

# ТУРИСТИЧНІ ДЕСТИНАЦІЇ

*Ткаченко Т.І.  
докт. екон. наук, професор*

# Зміст

|         |  |
|---------|--|
| Тема 1. | Теоретичні основи формування і розвитку туристичних дестинацій |
| Тема 2. | Методологія дослідження в менеджменті туристичних дестинацій   |
| Тема 3. | Конкурентоспроможність туристичних дестинацій                  |
| Тема 4. | Споживча поведінка відвідувачів туристичних дестинацій         |
| Тема 5. | Планування туристичних дестинацій                              |
| Тема 6. | Маркетинг туристичних дестинацій                               |
| Тема 7. | Туристичні дестинації в контексті сталого розвитку             |

- Лекції «Туристичні дестинації» призначені для студентів магістратури напряму підготовки 030601 «Менеджмент», спеціальності «Менеджмент організацій і адміністрування» магістерської програми «Менеджмент туристичного бізнесу», напряму підготовки 140103 «Туризм», спеціальність «Туризмознавство» та напряму підготовки «Готельбно-ресторанна справа» спеціальності «Курортна справа».
- **Метою** вивчення навчальної дисципліни є здобуття студентами теоретичних знань створення і розвитку туристичних дестинацій і практичні навички ефективного управління дестинаціями у динамічній соціальній, природній, технологічній та економічному середовищі.

- ◎ **Завданням** вивчення навчальної дисципліни полягає у набутті студентами компетентності щодо використання основних теоретичних знань і навичок:
  - основні елементи, види і класифікація туристичних дестинацій;
  - формування механізмів розвитку різних типів туристичних дестинацій;
  - особливості менеджменту туристичних дестинацій;
  - реалізація маркетингової політики туристичних дестинацій;
  - методологія конкурентоспроможності туристичних дестинацій;
  - реалізація державно-приватного партнерства та політики кластера в туристичних дестинаціях;
  - туристичні дестинації в контексті сталого розвитку.

- **Предметом** навчальної дисципліни є формування професійного світогляду майбутніх фахівців, систематичного мислення щодо особливостей управління процесом формування, просування і реалізації туристичного продукту місця - туристичної дестинації.



# ТЕМА 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ І РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ

*Ткаченко Т.І.*

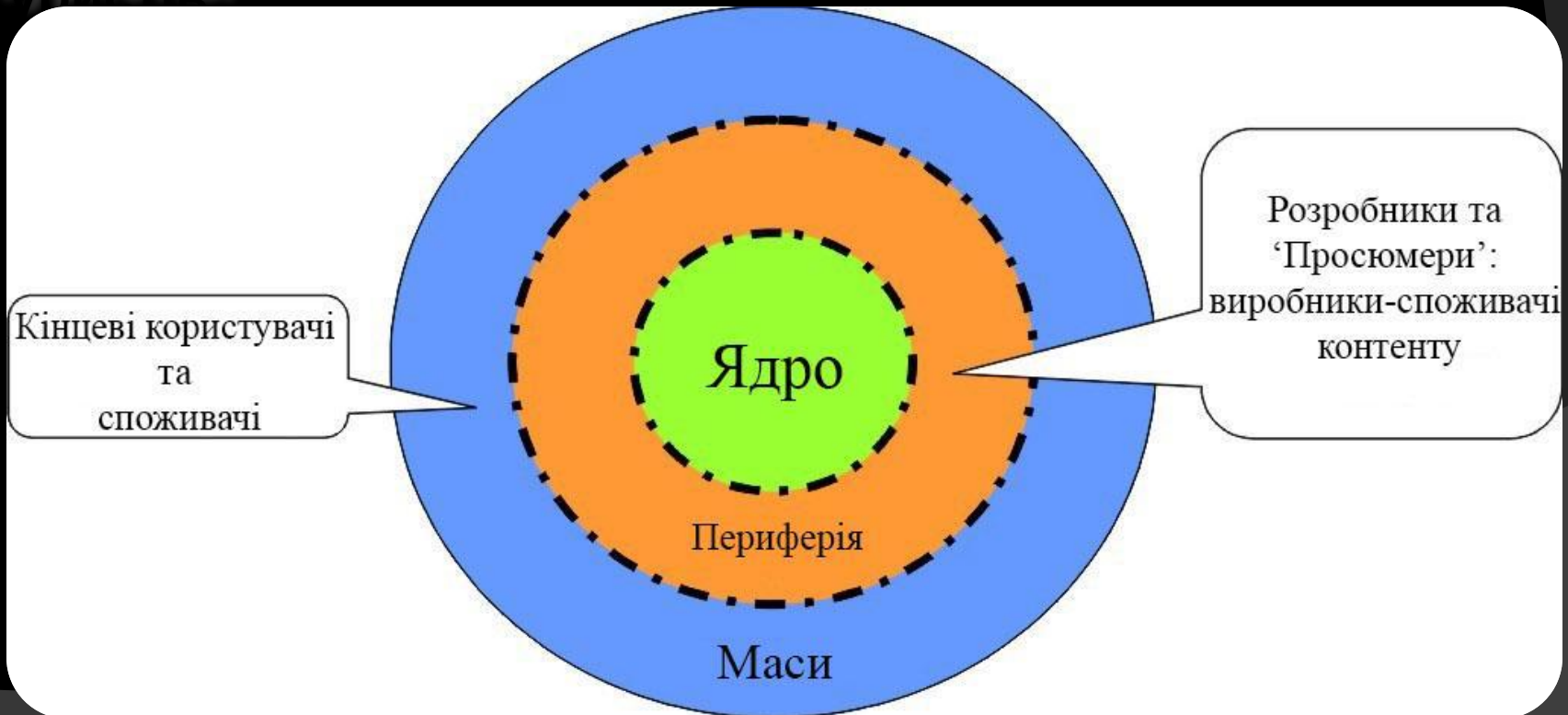
*докт. екон. наук, професор*

# План лекції

- ◎ Поляризоване зростання в туризмі.
- ◎ Поняття туристичної дестинації.
- ◎ Умови та чинники розвитку туристичної дестинації
- ◎ Теорії розвитку туристичних дестинацій.

# 1. Поляризоване зростання в туризмі

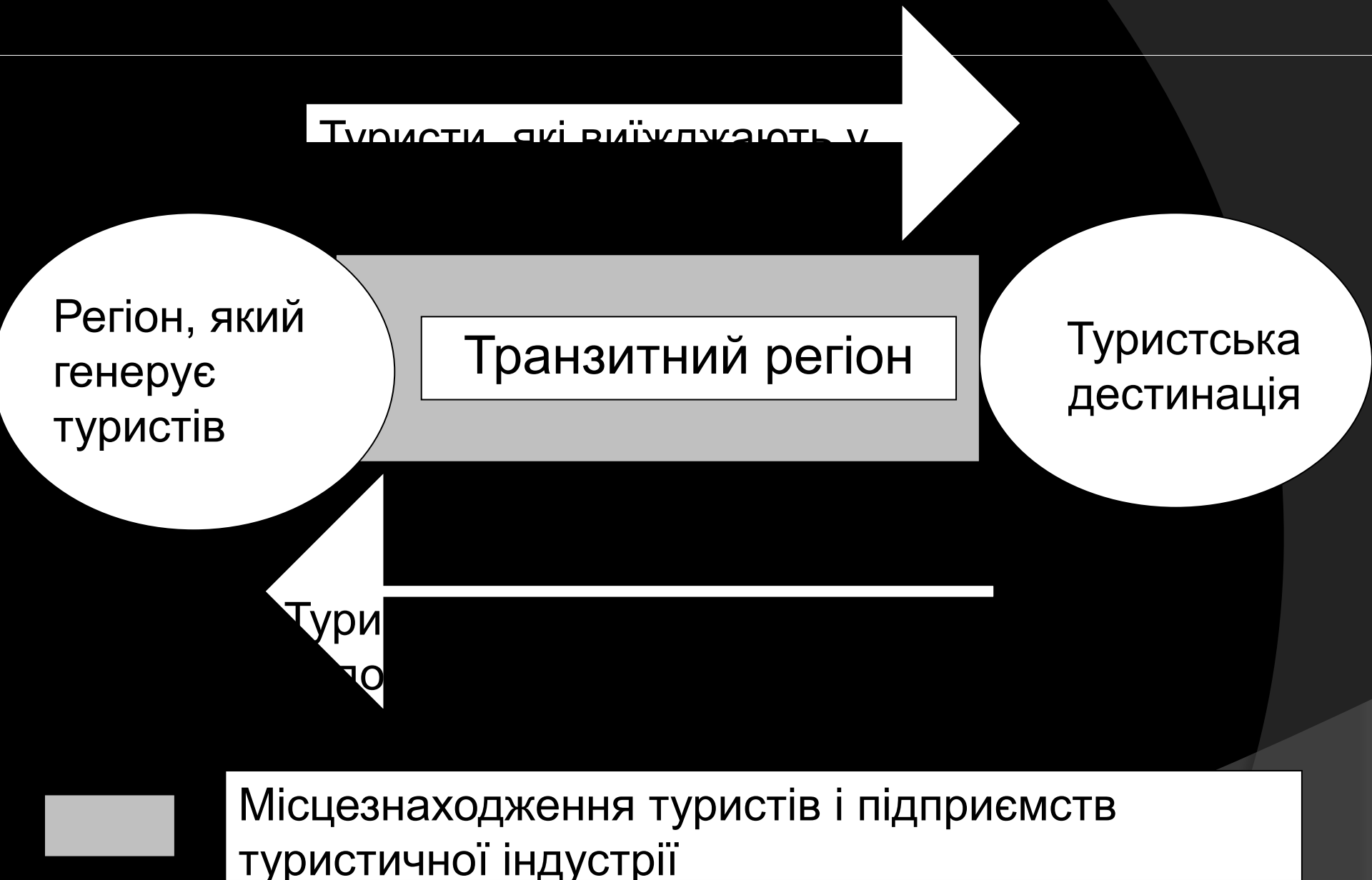
Наприкінці двадцятого століття географи почали включати суспільство і культуру до аналізу простору, соціологи і антропологи почали приділяти підвищене значення соціальній взаємодії і відносинам у просторі, економісти слідуванню фінансових потоків за фізичними потоками





- Туризм немислимий без просторового виміру.
- **Поляризація** відбувається у просторі і характеризується чіткою концентрацією діяльності та людей навколо конкретних територій та фізичного місця.
- В туризмі **поляризація** – концентрація туристських потоків та інфраструктури в окремих туристичних центрах - **дестинаціях**.
- Дестинаціями стали навіть **туристичні космічні вузли**, які приваблюють до себе не лише туристів,

а й матеріальні, фінансові та людські ресурси.



*Рис. Основна система туризму за Н. Лейпером*

- ◎ **Туристська дестинація** є однією з трьох складових **туристичної системи** до складу якої входять, крім того, **турист** як головна компонента та **географічні елементи** (регіон, в якому формується попит на туристичні послуги і транзитний регіон) За Н. Лейпером.

Туристичні дестинації і пам'ятки все частіше розглядаються як «туристичні простори», які споживаються «символічно», а також у формі більш традиційних видів продукції та послуг.

## 2. Поняття туристичної дестинації

**Термін «дестинація»** (англ. *destination*) увійшов до словника туризму **первісно** як поняття, яке означало «місце призначення», «напрямок подорожі».

### **Історична довідка**

- Вважається, що поняття «дестинація» увійшло до тезаурус туризму у 1840 р., коли перші «масові туристи» - однодумці Томаса Кука як організатора перших подорожей і екскурсій за *здоровий спосіб життя*, - прочитали у програмі подорожі, що «destination» їх поїздки буде місто Лафборо, в якому планувалося проведення з'їзду Асоціації непитущих (рос. трезвенников) південних графств центральної Англії. Так, утворилася перша дестинація Лафборо, де одночасно зібралися більше 500 туристів.
- Сутність поняття по різному на сьогодні розуміють споживачі та виробники туристичного продукту.
- В *економіку туризму* термін і поняття вперше введено Н. Лейпером.

# Еволюція поняття «Туристична дестинація» в контексті дослідження зарубіжними науковцями

|                                      |   |
|--------------------------------------|---|
| <b>Словник Вебстера</b>              | Місце, що встановлюється на кінець подорожі, тобто в певній географічній області (місцезнаходження, курорт, регіон, країна і т.д.), де мандрівник має намір витратити час далеко від дому.  |
| <b>Н.Георгулас (1970)</b>            | ділянки землі (території) з різними природними та/або штучними характеристиками, які привертають не локальних (не епізодичних, постійно) відвідувачів (або туристів) до [різноманітної] діяльності  |
| <b>Дженсен, Хансен і Мец' (1993)</b> | географічна зона, яка має ландшафтні та культурні особливості, і спроможна запропонувати туристичний продукт: широкий спектр об'єктів, послуг на транспорті, в засобах розміщення, харчування та, принаймні один інший вид послуг (умови діяльності). |
| <b>ВТО і Бігер (1996)</b>            | географічна зона, що складається з усіх послуг та інфраструктури, необхідних для перебування туриста в конкретному туристичному сегменті. Дестинації - це конкурентні одиниці в'їзного туризму. Дестинації є важливою частиною туристичного продукту. |

частиною туристичного продукту.

**Лейпер  
(1995)**

місця, до яких люди подорожують, і де вони вирішили залишитися на деякий час для того, щоб апробувати певні функції або характеристики-певної атракції.

**Купер та ін.  
(1998)**

дестинації, як зфокусовують об'єкти і послуги, призначені для задоволення потреб туристів.

**С. Пайк  
(2004)**

місце, яке приваблює відвідувачів на тимчасове перебування і варіюються від континентів до країн, штатів і провінцій з містами в села, щоб спеціально побудованому курортних зонах

**П.Х. Котлер,  
Дж. Боуен  
Дж.,  
Макенс,  
(2006)**

фізичний простір, в якому споживач проводить принаймні одну ніч. Він включає в себе туристичні продукти, такі як служби підтримки та пам'ятки, туристичні ресурси з умовою повернення з подорожі з протягом одного дня.

**Бухаліс  
(2005)**

амальгами туристичних продуктів, що пропонують комплексний досвід для споживачів. поєднання (або навіть в якості торгової марки) всіх продуктів, послуг і в кінцевому підсумку досвіду, передбачених на місцевому рівні.

**Чо (2000)**

місця, де туристи мають намір провести свій час далеко від дому. Такий географічний блок відвідують туристи, це можуть бути автономний центр, село чи місто чи місто, регіон або острів або країна"

туристична дестинація є важливим місцем відвідування туристами, який являє собою основну одиницю аналізу в сфері туризму.

**Дестинація** – це фізичний простір, в якому відвідувач проводить час, не менший ніж з однією ночівлею. Він (простір) включає туристичні продукти, такі, як послуги та атракції, туристичні ресурси в межах одного дня подорожі. Цей простір має фізичні і адміністративні кордони, які визначають спосіб управління ним, образи і перцепцію (сприйняття), що визначає їх ринкову конкурентоспроможність.

**Дестинація** – це фізичний простір у межах певних адміністративно-територіальних кордонів, в якому відвідувач проводить поза місцем основного проживання час, не менший ніж одну ночівлю, і, який (простір) включає туристичні продукти (послуги та атракції, туристичні ресурси) в межах одного дня подорожі, що у цілому перцепцію визначає спосіб управління цим фізичним простром, образи і перцепцію (сприйняття), ринкову конкурентоспроможність.

**Ф. Пірс**

місце, де мандрівники можуть отримати різноманітні враження, досвід і емоції . Чілком визначений діапазон вражень, які люди прагнуть одержати від відпочинку в конкретному місці, покладено в основу сегментації ринку.

**Російська наукова школа:** Квартальнов В., Зорін І., Зорін В., Макаричева К., Рассохіна Т. Кирьянова Л.....

**Українська наукова школа:** ....



# Понятіно-категоріальний апарат

**Туристський центр** – це місцевість, яка привертає увагу туристів наявністю специфічних рекреаційних ресурсів, географічним розташуванням, зручним транспортним сполученням.

**Центр туризму** – місто, місцевість або об'єкт, де на базі рекреаційних ресурсів створено комплекс туристично-екскурсійного обслуговування.

**Туристський регіон** – регіон найвищого таксономічного рангу (Європа, Північна Америка, Південна Америка, Африка, Середній Схід, Південна Азію, Південно-Східна Азія, Австралія і Тихий океан).

**Туристська зона** – функціональна зона, призначена для ознайомлення з визначними туристичними об'єктами.

**Дестинація** – це туристичний продукт конкретної місцевості (об'єкта), запропонований для продажу у формі комплексу матеріальних і нематеріальних цінностей (пам'ятки історії, архітектури, продукція народної творчості - побут, фольклор, вироби та продукти традиційних для місцевості галузей та видів діяльності, страви національної кухні; чисте повітря, природа, довкілля, зручності (вигоди) – умови та види розміщення, пересування, харчування та ін. */За К. Макаричевою/.*

**Дестинація** – це об'єкт управління (місто, регіон, район, місцевість, місце, заклад), що має туристично-рекреаційні ресурси (унікальні або специфічні), які є привабливими для подорожуючих, доступними завдяки наявності необхідної інфраструктури (зручності, послуги), доведені до споживача у формі сформованого та підготовленого до продажу туристичного продукту сучасними засобами маркетингових комунікацій (наявність логотипа, торгової марки тощо) в системі важелів інтегрованого управління суб'єктами господарювання */За Ткаченко Т./*

# Дестинація обслуговується приватним та державним сектором і може бути створена шляхом:



Це визначення має відрізнити "поняття «дестинація» від «регіону», де адміністративні кордони визначаються розмірами та характеристикою аналізованої області. Справді, область може бути ідентифікована як адміністративна одиниця, відповідна першому рівню територіальної розбивки країни з погляду її політичної та адміністративної організації.

- ◎ **Атракції** (природні, створені людиною, штучні, спеціально побудовані, спадщина, спеціальні події);
- ◎ **Доступність** (вся транспортна система, що складається з маршрутів, терміналів і транспортних засобів);
- ◎ **Зручності** (засоби розміщення та харчування, роздрібна торгівля, інші туристичні послуги);
- ◎ **Доступні туристичні пакети** (попередньо призначені пакети через посередників і керівників);
- ◎ **Види діяльності** (всі види діяльності, доступні в дестинації і те, що споживачі будуть робити під час свого візиту);
- ◎ **Посередники та допоміжні послуги** (послуги, що використовуються туристами, такі як банки, телекомунікації, пошта, газетні кіоски, лікарні і т.д.)

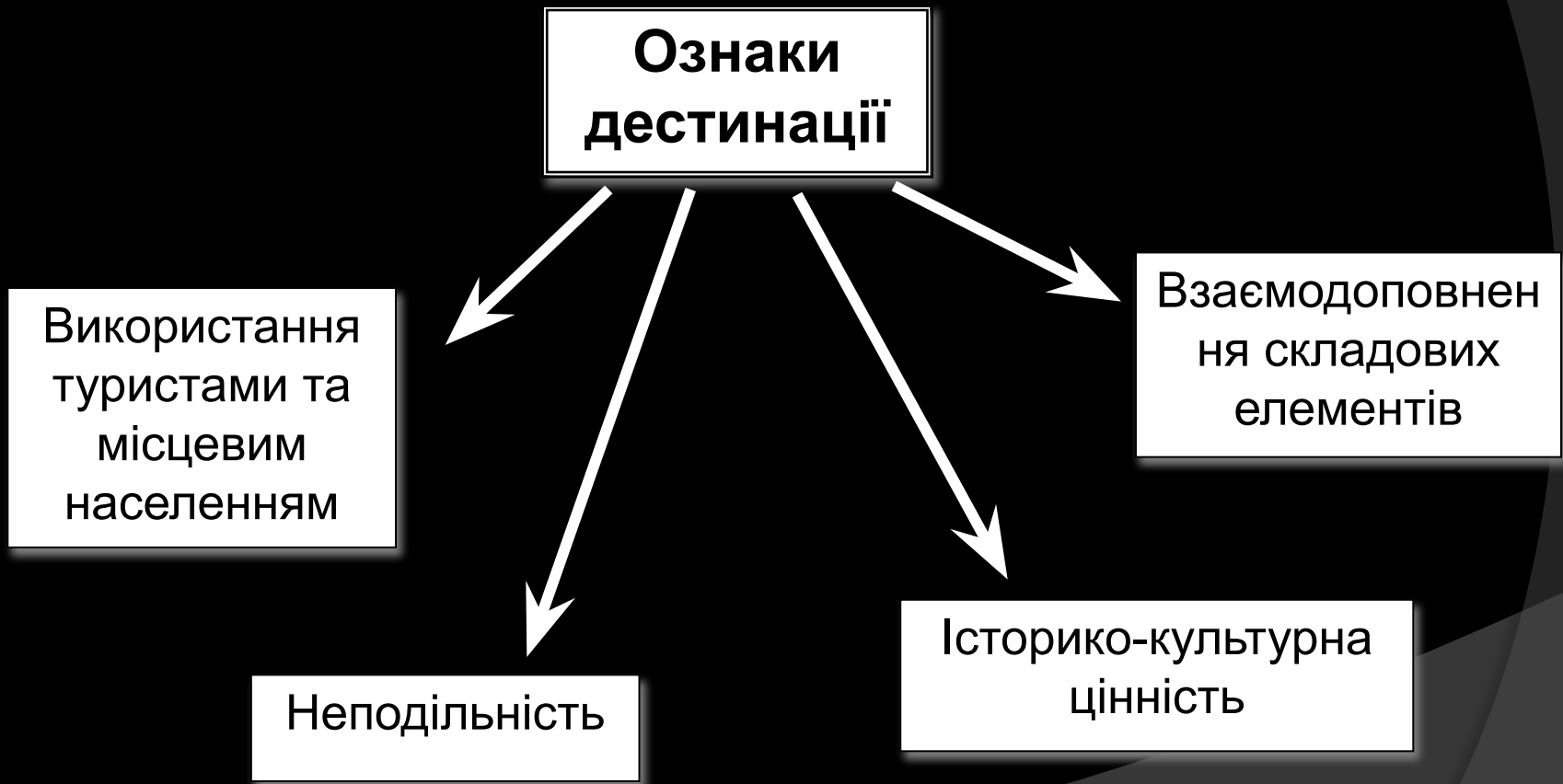
- ◎ Деякі **унікальні особливості**, що дозволяють ідентифікувати **туристичну дестинацію** як таку, що відрізняє її від інших, тобто це місцева пропозиція продукту або послуги, які може представляти інтерес для туристів; ці характеристики:

**Неподільність** - чітко визначена географічна зона з ідентифікованих кордонів і територіальною ідентичністю

**Взаємодоповнення складових елементів** - наявність туристичної пропозиції, що складається з пам'яток і послуг, спеціального кейтирингового обслуговування туристів в місці; наявність численних операторів з різними перспективами і завданнями, що робить необхідним розробити спільну стратегію в поданні пропозиції

Історико-культурна цінність об'єктів дестинації, що потребує розуміння природи потенційного попиту на пропоновані туристичні продукти

**Використання туристами та місцевим населенням, що обумовлює** усвідомлення необхідності збалансувати експлуатацію туризмом ресурсів з екологічної, природоохоронної та суспільної точки зору стосовно



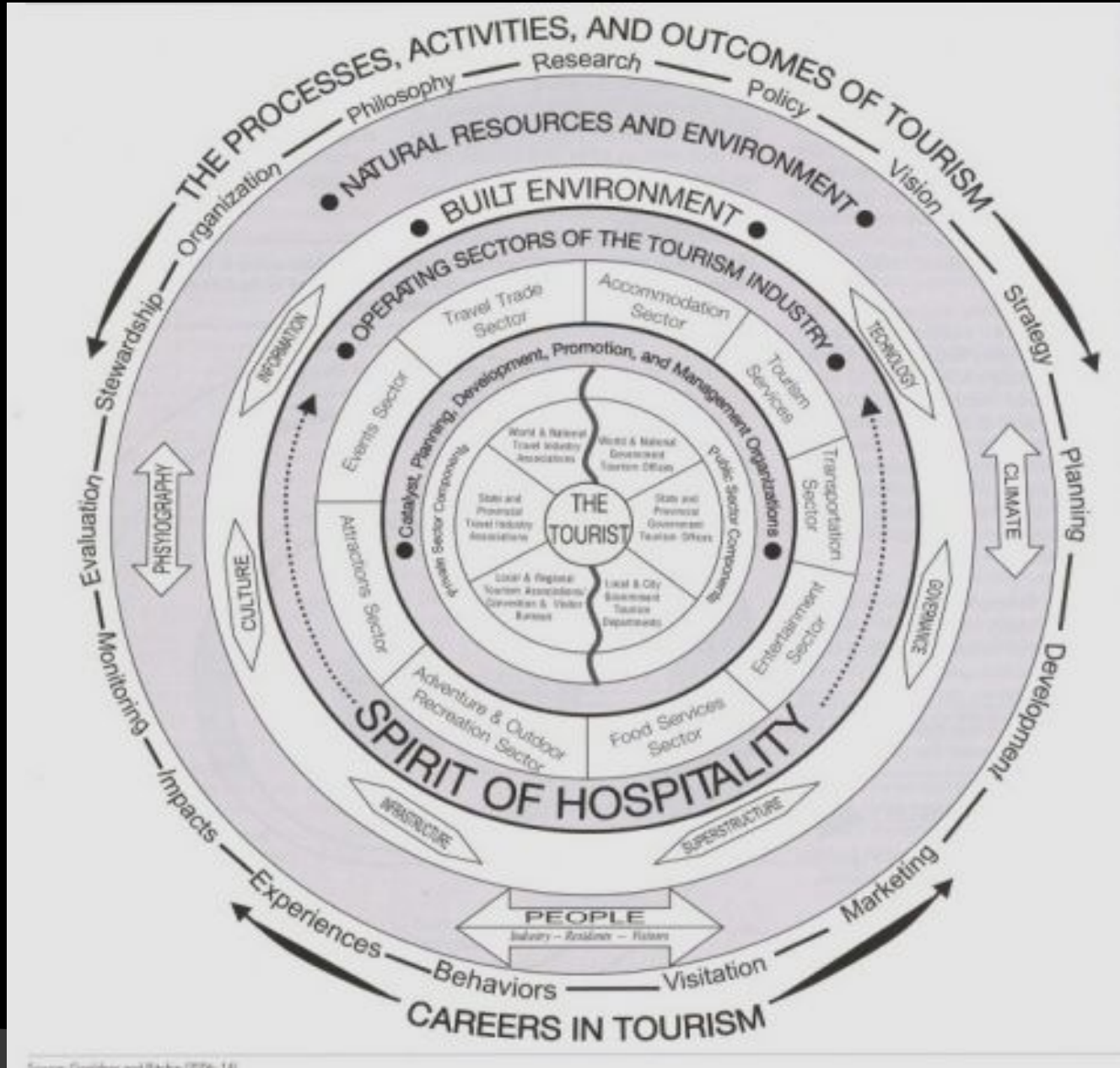
*Рис. 1.2. Ідентифікаційні ознаки дестинації*

- ◎ **Атракція дестинації** - це комплекс заходів і засобів задоволення потреб туристів у розвагах і змістовному проведенню дозвілля (вільного від роботи часу) з використанням туристичних ресурсів об'єктів природного або штучного походження на визначеній території.





# Сучасна модель туристичної дестинації



# Типізація дестинацій

За Ткаченко Т.І.

| Ознака     | Тип дестинації  | Характеристика типу дестнації   | Приклади  |
|------------|---|---|---|
| 1. Масштаб | <ul style="list-style-type: none"><li>• Регіональна</li><li>• Субрегіональна</li><li>• Національна</li><li>• Місцева (області, міста, району, селища)</li><li>• Локальна (кластер)</li><li>• Об'єктна</li></ul> | Визначається межами територіальної системи дестинації, характеризується спільністю ресурсного потенціалу та сформованою системою управління | <ul style="list-style-type: none"><li>• Туристичний регіон світу:</li><li>• Туристичний субрегіон світу:</li><li>• Країна:</li><li>• Адміністративна територіальна одиниця країни:</li><li>• Міжтериторіальна</li><li>• Туристичний об'єкт:</li></ul> |

|   |  |   |
|---|--|---|
| <p>2. Стадія життєвого циклу (відповідно до теорії життєвого циклу DESTINACIЙ ам. психолога Стенлі Плога)</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• що формується (народжується)</li> <li>• що розвивається</li> <li>• розвинена (зріла)</li> <li>• рецесійна</li> <li>• стагнаційна</li> <li>• вмираюча (леталентна)</li> <li>• відроджувальна (комунікативна)</li> </ul>  | <p>Характеризується зміною кількості туристичних прибуттів, станом довкілля та туристичної інфраструктури, відношенням місцевого населення до туристів та відпочиваючих</p> |
| <p>3. Спеціалізація (за видами туризму та цілями подорожі)</p>  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• екологічна</li> <li>• сільська</li> <li>• природна</li> <li>• зелена</li> <li>• курортна</li> <li>• пізнавальна</li> <li>• освітня</li> <li>• культурно-пізнавальна</li> <li>• воєнна</li> <li>• дозвіллева</li> <li>• спортивна-оздоровча</li> <li>• інші</li> </ul> | <p>Характеризується пріоритетними цілями відвідування DESTINACIЙ подорожанами</p>   |

|                         |   |  |  |
|-------------------------|---|--|--|
| 4. Ресурсна база        | <ul style="list-style-type: none"> <li>• природна</li> <li>• штучна</li> <li>• змішана</li> </ul>   | Характеризується природою ресурсів як основи потенціалу дестинації (природні, штучні ресурси, їх поєднання)  |  |
| 5. Стан розвитку        | <ul style="list-style-type: none"> <li>• реальна</li> <li>• перспективна</li> <li>• планова</li> <li>• прогнозована</li> </ul>  | Характеризується наявним та/або потенційним попитом туристів   |  |
| 6. Ступінь навантаження | <ul style="list-style-type: none"> <li>• слабо навантажена</li> <li>• оптимально навантажена</li> <li>• максимально навантажена</li> <li>• перенавантажена</li> </ul> | Характеризується розміром відхиленням туристських потоків від рекомендованих норм навантаження на дестинацію |  |
| 7. Ступінь              | <ul style="list-style-type: none"> <li>• проста</li> </ul>  | Характеризується   |  |

|                                 |   |   |  |
|---------------------------------|---|---|--|
| 7. Ступінь агломерації          | <ul style="list-style-type: none"> <li>• проста (спеціалізована - релігійна, пізнавально-просвітницька та ін.)</li> <li>• Складна (комплексна)</li> </ul> | Характеризується простотою/ комплексністю пропозиції асортименту туристичного продукту          |  |
| 8. Категорія споживачів         | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Молодіжна</li> <li>• універсальна</li> <li>• сімейна</li> </ul>  | Характеризується переважною часткою споживачів туристичних послуг за віком та сімейним статусом |  |
| 9. Рівень в ієрархії управління | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Глобальна</li> <li>• Регіональна</li> <li>• Національна</li> <li>• Місцева</li> <li>• Міжрегіональна</li> </ul>  | Характеризується рівнем інституціонального управління розвитку дестинації                       | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Мегарівень:</li> <li>• Макрорівень:</li> <li>• Мезорівень:</li> <li>Мікрорівень:</li> </ul> |

# Класифікація місць відпочинку на основі їх головних визначних пам'яток

| Тип дестинації | Основні причини для відвідування  | Добре відомі приклади  | Типові атракції знайдені у дестинації                           |
|----------------|---|------------------------|---|
| Міська         | Культура, мистецтво, торгова архітектура,   | Столиці,               | Музеї, історичні будівлі, магазини                              |
| Пляж/Море      | Релаксація, задоволення, спілкування, спорт, нічне життя  | Ріміні, Ібіца, Майамі  | Пляжі, організовані заходи, парки розваг, дискотеки, бари, паби |
| Гірська        | Спорт на відкритому повітрі, ландшафт і навколишнє середовище, природа, традиційні заходи і звичаї, фольклор. | Кортіна, Шамоні, Аспен | Природні стежки, краєвиди, лижні траси і схили, підйомники      |

|                  |   |                  |   |
|------------------|---|------------------|---|
|                  | звичаї, фольклор.   |                  |   |
| <b>Сільський</b> | Повернутися до природи, місцеві традиції в сільському господарстві та виробництві | Тоскана, Прованс | Місцеві виробники продуктів харчування та агротури, відвідування ферм і виноградників   |
| <b>Оздоровчі</b> | Оздоровчі процедури, релаксація, дієти і програми фізичних вправ, зняття стресу   | Фьюджи, Баден    | Місця обладнані для здоров'я і лікувальних процедур, майданчики для повної релаксації, середнього та високого рівня об'єкти житла, фітнес |
| <b>Релігій</b>   | Оновлення або   | Дурлес           | Місце   |

|                       |  |                   |  |
|-----------------------|--|-------------------|--|
|                       |  |                   | се життя, фітнес   |
| <b>Релігійні</b>      | Оновлення або поглиблення віри, місця з символічним значенням, духовне усамітнення та самоаналіз, самотність               | Лурдес, Фатіма    | Місце паломництва, релігійні практики та урочистості   |
| <b>Третьюго Світу</b> | Пригоди, відкриття інших культур, розуміння племінного життя (обряди, традиції, спосіб життя) антропологічні розслідування | Ємен, Мадагаскар  | Міста, історичні місця, обряди, звичаї, свята, екскурсії, спілкування з західними неурядовими місцевими культурами |
| <b>Екзотичне</b>      | Красиві пейзажі, ідеальні місця  | Мальдіви, Сейшели | Села в традиційному  |



**Екзоти  
чні та  
ексклю  
зивні**

Красиві пейзажі,  
ізолювані місця,  
недалеко від  
туристичного походу,  
символ статусу та  
іміджу

Мальдіви,  
Сейшели

культурами  
Села в  
традиційному  
стилі, але з усіма  
зручностями,  
конфіденційність,  
незаймане  
природне  
середовище

# 3. Умови та чинники розвитку туристичної дестинації

*У цьому контексті, далі надаються основні фактори, щоб дати визначення:*

Види діяльності:

У території:

Частинний блок:

Three large white arrows point from the text on the left to three corresponding white rectangular boxes on the right. Each box contains four horizontal lines for text entry.

ан

---

---

---

---

---

---

---

**агальної економічної  
активності:**

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

# Сектор 2. Особистісні та суспільні фактори

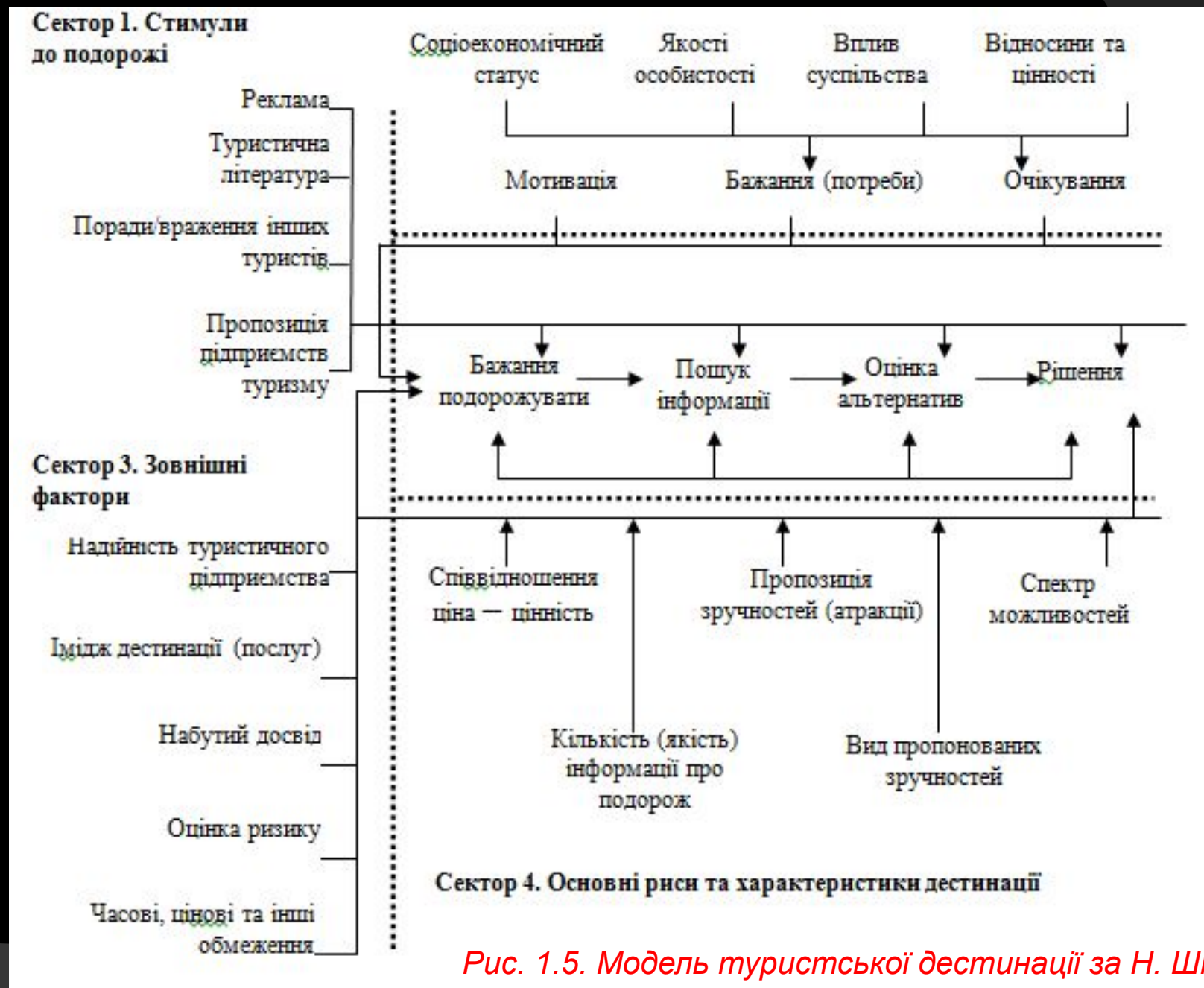


Рис. 1.5. Модель туристської дестинації за Н. Шмоллом

# 4. Теорії розвитку туристичних дестинацій

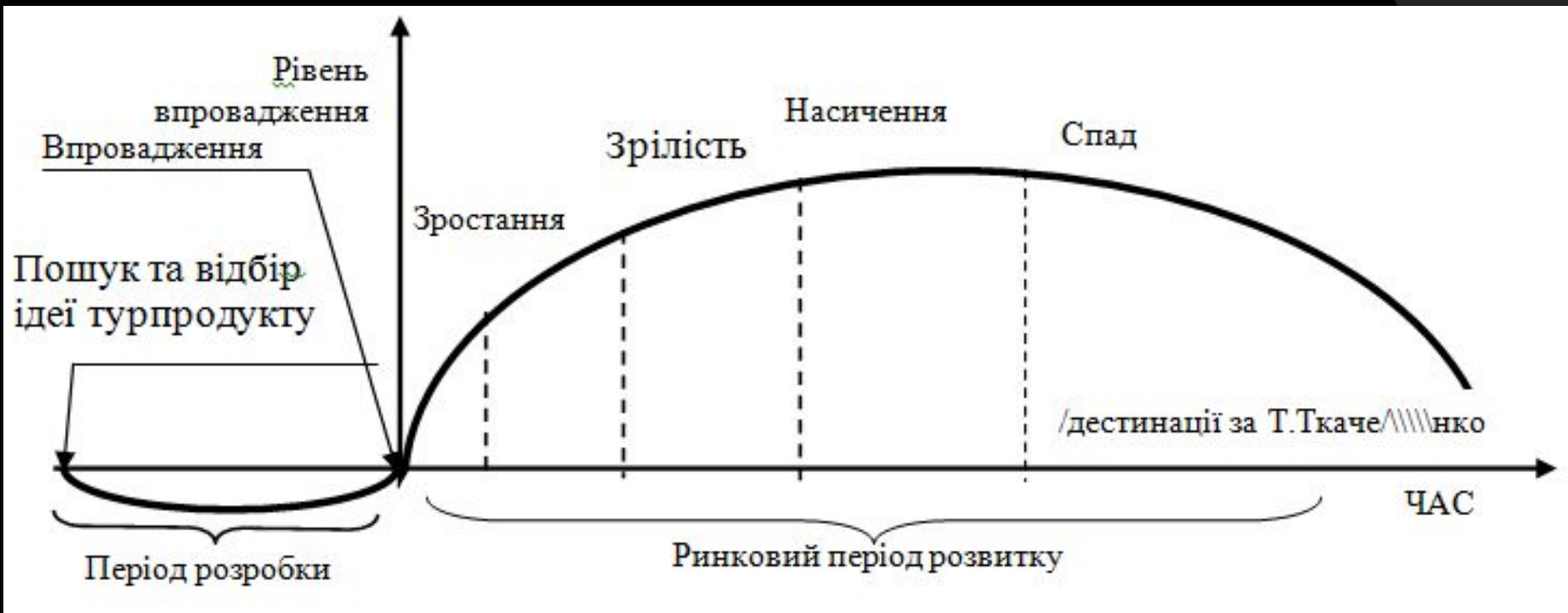
## ◎ *Модель класичної теорія життєвого циклу*



*Рис. 1.3. Еволюція циклу туристської дестинації за Р. Батлером*

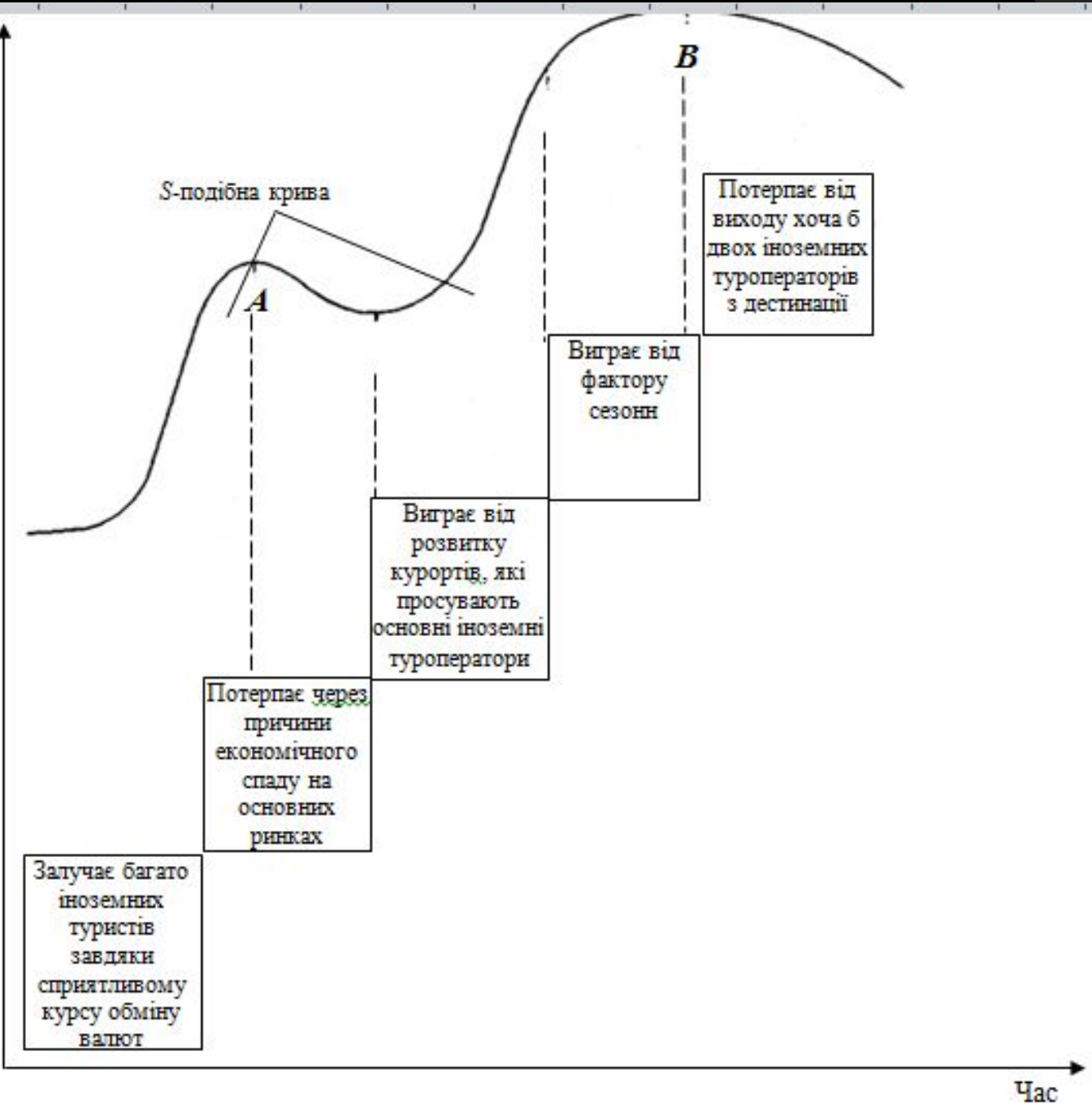
# Дестинація, або з туристична область, життєвого циклу має шість етапів, які були спочатку визначені за своїми характеристиками:

1. Дослідження (Розвідка) \_\_\_\_\_
2. Ступінь залучення (Участь) \_\_\_\_\_
3. Розвиток \_\_\_\_\_
4. Консолідація \_\_\_\_\_
5. Стагнація \_\_\_\_\_
6.
  - 6.1. Різкий спад (занепад) \_\_\_\_\_
  - 6.2. Спад \_\_\_\_\_
  - 6.3. Омолодження та повільне зростання \_\_\_\_\_
  - 6.4. Відродження \_\_\_\_\_



*Рис. 1.4. Життєвий цикл туристичного продукту/дестинації за Т. Ткаченко*

Ефект впливу факторів





## II. Теорія еволюції видів

- *Поняття і терміни біологічні еволюційної теорії, які мають паралелі в бізнес-секторі*

| Біологічний термін                          | Бізнес термін                          | Туристичний термін                          |
|---|--|---|
| Вид   | Продукт                                | Туристичний район /<br>дестинація           |
| Різновид                                    | Продуктові відмінності                 | Відмінності<br>дестинації                   |
| Перенаселення /<br>Надлишкові<br>потужності | Надмірна конкуренція між<br>продукцією | Надмірна<br>конкуренція між<br>дестинаціями |
| Боротьба за<br>існування                    | Боротьба за існування                  | Боротьба за<br>існування                    |
| Природний відбір                            | Природний відбір                       | Природний відбір                            |
| Вживання                                    | Успіх / Зростання                      | Успіх / Зростання                           |

### III. Переривчасто-рівноважна модель

*Зміна парадигми переривчастої рівноваги припускає, що системи залишаються відносно стабільними протягом тривалого часу (рівноваги) з швидким періодичними революційними змінами (пунктуація).*

### IV. Теорія Хаосу

*Теорія хаосу вивчає динамічні системи, які за характером роззвитку є не передбачуваними за причин високого рівня складності системи.*

# Питання для самоконтролю:

- Які відмінності між термінами «туристичний регіон, центр. зона» і «туристична дестинація»?
- Які основні підходи до визначення «туристська (туристична) дестинація»?
- Визначте унікальні особливості, які дозволяють ідентифікувати туристичну дестинацію.
- Вкажіть суть 6A моделі туристичної дестинації.
- Які основні причини для різних типів відвідувачів дестинацій?
- Забезпечте різні типи прикладів дестинацій.
- Що таке типові атракції знаходять в різних типах місць?
- Які основні чинники розвитку дестинації?
- Які основні функції для кожної стадії життєвого циклу туристичної дестинації?
- Визначити сутність теорії еволюції видів у зв'язку з розвитком туристичних дестинацій.
- Визначити сутність моделі переривчастої рівноваги по відношенню до розвитку туристичних дестинацій.
- Визначити сутність теорії хаосу у зв'язку з розвитком туристичних дестинацій.

# Самостійна робота

- Завершити заповнення таблиці стосовно типізації дестинацій: навести приклади відомих дестинацій кожного типу, обґрунтувати їх віднесення до певного угруповання.
- Узагальнити інформацію стосовно представників української наукової школи щодо вивчення і розвитку знань про дестинації. Надати список їх наукових праць з предмету дослідження.
- Доповнити перелік вчених російської наукової школи щодо вивчення і розвитку знань про дестинації. Надати список їх наукових праць з предмету дослідження.