль народного мистецтва «Великодня вруна» у м. Володимирець; фольклорний фестиваль «Коляда», етнічний фестиваль «Лірницька Покрова у Рівному», Фестиваль традиційної козацької культури «Покровський Вітер», Міський фестиваль вуличних вертепів та вуличних музик «Нова радість стала», традиційної козацької культури «Курган Леля» у обласному центрі та інші), хоча усі вони мають спільну мету – підтримати й популяризувати надбання української культури, так як вони входять до числа тих заходів, що становлять основу подієвого туризму краю. Відтак, зусиллями працівників управлінь (обласного й міського) культури та громадських активістів й організаторів фольклорних фестин, необхідно створити етно-фестини, спрямовані на популяризацію Рівненщини як туристичного об'єкту.

Чималим багатством Рівненської області є унікальне природне середовище та історико-культурне надбання. Територія має найбільший показник залісненості в Україні (40 %) та один з найбільших рівнів заповідності території. Площа місцевих природоохоронних територій становить близько 170 тис. га (8,3 % території області, що вдвічі перевищує середній показник по Україні) [27].

Окрім туристичних продуктів історико-культурного характеру, що впливають на формування позитивного іміджу регіону дослідження, вирізняємо атрактивні об'єкти-продукти природно-антропогенного характеру, які формують та за правильного маркетингу формуватимуть позитивний туристичний імідж області.

Тунель Коханья – популярний туристичний об'єкт, розташований поблизу селища Клевань, що у Рівненському районі Рівненської області. Це ботанічний феномен – зелений тунель у лісовому масиві, утворений заростями

дерев та кущів, які сплелися між собою й утворили дивовижний щільний коридор правильної арочної форми. Тунель Кохання розташований на відрізку (близько 4 км) залізничної колії, яка веде від селища Клевань до селища Оржів. Тунель є місцем паломництва туристів та закоханих.

Поліський трамвай. Вузькоколійна залізниця Антонівка–Зарічне – найдовша (106 км) діюча вузькоколійна залізниця в Європі (1895), в обслуговуванні якої досі використовують чимало раритетної техніки. Потяг, що складається з тепловоза та чотирьох вагончиків, перетинає унікальний залізничний дерев'яний міст через р. Стир, поблизу с. Млинок Зарічнлянського району – єдиний великий дерев'яний залізничний міст в Україні. Тут є ще одна унікальна споруда – єдина на Рівненщині річкова переправа-пором через р. Стир. Упродовж усієї подорожі вузькоколійкою можна спостерігати незіпсований цивілізацією пейзаж: пісок, сосни, мішаний ліс, заболочені луки. Неподалік розташовані славнозвісні озера Українського Полісся: Біле, Нобель, Воронківське та Острівські озера.

2.3. Рекреаційні дестинації Рівненської області

У рамках реалізації програми розвитку туризму на 2011 - 2015 роки здійснено заходи, спрямовані на активізацію туристичної діяльності на території Рівненщини.

Одним із вагомих досягнень галузі в контексті реалізації програми розвитку туризму стала практика кредитування власників агросадиб. Започаткована у 2008 році допомога, що надається з метою сприяння розвитку сільського туризму, досі залишається єдиним подібним досвідом підтримки цього виду туристичної діяльності в Україні. Крім того, механізм її надання продовжує вдосконалюватися відповідно до нових викликів часу. Так, з 5 тис. гривень, які господарі отримували впродовж перших двох років, сума кредиту зросла до 15 тис. гривень, а згодом – до 40 тис. гривень. Сьогодні термін

кредитування становить 10 років зі ставкою 2 відсотки річних. Всього з 2008 року видано 82 кредити на розвиток сільського туризму на загальну суму 1 млн. 43 тис. гривень, в тому числі 495 тис. гривень профінансовано із загального фонду [28]. Ці кошти поступово повертаються власниками садиб, що дає змогу їх повторного використання для продовження практики кредитування (повернені та повторно використані 548 тис. гривень). Варто зазначити, що перші видані кредити використовувалися на створення елементарних зручностей на базі садиби, зокрема облаштування санітарно-гігієнічних вузлів, проведення газу та води.

Сьогодні ж тенденція використання кредитних коштів змінилася у бік розширення спектру туристичних послуг та підвищення їх якості. Підтвердженням очевидної трансформації пріоритетів від кількості до якості є й зміна в динаміці показників діяльності суб'єктів сільського туризму. Так, впродовж останніх років чисельність агросадиб області залишається стабільною або зменшується, однак зростання кількості обслугованих ними туристів свідчить про новий рівень послуг сільського туризму.

Протягом 2011 – 2015 років Рівненщина виступила ініціатором та активним учасником різнопланових туристичних проєктів, що сприяли реалізації її туристичного потенціалу та формуванню позитивного туристичного іміджу. Одним з них став комплекс заходів під назвою «Волинь туристична», який об'єднав зусилля та ресурси Рівненської, Волинської, Тернопільської, Житомирської та Хмельницької областей задля створення спільної туристичної пропозиції на базі територій історичної Волині. В рамках проєкту відбулася міжрегіональна конференція, розроблена концепція бренду, під яким здійснювалася маркетингова кампанія, створений Інтернет-портал (volyntravel.com.ua), який наповнений актуальною туристичною інформацією [28].

Рівненщина долучилася до проєктів, спрямованих на просування місцевого туристичного продукту на міжнародний ринок. В рамках реалізації проєктів «Via regia – культурний шлях Європи», «Я їду в Україну», «7 чудес

України: замки, фортеці, палаци», «Вишиваний шлях», «Green Way» підготовлена необхідна інформація про область, здійснені апробації відповідних туристичних маршрутів тощо.

Протягом останніх років підвищився рівень активності громадського сектору Рівненщини, який активно долучається до реалізації туристичних проектів. Так, сьогодні в області реалізуються проекти «Розвиток сільського зеленого та екологічного туризму як планомірна складова економічного розвитку Березнівського району» та «Шляхами штетлів. Об'єкти єврейської культурної спадщини в транскордонному туризмі».

Важливою частиною заходів програми розвитку туризму стало проведення моніторингу туристичної інфраструктури Рівненщини, розроблення й опис тематичних туристичних маршрутів. Управлінням культури і туризму облдержадміністрації систематизовано інформацію про 1500 об'єктів та створено 22 міжрегіональні туристичні маршрути різного спрямування. Проведена інвентаризація туристичної інфраструктури та паспортизовано 345 об'єктів [28].

Крім того, розроблено 15 проектів, спрямованих на розвиток внутрішнього туризму, які включені до плану на 2015 – 2017 роки із реалізації Стратегії розвитку Рівненської області на період до 2020 року, було схваленого розпорядженням голови облдержадміністрації від 27 травня 2015 року № 273 та затвердженого рішенням обласної ради від 12 червня 2015 року № 1471.

У рамках реалізації програми розвитку туризму на 2011 – 2015 роки започатковано та проведено фестивалі «Бурштиновий шлях» та «Волинський серпанок», що стали невід'ємною частиною туристичного іміджу області.

Регіональний відкритий етно-тур-фест «Бурштиновий шлях» проводився чотири роки поспіль та збирав навколо себе учасників та гостей з більшості регіонів України, а також іноземців (з Німеччини, Польщі, Китаю, Росії, США). Кількість його учасників та відвідувачів зростала з року в рік та сягнула 12 тис. осіб (перший фестиваль відвідало 6 тис. осіб) [28].

Обласний відкритий фестиваль історії та традиційної культури Волині «Волинський серпанок», який зібрав у своєму колі майстрів ткацтва історичної Волині, став не лише масштабною туристичною подією, а й вагомим кроком до популяризації унікального полотна серпанку, яке ткали лише на наших теренах. Сьогодні унікальні серпанкові костюми представляють Рівненщину як в рамках виставкових експозицій, так і під час соціальних заходів, таких як Ukrainian Fashion Week.

Одним з вагомих напрямів реалізації програми розвитку туризму є здійснення маркетингової кампанії, спрямованої на популяризацію локального туристичного продукту Рівненщини. Виставкова діяльність є найефективнішим промоційним інструментом. Туристичний потенціал області щороку представлений під час всеукраїнських та міжнародних заходів, учасниками яких є близько 2,5 тис. організацій з майже 50 країн світу. Так, протягом п'яти років експозицію Рівненської області відвідали близько 200 тис. учасників та гостей спеціалізованих виставкових заходів.

Проведення інфотурів для представників засобів масової інформації також є важливим та одним з найрезультативніших маркетингових методів. У рамках одного інфотуру за участю 16 представників провідних всеукраїнських спеціалізованих видань вдалося охопити 1,3 млн. осіб за допомогою друкованих публікацій та 60 тис. осіб за добу через Інтернет-сторінки.

Спільно з місцевими засобами масової інформації систематично здійснюється активна маркетингова кампанія місцевого туристичного потенціалу. Реалізований проект «Відкрий Рівненщину», в рамках якого протягом чотирьох місяців опубліковані 16 тематичних сторінок, присвячених туристичному потенціалу кожного з районів області. Інформації про послуги сільського туризму публікуються на сторінках довідкових видань та в Інтернет-ресурсах.

Результатом зазначеної діяльності є активізація туристичних потоків Рівненщиною. Позитивна динаміка обсягу туристичних послуг, наданих туристичними фірмами області у 2010 – 2013 роках, підтверджує цей факт.

Неможливо врахувати лише показники 2014 року зважаючи на складні політичні умови, які склалися в країні.

Збільшилися обсяги надходжень до бюджетів усіх рівнів. Лише за підсумками діяльності туристичних фірм щороку в середньому на 10 відсотків збільшується розмір платежів до бюджету.

У 2013 році туристичними фірмами області сплачено 1,7 млн. гривень. Однак, цей показник є лише незначною частиною тих фінансових надходжень, що генеруються туристичною діяльністю, але залишаються не визначеними у зв'язку із недосконалістю статистичного обліку. Відповідно до обрахунків, здійснених згідно з методикою Всесвітньої туристської організації (ВТО), частка надходжень до бюджету від туристичної галузі у 30 разів перевищує дані офіційної статистики [28].

Висновки до розділу 2

Рівненщина – це територія, здатна дивувати своїми природними та історикокультурними дивами, проте вона погано освоєна з точки зору рекреації та туризму і очікує подальших досліджень. Тут вдало поєдналися пам'ятки природи, історії, культури, архітектури, що є вкрай важливим аспектом привабливості для рекреантів і туристів.

При створенні туристичної інфраструктури, відкритті нових туристичних маршрутів та загалом розвитку рекреації на Рівненщині стануть у нагоді характеристики рекреаційних об'єктів, які варті уваги туристів: історико-культурних заповідників міст Дубно та Остріг, національного історикомеморіального заповідника «Поле Берестейської битви», Надслучанської Швейцарії, джерел Святого Миколая, Музею бурштину, базальтових стовпів, Свято-Троїцького чоловічого монастиря, Березнівського дендрологічного парку, музею Євангелія у с. Пересопниця, Новомалинського замку, 1300-річного дуба-патріарха та багатьох інших об'єктів. В цілях підтримки культурної спадщини багатонаціонального населення регіону існує

широка інфраструктура культурних закладів. На території Рівненської області функціонує 1476 закладів культури і мистецтва всіх систем і відомств, з них 11 обласного підпорядкування. Зокрема, діють 3 історикокультурні заповідники, 8 музеїв, 34 школи естетичного виховання.

Останнім часом громадський сектор приймає активну участь у розвитку туристичних проєктів Рівненщини. Найвідомішими туристичними проєктами Рівненщини сьогодні є: «Розвиток сільського зеленого та екологічного туризму як планомірна складова економічного розвитку Березнівського району» та «Шляхами штетлів. Об'єкти єврейської культурної спадщини в транскордонному туризмі».

Невід'ємною складовою пріоритетного напрямку розвитку туристичної сфери Рівненщини систематичний моніторинг, прогнозування та коригування плану впровадження нових джерел розгалуження інфраструктури, модернізація та впровадження тематичних туристичних маршрутів. Управлінням культури і туризму облдержадміністрації систематизовано інформацію про 1500 об'єктів та створено 22 міжрегіональні туристичні маршрути різного спрямування. Проведена інвентаризація туристичної інфраструктури та паспортизовано 345 об'єктів.

РОЗДІЛ 3. ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РЕКРЕАЦІЙНИХ ДЕСТИНАЦІЙ РІВНЕНСЬКОЇ ОБЛАСТІ

3.1 Проблеми та перспективи розвитку рекреаційних destinations Рівненської області

Сьогодні рекреаційно-туристична галузь є одним з найважливіших чинників формування економіки багатьох країн. Туризм безпосередньо або опосередковано впливає на розвиток близько 50 суміжних галузей, стимулює пожвавлення місцевої економіки та створення додаткових постійних та сезонних робочих місць. Туристське споживання активно підтримує існування та розвиток народних ремесел, національної культурної спадщини. Крім того, туризм – єдина виробнича галузь, що нерозривно пов'язана з людським фактором та спрямована здебільшого на задоволення психофізіологічних потреб людини. Природно людська допитливість, жага знань та нових вражень проковує наповнення ринку туристичних послуг найрізноманітнішими пропозиціями, сприяє проявам здорової конкуренції та ставить перед суб'єктами господарювання нові вимоги [29]. Так, сьогодні, щоб мати шанс на процвітання, рекреаційно-туристична галузь повинна гармонійно поєднувати природно-рекреаційний, культурно-історичний, інфраструктурний потенціал, вдалий менеджмент та оригінальність.

Рівненська область по праву може претендувати на визнання одного з найоригінальніших регіонів України. Рівненщина – глибока історична земля, що повниться численними пам'ятками природи, архітектури, культури та унікальними об'єктами, аналогів яких нема в інших регіонах. Тут же є і приваблива етнографічна база для розвитку зеленого туризму: майстри з ткацтва, лозоплетіння, різьби по дереву, народної вишивки. Збереглися унікальні зразки фольклору та народних звичаїв.

Рекреаційний потенціал Рівненщини з часом використовуватиметься значно інтенсивніше та ефективніше, про що свідчать тенденції останніх років у сфері туризму, відпочинку, рекреації.

Перспективність розвитку туристично-рекреаційної галузі та досліджень в даному напрямку визначається також тим фактором, що її розвиток даватиме можливість залучити іноземні інвестиції, сприяти економічному зростанню Волинського регіону в цілому. Стрімкі темпи зростання туристичної галузі в сучасних умовах дозволили їй зайняти важливе місце серед лідерів світової економіки, оскільки сьогодні на частку туризму припадає близько 12% світового валового продукту, понад 30% обсягів послуг світової торгівлі та 7% загального обсягу інвестицій [21].

Послуги подорожуючим надають також такі галузі, як транспорт, зв'язок, будівництво, сільське господарство, виробництво товарів народного споживання та торгівля. Результати досліджень та економічні розрахунки доводять, що обслуговування одного іноземного туриста в країні гарантує 5-10 додаткових робочих місць. Саме туризм часто є каталізатором, що спричиняє як активний розвиток окремих галузей економіки, так і соціально-економічний розвиток цілих країн.

Тривала відсутність чітких механізмів обліку засобів розміщення усіх форм власності, контролю за послугами, що вони пропонують та добровільна сертифікація цих послуг призвели до того, що інформація про наявні в області готелі є лише наближеною до дійсності і не дає повного уявлення про рівень їх сервісу. А, отже, відсутні й гарантії того, що споживач отримає той спектр послуг, за які здійснює оплату. Така ситуація не могла надалі залишатися безконтрольною. В результаті тривалої роботи у цьому напрямку постановою Кабінету Міністрів України від 15 березня 2006 року № 297 затверджено Порядок надання послуг з тимчасового розміщення (проживання), що регулює питання надання юридичними та фізичними особами відповідних послуг. Проте, це лише початок тривалого процесу налагодження механізму реєстрації

засобів розміщення та процесу сертифікації і категоризації готелів, що має на меті підвищення рівня готельного обслуговування в області.

В області зареєстровано 56 суб'єктів туристичної діяльності, серед них 10 туроператорів. За результатами державної статистичної звітності спостерігається позитивна динаміка показників роботи туристичних підприємств. Так, обсяг наданих туристичних послуг протягом першого півріччя 2006 року становить понад 5,5 млн.грн., що на чверть перевищує відповідний показник минулого року, до бюджету туристичними підприємствами сплачено 353,4 тис.грн. (приріст майже на 20 %). Кількість іноземних туристів, що обслуговувалися туристичними підприємствами області протягом січнячервня ц.р. зросла на 10 % і становила 1315 чол., а кількість туристів, що виїжджали за кордон протягом цього ж часу зменшилася на 1 % (2636 чол.). Відповідно на 1% та 2,8 % зросла кількість внутрішніх туристів та екскурсантів [18].

Недосконалість державної статистичної звітності в галузі туризму не дає можливості обрахувати весь прибуток, який отримує область від перебування туристів на її території. Адже робота туристичної фірми – це тільки один з видів туристичного споживання.

За методикою та рекомендаціями Всесвітньої Туристичної Організації, затвердженими і в Україні, визначаються види товарів та послуг, частка продажу яких припадає на туристичне споживання. Згідно цієї методики в 2005 році мінімальна кількість туристів на території області становила близько 450 тис чол., а їх витрати склали майже 70 млн. грн. Цифра на перший погляд нереальна, але обґрунтована економічними підрахунками. З метою активізації розвитку туризму в області розроблена та реалізується регіональна програма розвитку туризму до 2015 року, схвалена розпорядженням голови облдержадміністрації № 662 від 15 листопада 2002 року та затверджена рішенням обласної ради № 102 від 27 грудня 2002 року. На виконання заходів регіональної програми створено бази даних, зокрема, про санаторно-оздоровчі заклади, розміщення закладів громадського харчування.

Рівненщина бере участь в спеціалізованих галузевих виставках і ярмарках, зокрема у Міжнародному туристичному салоні, Міжнародній туристичній виставці «Україна – подорожі та туризм», Всеукраїнській виставці-ярмарку «Українське село запрошує», Всеукраїнській виставковій акції «Барвіста Україна».

Особливо актуальним для нашої області є розвиток сільського туризму. Для цього є хороші природні і людські ресурси. Крім того, сільський туризм дає можливість розв'язати низку проблем соціально-економічного розвитку села, створити нові робочі місця, особливо для жінок, стимулювати розвиток сфери послуг – розважальних, транспортних, торгівлі, зв'язку, служби побуту. Розширюються можливості реалізації продукції особистого підсобного господарства. Крім того, виникає потреба в сувенірній продукції, а це в свою чергу сприяє розвитку та збереженню народних ремесел.

Сектором з питань туризму і курортів облдержадміністрації в 13 районах області спільно з представниками Кластеру сільського туризму «Оберіг» (Хмельницька область) проведено навчальні семінари «Сільський туризм – нові можливості для подолання безробіття в сільській місцевості». Учасники семінарів, яких зацікавила перспектива розвитку сільського туризму, взяли участь у виїзному семінарі, що проходив в смт Гриців Хмельницької області. Як результат, з 2011 року в області надаються послуги сільського туризму 90 власниками агросадиб в Березнівському, Демидівському, Радивилівському, Зарічненському та Рівненському районах. Здійснюється робота щодо підтримки та впровадження інноваційних проектів в галузі туризму. Так, в області проводяться роботи щодо створення садиби «Ремісничий екохутір «Плугаки» в с.Дермань-1 Здолбунівського району. Це один з перших реальних проектів «живої» музейної садиби в Україні [24]. Для того, щоб такі проекти були не поодинокі і реалізовувались в кожному районі та місті області, необхідно започаткувати проведення конкурсу на кращий інноваційний проект в галузі туризму.

З метою поширення інформації про туристичні можливості Рівненщини підготовлено ряд рекламно-інформаційних матеріалів: туристичну карту-схему Рівненської області, буклети „Запрошує Рівненщина”, „Рівненщина фестивална”, „Вузькоколійна залізниця”, набір листівок „Рівненщина”, в яких висвітлено основні туристичні маршрути, об’єкти та події на теренах області, підготовлено відеофільм „Рівненщина запрошує”; створено WEB-сторінку „Рівненщина туристична”, розроблено методичні рекомендації з розвитку сільського туризму. Розпочато роботу щодо виготовлення туристичного путівника Рівненської області [24].

Територію області пересікають 3 міжнародні транспортні коридори. Найбільший з них – Київ-Чоп. Щороку зростає потік автотуристів, що користуються згаданим транспортним коридором. З метою підтримки існуючих туристичних маршрутів, популяризації внутрішнього туризму сектором з питань туризму і курортів облдержадміністрації спільно з Державною службою автомобільних доріг в Рівненській області на основних транспортних магістралях встановлено інформаційні табло, на яких вказано напрямки та відстань до історико-культурних, архітектурних і природних пам’яток області.

Однак, незважаючи на швидкі темпи розвитку, туристична галузь, як України загалом так і Рівненщини зокрема, має безліч проблемних питань, які необхідно вирішити найближчим часом. Основними серед них є:

- забезпечення державної підтримки розвитку туризму в Україні;
- активізація розбудови курортної сфери;
- відпрацювання механізму створення сприятливих умов для залучення інвестицій, спрямованих на будівництво нових та реконструкцію діючих об’єктів туристичної і курортно-рекреаційної сфер, спрощення процедури узгодження інвестиційних проектів;
- реалізація комплексу заходів для розвитку масового внутрішнього туризму, передусім соціального туризму, як чинника підвищення якості життя громадян України;

- розбудова туристичної інфраструктури за напрямками міжнародних транспортних коридорів та створення системи безпеки туристів;
- ефективне й раціональне використання пам'яток культурної спадщини для розвитку туризму;
- активізація розвитку дитячого, молодіжного та сільського туризму.

Належне вирішення цих та багатьох інших питань дозволить значно пришвидшити розвиток туристичної сфери області, створити відповідну туристичну інфраструктуру, що в свою чергу призведе до збільшення кількості нових робочих місць, податкових надходжень, поліпшення загального інвестиційного клімату.

З метою популяризації туризму на Рівненщині, обласна державна адміністрація спільно з пресою проводила акцію «Сім чудес Рівненщини», результатами якої є наступний розподіл місць:

1. Вузькоколейна залізниця «Антонівка-Зарічне».
2. Тараканівський форт (Дубенський район).
3. Історико-культурний комплекс м. Острога.
4. Заповідник «Поле Берестецької битви» (с.Пляшева Радивилівського району).
5. Свято-Троїцький жіночий монастир (м.Корець).
6. Замок князів Любомирських (м. Дубно).
7. Свято-Троїцький чоловічий монастир (с. Межиріч Острозького району).

3.2 Можливості залучення рекреаційних дестинацій Рівненської області до туристичних маршрутів регіоном

Одним із найбільш розповсюджених туристичних маршрутів є нетривале відвідування області. Оцінка ресурсів та потенційних можливостей

регіону дало змогу визначити найбільш виправданий туристичний маршрут Рівненщини для відвідувачів.

Маршрут налічує шість місць для відвідування, історія яких нерозривно пов'язана із становленням та розвитком Рівненщини як туристичного об'єкту.

До переліку місць належать:

1. Рівненський обласний краєзнавчий музей

«Знати історію свого краю, повідати її іншому, зацікавити молоде покоління у пізнанні Рівненщини – у всьому цьому допоможе наш музей, що приваблює своїми монументальними колонами і прекрасною живописною територією навколо та поруч нього. Адже, музей знаходиться одразу біля Алеї ковальських скульптур та славнозвісної "Лебединки".».

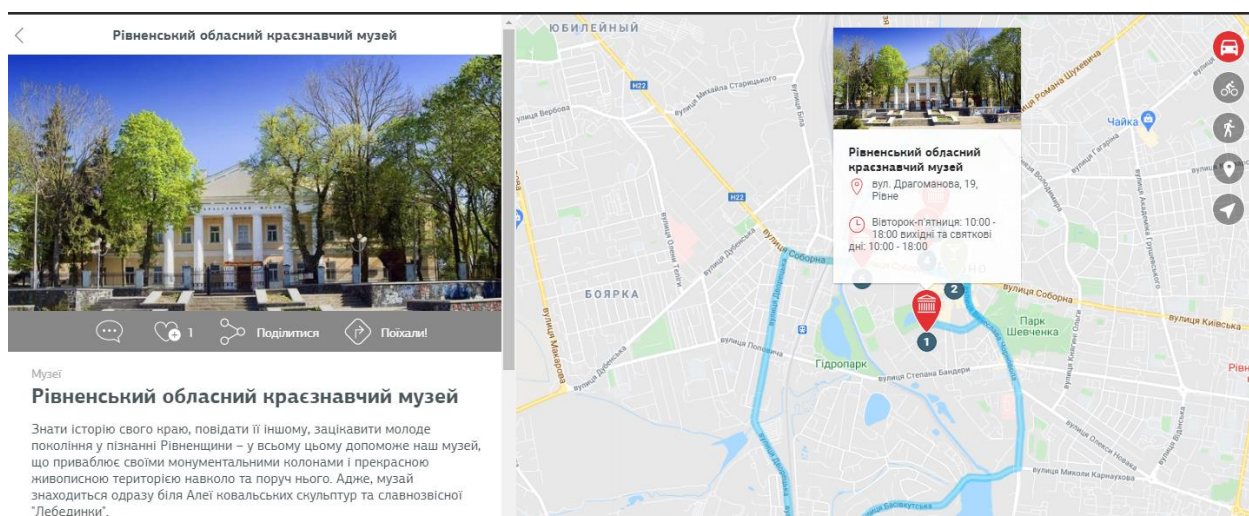
Георгафічні та контактні дані.

Рівненська область, вул. Драгоманова, 19, Рівне

50.6153668 | 26.2477959

Вівторок-п'ятниця: 10:00 - 18:00 вихідні та святкові дні: 10:00 - 18:00

(0362) 620572



2. Fortissimo

Автентичний стріт-бар у центрі міста. У Fortissimo представлені унікальні алкогольні напої та коктейльні композиції і авторська кухня американського та європейського зразку. Цілодобовий режим роботи зобов'язує нас працювати у ритмі життя динамічного містечка західної України. Fortissimo – це оптимальний вибір для гостей міста, і затишний відпочинок для його постійних мешканців щодня.

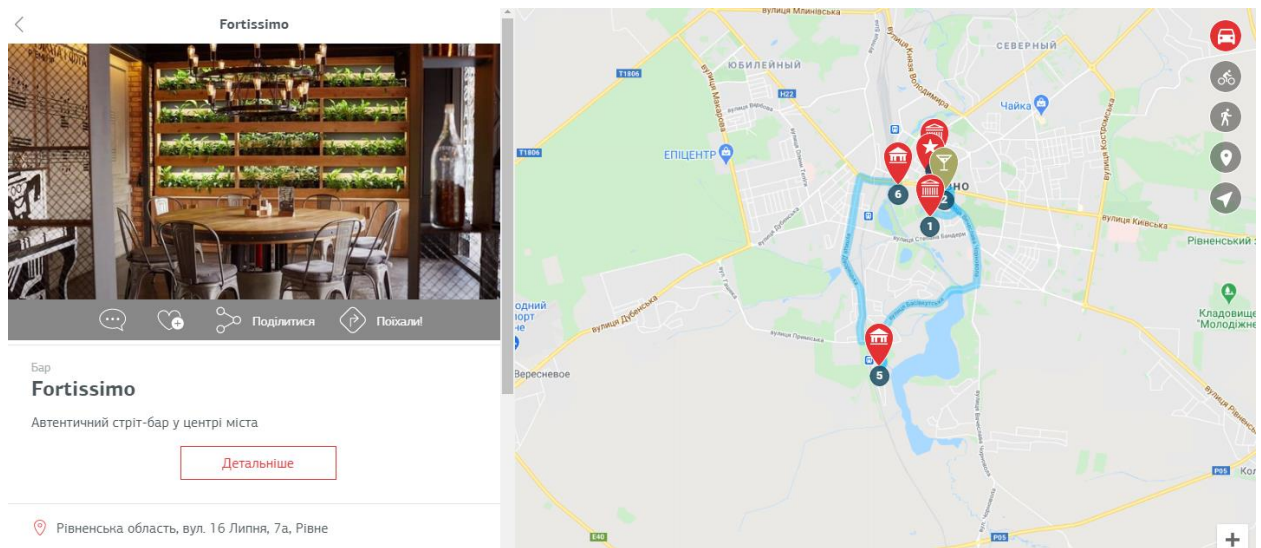
Георгафічні та контактні дані.

Рівненська область, вул. 16 Липня, 7а, Рівне

50.619052 | 26.250806

цілодобово

097 898 1551



3. Музей бурштину

«А Ви знаєте, що бурштин буває не тільки жовтим, коричневим та вишнево-червоним? Іноді він має зеленуватий, а ще молочний і навіть чорний колір. Щоправда, ці відтінки - рідкісні. А видобувають такі унікальні камінчики тільки в одному місці – на півночі Рівненщини. За це область називають бурштиною столицею України. Саме тут знають усі секрети

«сонячного каменю». Почути їх можна у першому в країні музеї бурштину, який створили у Рівному»

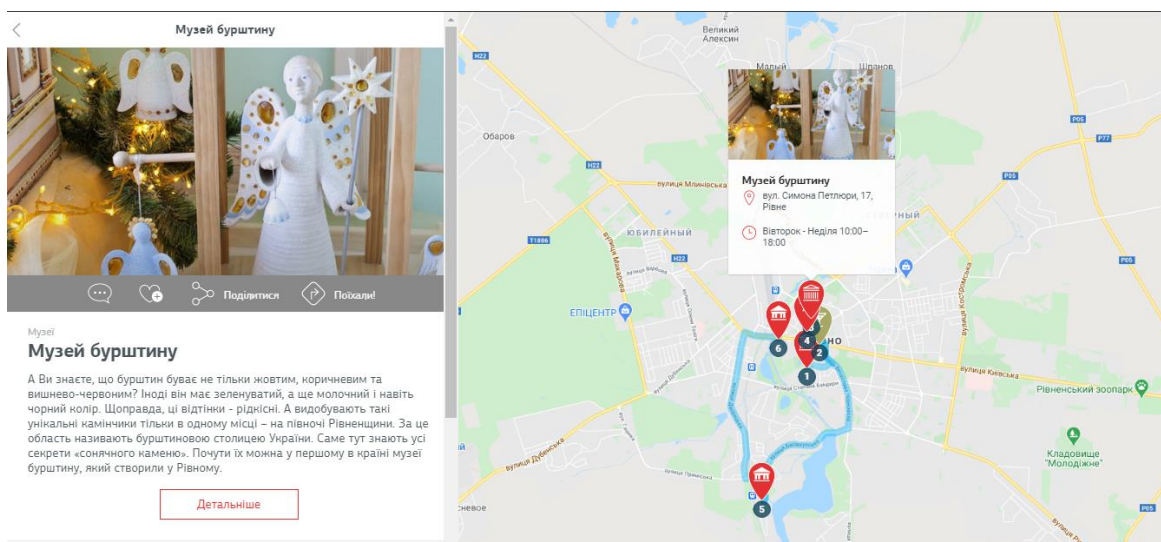
Георгафічні та контактні дані.

Рівненська область, вул. Симона Петлюри, 17, Рівне

50.6230775, 26.2487855

Вівторок - Неділя 10:00–18:00

(0362) 261454



4. Ресторан Dvir

Заклад має унікальний інтер'єр та розташування, створюючи особливу атмосферу для своїх гостей.

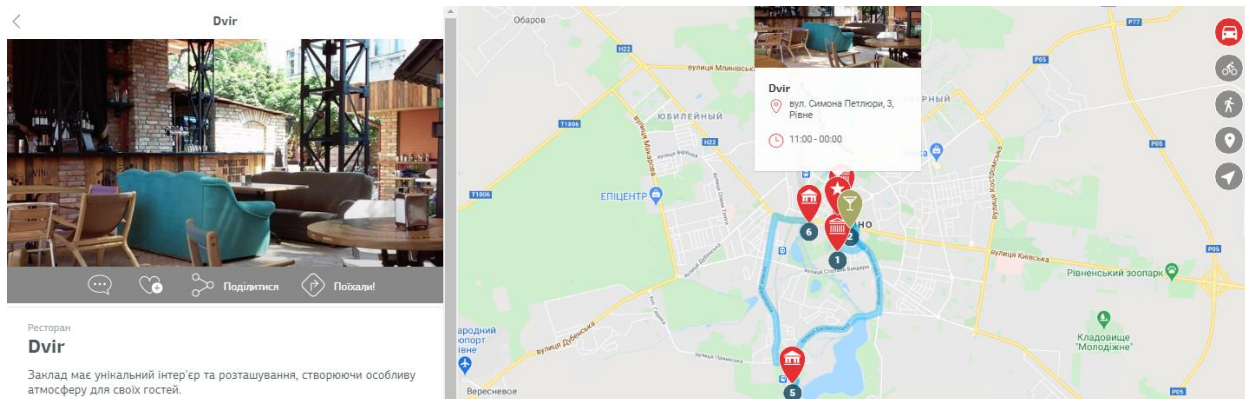
Георгафічні та контактні дані.

Рівненська область, вул. Симона Петлюри, 3, Рівне

50.621018, 26.247786

11:00 - 00:00

068 072 4046



5. Городище Оствиця

Городище розміщується на території колишнього села Басів Кут на південній окраїні м. Рівного, на західному березі Басівкутського водосховища (лівий берег р. Усті).

Давнє укріплення збудували на мисі заввишки 7-9 м, з трьох сторін він у давнину був оточений заболоченими низинами та заплавою річки, а з напільної (південної) сторони майданчик відрізаний від височини дугоподібним у плані ровом завширшки до 15 м, який у давнину був заглиблений до рівня заплави, але на сьогодні частково заораний.

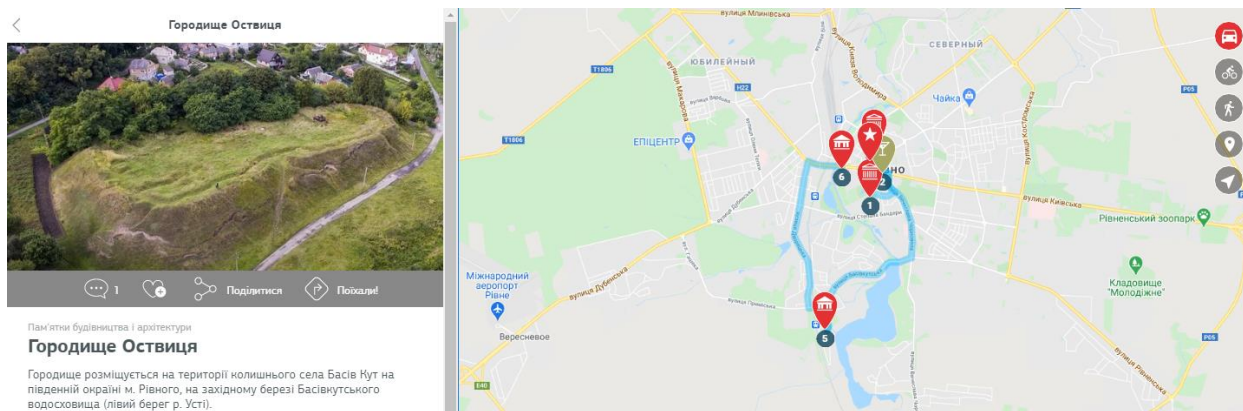
Розміри укріпленого майданчика 105×30-45 м (площа 0,4 га), по його периметру зберігся вал заввишки від 1,5 до 2,5 м (з південної сторони). Вздовж південної і східної сторін вал пошкоджений окопами. Майданчик має природне пониження до північного краю, де збереглася округла западина діаметром 10 м і завглибшки 1 м. Вірогідно, це сліди давнього колодязя.

Розкопками в 1997-2001 рр. досліджено близько 600 кв. м площі укріпленого майданчика Басівкутського городища. На північно-східному краю майданчика городища, пошкодженого ззовні обвалом, виявлено сліди внутрішніх дерев'яних конструкцій валу.

У культурному шарі городища простежені сліди наземних будівель. Їх дерев'яні елементи (стіни, перекриття) не збереглися, але лишилися ділянки своєрідних фундаментів – це кам'яні замощення, які були розміщені, вірогідно, під кутами зрубних будівель.

Георгафічні та контактні дані.

Рівненська область, вулиця Марусі Чурай, Рівне



6. Зал камерної та органної музики

Мистецтво – це діалог, діалог між композитором, виконавцем, художником, письменником і людством! Наша філармонія є одним з багатьох майданчиків для цього діалогу! Давньою традицією є органні концерти Рівненської обласної філармонії. Унікальний орган дозволяє виконувати весь спектр світової органної музики. Кращі органісти України та Європи беруть участь у щорічних фестивалях органної музики Рівненської обласної філармонії.

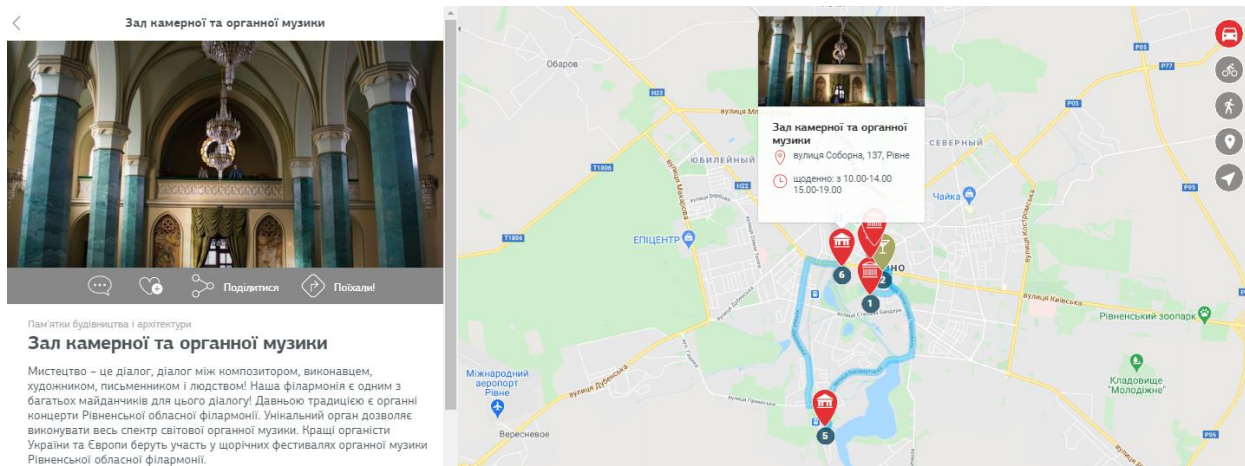
Георгафічні та контактні дані.

Рівненська область, вулиця Соборна, 137, Рівне

50.619812, 26.240668

щоденно: з 10.00-14.00 15.00-19.00

43-01-50, 067-363-29-00



Висновки до розділу 3

Рівненщина є прикладом однієї із найоригінальніших територій туристичної рекреації. Рівненська область характеризується давньою історією, що наповнює змістом численні пам'ятки природи, архітектури, культури та унікальними об'єктами, аналогів яких нема в інших регіонах. На території Рівненської області розміщена одна з найбільших етнографічних баз, що забезпечує розвиток зеленого туризму: майстри з ткацтва, лозоплетіння, різьби по дереву, народної вишивки. Збереглися унікальні зразки фольклору та народних звичаїв.

Послуги подорожуючим надають також такі галузі, як транспорт, зв'язок, будівництво, сільське господарство, виробництво товарів народного споживання та торгівля. Результати досліджень та економічні розрахунки доводять, що обслуговування одного іноземного туриста в країні гарантує 5-10 додаткових робочих місць. Саме туризм часто є каталізатором, що спричиняє як активний розвиток окремих галузей економіки, так і соціально-економічний розвиток цілих країн.

Тривала відсутність чітких механізмів обліку засобів розміщення усіх форм власності, контролю за послугами, що вони пропонують та добровільна сертифікація цих послуг призвели до того, що інформація про наявні в області

готелі є лише наближеною до дійсності і не дає повного уявлення про рівень їх сервісу. Незважаючи на швидкі темпи розвитку, туристична галузь, як України загалом так і Рівненщини зокрема, має безліч проблемних питань, які необхідно вирішити найближчим часом: забезпечення державної підтримки розвитку туризму в Україні; активізація розбудови курортної сфери; відпрацювання механізму створення сприятливих умов для залучення інвестицій, спрямованих на будівництво нових та реконструкцію діючих об'єктів туристичної і курортно-рекреаційної сфер, спрощення процедури узгодження інвестиційних проектів та інші.

ВИСНОВКИ

В роботі було досліджено теоретико-методологічні засади формування та розвитку рекреаційно-туристичних дестинацій. Сутністю туризму є споживання туристичного продукту у певному місці. Така особлива місцевість, що приваблює туристів трактується як туристична дестинація. Дестинацію прийнято називати те, що як магніт притягує туристів. Це може бути певний об'єкт, місто, район, регіон чи країна. Те, що спонукує прийняти рішення про подорож.

Було проаналізовано туристично-рекреаційний потенціал Рівненщини. Рівненщинна завдяки своїм фізико-географічними особливостям, кліматичним умовам, природно-ресурсному потенціалу та соціально-економічним умовам належить до територій, що мають сприятливі передумови для розвитку туризму та рекреації. В області розвинені майже всі види рекреації: від санаторно-курортного лікування до відпочинку, а також існують сприятливі умови для цілорічного розвитку різноманітних видів туризму. Сприятливий клімат, самобутня культура, мальовнича природа й різні привабливі ресурси роблять зелений туризм в Закарпатському регіоні улюбленим видом відпочинку, а що важливо - не тільки серед українців, але й для закордонних туристів.

Рівненська область – приваблива дестинація, що має величезну кількість атрактивних об'єктів, бальнеологічні комплекси, можливість для відпочинку і відновлення, сприятливі для оздоровлення людини, сформовані туристичні умови, унікальні природні та історичні пам'ятки, багатонаціональна культура і гастрономія, а також розвинуту туристичну інфраструктуру. На території Рівненської області послуги оздоровлення та відпочинку надають 13 спеціалізованих засобів розміщування, 8 санаторіїв і пансіонатів з лікування, 14 санаторіїв-профілакторіїв та будинків відпочинку, 188 дитячих закладів оздоровлення та відпочинку. Серед найбільш відвідуваних лікувально-

оздоровчих закладів сезону 2015-2016 років фігурують наступні лікувально-оздоровчі комплекси та санаторії: санаторій «Червона калина», «Берізка», оздоровчий комплекс «Чайка» та база відпочинку «Усмішка». Територія має найбільший показник залісненості в Україні (40 %) та один з найбільших рівнів заповідності території. Площа місцевих природоохоронних територій становить близько 170 тис. га (8,3 % території області, що вдвічі перевищує середній показник по Україні). Окрім туристичних продуктів історико-культурного характеру, що впливають на формування позитивного іміджу регіону дослідження, вирізняємо атрактивні об'єкти-продукти природно-антропогенного характеру, які формують та за правильного маркетингу формуватимуть позитивний туристичний імідж області.

Рекреаційний потенціал Рівненщини з часом використовуватиметься значно інтенсивніше та ефективніше, про що свідчать тенденції останніх років у сфері туризму, відпочинку, рекреації.

Перспективність розвитку туристично-рекреаційної галузі та досліджень в даному напрямку визначається також тим фактором, що її розвиток даватиме можливість залучити іноземні інвестиції, сприяти економічному зростанню Волинського регіону в цілому. Стрімкі темпи зростання туристичної галузі в сучасних умовах дозволили їй зайняти важливе місце серед лідерів світової економіки, оскільки сьогодні на частку туризму припадає близько 12% світового валового продукту, понад 30% обсягів послуг світової торгівлі та 7% загального обсягу інвестицій. З метою популяризації туризму на Рівненщині, обласна державна адміністрація спільно з пресою проводила акцію «Сім чудес Рівненщини», результатами якої є наступний розподіл місць:

1. Вузькоколійна залізниця «Антонівка-Зарічне».
2. Тараканівський форт (Дубенський район).
3. Історико-культурний комплекс м. Острога.
4. Заповідник «Поле Берестецької битви» (с.Пляшева Радивилівського району).

5. Свято-Троїцький жіночий монастир (м.Корець).
6. Замок князів Любомирських (м. Дубно).
7. Свято-Троїцький чоловічий монастир (с. Межиріч Острозького району).

Запропонований нами маршрут ознайомлення із визначними місцями Рівненщини дасть змогу туристам зануритися у розмаїття географічних особливостей області, дослідити культурні надбання регіону, долучитися до самобутнього спадку минулих століть, що дає змогу і в наші часи відчувати відголоски минулого.

СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Ткаченко Т.І. Територіально сфокусований розвиток суб'єктів туристичного бізнесу / Т.І. Ткаченко // Культура народів Причорномор'я. 2006. № 81. С. 56-64.
2. Семенов В.Ф. Управління регіональним розвитком туризму: навч. посіб. / Семенов В.Ф., Герасименко В.Г., Горбань Г.П., Богадьорова Л.М. — Одеса: Одеський державний економічний університет, 2011. — 225 с.
3. Туристські дестинації (теорія, управління, брендинг): монографія / А.А. Мазаракі, Т.І. Ткаченко, С.В. Мельниченко та ін. / За заг. ред. А.А. Мазаракі. — К.: Київ. нац. торг.екон. унт, 2013. — 388 с.
4. Экономика туризма: теория и практика: учеб. пособ./ К.Купер [и др.]. СПб.: Омега, 1998. 200 с.
5. Архипова В.Ф. К вопросу о методике исследования инфраструктуры регионального туризма / В.Ф. Архипова, А.С. Левизов // Туризм и регион. развитие: сб. науч. стат. 2006. Вып. 4. С. 88-94.
6. Лужанська Т. Ю. Стратегії розвитку регіональних туристичних дестинацій / Т. Ю. Лужанська // Науковий вісник Мукачівського державного університету (серія «Економіка»): зб. наук. пр. – Мукачів: МДУ, 2014. – Вип. 2 (2). – С. 175–180.
7. Дядечко Л.П. Економіка туристичного бізнесу : навч. посіб. / Л. П. Дядечко. Донецьк: ДонДУЕТ, 2006. 224 с.
8. Боголюбов В.С. Экономика туризма : учеб. пособие / В. С. Боголюбов, В. П. Орловская. М.: Академия, 2005. 192 с.
9. Купер К. Экономика туризма: теория и практика. – Т.1 / К. Купер, Д. Флетчер, Д. Гильберт, С. Ванхилл, Е. Богданов – СПб. : Омега, 1998. – 200 с.

10. Машкович Е. А. Оценка понятия туристская дестинация в контексте современной туристики / Е. А. Машкович // Известия ИГЭА. – 2007. – № 6 (56). – С. 89–92
11. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukrstat.gov.ua>.
12. Ткаченко, Т.І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу : монографія / Т.І. Ткаченко. – К.: КНТЕУ, 2006. – 537 с.
13. Зорин, И.В. Менеджмент дестинацій. Учебные программы международных образовательных проектов уровней бакалавриата и магистратуры // Туристские бренды – генератор развития территорий: Материалы международной конференции, г. Вологда, г. Великий Устюг, 13–14 декабря 2011 года. URL: http://russiaturforum.com/upload/presentation/004_plenarn_zorin_vologda.pdf (дата обращения: 21.10.2013).
14. Кіптенко В. К. Менеджмент туризму: підр. / В. К. Кіптенко. – К. : Знання, 2010. – 502 с.
15. Головчан А. І. Теоретико_методичні підходи до оптимізації розвитку туризму в дестинаціях / А. І. Головчан // Вісник ДІТБ. – 2011. – № 15. – С. 139–145
16. Любіцева О. О. Типізація дестинацій / О. О. Любіцева, О. В. Третьяков // Географія та туризм: зб. наук. пр. – К., 2012. – Вип. 17. – С. 3–9
17. Лужанська Т. Ю. Стратегії розвитку регіональних туристичних дестинацій / Т. Ю. Лужанська // Науковий вісник Мукачівського державного університету (серія «Економіка»): зб. наук. пр. – Мукачів: МДУ, 2014. – Вип. 2 (2). – С. 175–180
18. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukrstat.gov.ua>.
19. Лужанська Т. Ю. Стратегії розвитку регіональних туристичних дестинацій / Т. Ю. Лужанська // Науковий вісник Мукачівського державного університету (серія «Економіка»): зб. наук. пр. – Мукачів: МДУ, 2014. – Вип. 2 (2). – С. 175–180

20. Смаль І.В. Основи географії рекреації та туризму : Навчальний посібник / І.В.Смаль. — Ніжин : НДПУ, 2004. — 105 с.
21. Рівненщина туристична. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.tourism.rv.ua/>
22. Бейдик О.О. Рекреаційно-туристські ресурси України / О.О. Бейдик. — К.: ВЦКНУ, 2001. — 396 с.
23. Варда Я. Острови надій: розробка стратегій локального розвитку [Текст] / Я. Варда, В. Клосовскі; пер. з пол. М.Р. Желяка. – наук. вид.; 2-ге вид., стереотип. – К. : Вид-во «Молодь», 2005. – С. 87-92.
24. Головне управління статистики у Рівненській області [Електронний ресурс] / Офіційний сайт. – Режим доступу: <http://www.rv.ukrstat.gov.ua>
25. Стратегія розвитку Рівненської області на період до 2020 р. / Затверджено рішенням обласної ради від 18 грудня 2014 року № 1374, 2016. – 149 с.
26. Олійник Я. Б. Екологічний туризм на теренах національних природних парків і біосферних заповідників України в міжнародний рік екотуризму та гір / Я. Б. Олійник, В. І. Гетьман // Вісн. Київ. нац. ун-ту ім. Т. Шевченка. Географія. – Вип. 48. – К.: Вид.-поліграф. центр «Київ. ун-т», 2002. – С. 5–11
27. Програма розвитку туризму в Рівненській області на 2016-2020 роки
Електронний ресурс
<http://www.old.rv.gov.ua/sitenew/main/ua/publication/print/40116.htm>
28. Коротун І.М. Географія Рівненської області. — Рівне.: Управління екобезпеки в Рівненській області, 1996. — 274с.
29. Бейдик О.О. Рекреаційно-туристські ресурси України: Методологія та методика аналізу, термінологія, районування: Монографія. – К.: ВПЦ «Київський університет», 2001. – 395 с.
30. Стафійчук В.І. Рекреалогія. Навчальний посібник. – К.: Альтерпрес, 2006. – 264 с.

