

Kolotukha Oleksandr, Sokolovskiy Viktor, Shchoholieva Inna. Problems of socio-geographical assessment of the tourist attractiveness of the region. Journal of Education, Health and Sport. 2017;7(11):431-443. eISSN 2391-8306. DOI <http://dx.doi.org/10.5281/zenodo.3402514>  
<http://ojs.ukw.edu.pl/index.php/johs/article/view/7414>

The journal has had 7 points in Ministry of Science and Higher Education parametric evaluation. Part B item 1223 (26.01.2017).  
1223 Journal of Education, Health and Sport eISSN 2391-8306 7

© The Authors 2017;

This article is published with open access at Licensee Open Journal Systems of Kazimierz Wielki University in Bydgoszcz, Poland

Open Access. This article is distributed under the terms of the Creative Commons Attribution Noncommercial License which permits any noncommercial use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original author(s) and source are credited. This is an open access article licensed under the terms of the Creative Commons Attribution Non Commercial License

(<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>) which permits unrestricted, non commercial use, distribution and reproduction in any medium, provided the work is properly cited.

This is an open access article licensed under the terms of the Creative Commons Attribution Non Commercial License (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>) which permits unrestricted, non commercial

use, distribution and reproduction in any medium, provided the work is properly cited.

The authors declare that there is no conflict of interests regarding the publication of this paper.

Received: 06.11.2017. Revised: 20.11.2017. Accepted: 30.11.2017.

## **Problems of socio-geographical assessment of the tourist attractiveness of the region**

**Oleksandr Kolotukha**, Doctor of Geographical Sciences, Associate Professor

**Viktor Sokolovskiy**, senior lecturer

**Inna Shchoholieva**, PhD (Pedagogics), associate professor

**The Flight Academy National Aviation University, Ukraine**

### **Abstract**

The article deals with the problems of the study of tourist attractiveness, identifies the main differences of the conceptual apparatus used in tourist studies of the regions, systematizes the criteria for evaluating the tourist attractiveness of the region, analyzes the existing methods and determines the factors of tourist attractiveness, determines the main stages of determining the rating of the tourist rating.

**Key words:** tourist attraction, tourist potential, tourist resources, evaluation of tourist attractiveness.

### **Проблеми суспільно-географічної оцінки туристської привабливості регіону**

#### **Реферат**

В статті розглянуто проблеми дослідження туристичної привабливості, визначено основні відмінності понятійного апарату, що застосовують в туристичних дослідженнях регіонів, систематизовано критерії оцінки туристської привабливості регіону, проаналізовано існуючі методики та визначено чинники туристичної

привабливості, визначено основні етапи визначення рейтингу туристичної привабливості регіону.

**Ключові слова:** туристична привабливість, туристичний потенціал, туристичні ресурси, оцінка туристичної привабливості.

**Постановка проблеми.** Туризм, як сфера господарської діяльності, є джерелом надходжень до державного бюджету України та відіграє суттєву роль в розвитку регіонів шляхом покращення зайнятості населення та активізації економічної діяльності, що відбувається під дією мультиплікативного ефекту. Україна має значні можливості для розвитку туристичних регіонів внаслідок того, що її природно-ресурсний та туристичний потенціал оцінюється на рівні провідних місць в Європі. В той же час рівень залучення потенційних туристичних ресурсів недостатній для перетворення країни в провідну дестинацію.

Одним з основних факторів економічного зростання регіону за рахунок туризму є рівень його конкурентоспроможності, який визначається такими конкурентними перевагами, як туристський потенціал та туристська привабливість. Підвищення туристської привабливості регіонів може стати рушійною силою в питанні їх сталого розвитку, але цей процес потребує адекватних форм його реалізації. Посилення конкуренції на внутрішньому та зовнішньому туристичних ринках вимагає більш ефективного управління туристичною діяльністю рекреаційних регіонів для підвищення національної і регіональної конкурентоспроможності.

Необхідність вивчення туристичної привабливості території та оцінка привабливості регіонів, де відбувається виробництво і споживання туристичного продукту є важливим і надзвичайно актуальним напрямком дослідження з метою їх подальшого господарського освоєння, а отже, потребує відповідного теоретичного суспільно-географічного обґрунтування. З цієї причини виникає потреба в аналізі значного попереднього наукового доробку досліджень туристичної привабливості для кращого розуміння відповідних чинників, що впливають на її формування, а також для

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** На теперішній час існує значна кількість наукових публікацій, метою яких є теоретичне обґрунтування оцінки туристичної привабливості регіону та її практичне застосування в різних сферах.

Так, суспільно-географічній оцінці туристичної привабливості територій різного масштабного рівня, залежно від їх ресурсного забезпечення, присвячено праці Т. Божук [3], О. Любіцевої [13], Л. Черчик [4]. Дослідженням напрямків підвищення туристичної

привабливості територій займалися І. Маркіна [14], А. Омуш [19], О. Музиченко-Козловська [16], О. Самойленко [20]. Серед наукових публікацій, в яких висвітлюються проблеми досліджень туристичної привабливості з позицій регіонального туристичного маркетингу, варто відзначити роботи О. Борисюк та І. Дудника [6], О. Джанджугазової [8], О. Кифяка [11].

Не зважаючи на створену науковцями значну теоретико-методологічну основу дослідження туристської привабливості територій, більшість наукових праць присвячені макрорегіональному, національному, місцевому і локальному рівню. Напрацювання щодо комплексного територіального аналізу рекреаційних регіонів України з метою виявлення їх туристської привабливості в кількісному та змістовному вираженні недостатні для узагальнення найважливіших положень суспільно-географічної оцінки туристської привабливості регіонів. Крім того, існуючі методичні засади оцінки туристської привабливості регіонів носять переважно економічний характер, а суспільно-географічні не знайшли достатнього обґрунтування та потребують подальших досліджень.

**Формування мети статті.** Метою виконання дослідження є розкриття проблем дослідження туристичної привабливості, визначення чинників формування та розробка методичних підходів до суспільно-географічної оцінки туристичної привабливості регіону.

**Презентація основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням наукових результатів.**

Туризм, як сфера господарської діяльності, має істотний економічний, соціальний та гуманітарний потенціал для розвитку регіональної економіки. Формування туристської привабливості регіону – процес тривалий і складний, тому що йому передують етап оцінки туристського потенціалу, його аналізу та побудова моделі управління цим процесом.

Одне з завдань дослідження полягало в систематизації критеріїв оцінки туристської привабливості регіону, серед яких варто виділити:

- вагомість туристичної сфери в економіці регіону, що визначається часткою зайнятих в туристичній сфері, доходів від туризму в структурі економіки регіону тощо;
- туристична унікальність сформована ресурсним потенціалом регіону;
- безпеково-криміногенна ситуація ;
- інтерес до регіону як місця відпочинку в пошукових системах мережі Інтернет;

- просування туристичного потенціалу регіону в інформаційному просторі, відповідно до кількості публікацій в ЗМІ.

Але, перш ніж проводити таке дослідження, необхідно визначитись із сутністю та відмінністю понять «туристська привабливість», «туристський потенціал» і «конкурентоспроможність туристичного регіону». На думку деяких науковців, туристичний потенціал території – це комплексне поняття, яке охоплює сукупність природних, етнокультурних та соціально-історичних ресурсів, а також наявної господарської і комунікаційної інфраструктури території, що служать чи можуть служити передумовами розвитку певних видів туризму. Тож її можна розглядати як здатність певного регіону притягувати та залучати туристів, а рівень туристичної привабливості ресурсної, інфраструктурної, маркетингової забезпеченості території тощо. Одним з найважливіших чинників формування туристичної привабливості регіону, на наш погляд, є туристичний потенціалу регіону, який безпосередньо визначає його туристичну конкурентоспроможність. Елементи термінологічної системи туристичних індикаторів представлено на рис.1.

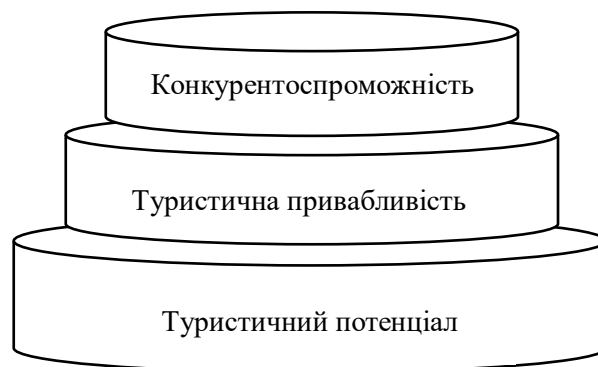


Рис. 1 Елементи термінологічної системи туристичних індикаторів регіону

Наявні відмінності цих понять не впливають на той зв'язок, який існує між ними. Більш того, ці поняття є взаємозалежними, бо без суттєвого туристичного потенціалу важко створити високу туристичну привабливість території.

Такі дослідники, як Т. Божук [3], О. Музиченко-Козловська [16-17], Л. Дваєр та К. Кім [7], Г. Крауч та Д. Річі [5] базою для туристичної привабливості території визначають туристичні ресурси, які включають природні, суспільно-історичні антропогенні ресурси та туристичну інфраструктуру. Тобто, можна стверджувати, що туристично-приваблива територія – це територія, яка має потенціал туристичних ресурсів, сучасну розвинену інфраструктуру туризму та доступну й достатню для

туриста інформацію про неї, які б відповідали потребам туристів і забезпечували досягнення максимального соціально-економічного ефекту від розвитку в її межах туристичної діяльності. Відповідно до цього, певно є необхідність виділення потенційної та фактичної туристичної привабливості. Проте, вони лише відображають потенційні цілі відвідування дестинації, володіючи власною атрактивністю, яку можливо визначити лише для однотипних об'єктів. Наявність ресурсів є провідним чинником формування туристичного потенціалу регіону та значною мірою визначає територіальну організацію туристської діяльності, суттєво впливає на формування туристичних районів та визначає їх туристську спеціалізацію. Ресурси, звісно ж, є фундаментальними причинами відвідування туристами визначеного регіону, проте його загальна туристська привабливість суттєво залежить від якості, різноманітності та освоєності ресурсів, наявності професійних кадрів, розвитку транспортної інфраструктури, інформаційного забезпечення та нормативно-правового регулювання туристської діяльності, а також ділової та інвестиційної активності на даній території.

Проаналізована теоретична і методологічна база дослідження туристичної привабливості територій, демонструє відсутність єдиної методології, оскільки науковцями пропонуються методики оцінювання окремих складових туризму чи суміжних процесів у межах інвестиційної привабливості. Це пов'язано з тим, що об'єктивно оцінити туристичну привабливість достатньо складно, оскільки спостерігається відмінність регіонів і їх туристичної інфраструктури за географічним положенням, економічним і соціально-культурним розвитком, ресурсним потенціалом тощо.

Розробка методики суспільно-географічної оцінки туристичної привабливості передбачає визначення критеріїв, показників та рівнів привабливості. Результатом даної оцінки є визначення рейтингу туристичної привабливості регіону. Основні етапи визначення рейтингу туристичної привабливості регіону представлено на рис 2.

Попередньо, на підготовчому етапі, необхідно проаналізувати існуючі методики та визначити чинники туристичної привабливості. Туристична привабливість території, на наш погляд, являє собою сукупність характеристик, які впливають на вибір туристами саме цієї території і сприяють підвищенню її популярності і формуванню сталого попиту на її туристичні послуги.

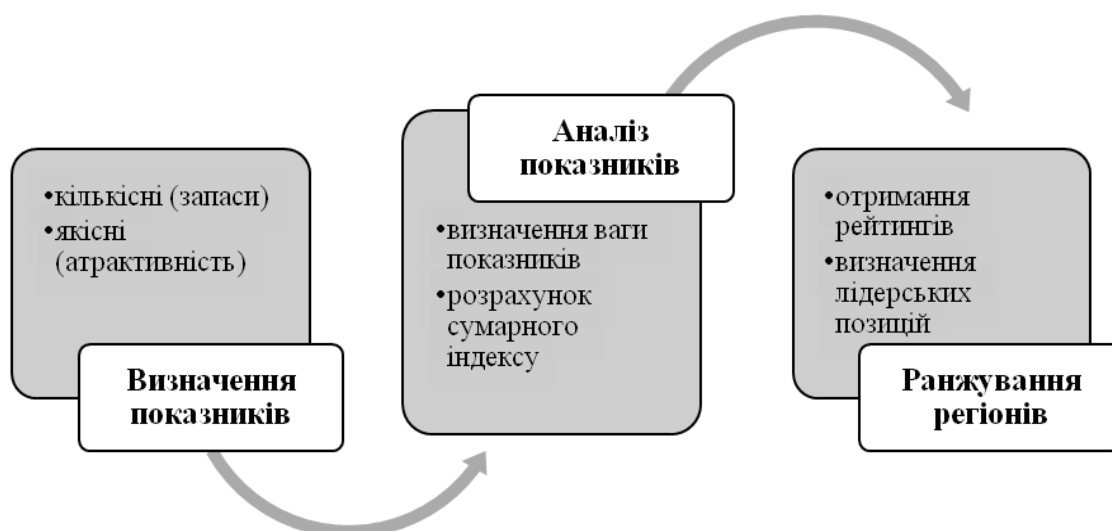


Рис. 2 Основні етапи визначення рейтингу туристичної привабливості регіону

Туристична привабливість – це комплексне поняття, основу якого складають різні категорії. В той же час туристична привабливість є базисом, на якому ґрунтується конкурентоспроможність регіону та його імідж.

Багатоаспектність поняття туристської привабливості дає змогу трактувати її як сукупність матеріальних і нематеріальних благ, що формують ресурсно-інфраструктурний потенціал регіону, який туристи обирають як пріоритетний. На формування туристської привабливості впливає наявність переваг певного регіону, які оцінено з боку конкретного індивіда, певної цільової групи і суспільства в цілому. Кожен споживач може генерувати відкладений попит, активно комунікувати і поширювати інформацію про туристський регіон. Саме тому кожен споживач є важливим і заслуговує на увагу.

Чинники туристської привабливості регіону можна поділити на чотири основних групи (табл. 1).

Окрім чинників, що сприяють формуванню туристської привабливості регіону, необхідно проаналізувати ті чинники, які зумовлюють обмеження в формуванні та розвитку туристської привабливості регіону. Проведений аналіз дав змогу виокремити найбільш суттєві з них (рис. 3).

До основних чинників, які обмежують розвиток регіону, та, відповідно, його конкурентоспроможність, відносять також складності в досягненні однакового рівня результативності різними підприємствами, а також негативний вплив державної політики.

## Чинники туристської привабливості регіону

Чинники		Складові чинника
<i>Політико-адміністративні</i>		Державна підтримка туристської галузі
		Стабільність законодавчої бази
		Сприятливий підприємницький клімат
		Правові гарантії приватним інвесторам
		Безпека життя та здоров'я туристів
<i>Економічні</i>		Державне фінансування програми розвитку регіону
		Приватні інвестиції
		Рівень розвитку туристської інфраструктури
<i>Соціокультурні:</i>	об'єктивні	Культурно-історичні надбання регіону
		Імідж регіону
		Традиції, характерні для даного регіону
		Специфіка національно-культурного простору
	суб'єктивні	Рівень життя населення
		Туристські потреби і вподобання
		Сприйняття туристських послуг
		Структура вільного часу
<i>Природно-територіальні</i>		Географічне розташування регіону
		Природно-ресурсний потенціал
		Кліматичні умови
		Екологічні умови
		Тип і розмір поселень

\*Складено авторами за джерелом



Рис. 3 Чинники, які зумовлюють обмеження формування туристської привабливості регіону

На теперішній час формування й розвиток туристичної привабливості та конкурентоспроможності рекреаційних регіонів розглядається науковцями через призму різноманітних концепцій і теорій, адже наразі відсутня єдина методика їх визначення. Саме тому існує необхідність сформувати такі підходи та рекомендації, які б врахували максимальну сукупність факторів з ранжуванням їх впливу на туристичну привабливість регіонів.

Кожен регіон України має свої унікальні туристичні локації та потужний туристський потенціал. Однак, реальні показники відвідуваності, зібрані суми податків від туризму, витрати на розвиток інфраструктури та промоцію дозволяють визначити регіони-лідери.

Туристична привабливість території може бути визначена, як сукупність характеристик, які формують ставлення туриста до конкретної території на основі його візуального та емоційного сприйняття і пов'язана, безпосередньо, зі станом туристських ресурсів і інфраструктури, які, безперечно, будуть впливати на існуючий і потенційно можливий туристський попит. Туристичний потенціал території можна розглядати як туристську пропозицію. Туристична привабливість відображує протилежну сторону ринкових відносин, а саме – попит на туристичні продукти та послуги. Фактично, вона є інструментом перетворення туристської пропозиції в попит. Такий тісний взаємозв'язок впливає на оцінку туристської привабливості, внаслідок чого в процесі її оцінки використовують ті ж чинники, що й для визначення туристського потенціалу.



Отже, привабливість території для потенційних туристів суттєво залежить від рівня розвитку туристичної, транспортної та загальної обслуговуючої інфраструктури, різноманітності туристичних підприємств і їх територіальної організації, а також якості послуг, що виробляються в регіоні. Аналізуючи інфраструктурний аспект туристичної привабливості регіону, головний акцент варто робити на рівні розвитку засобів розміщення та їх сертифікації, врегулюванні правового поля спеціалізованих засобів розміщення та вдосконаленні їх господарської діяльності. В Україні існує диспропорція в забезпеченості регіонів закладами розміщення, що коливалася в 2017 році від 0,67 місць на 1 тис. населення в Луганській обл. до 25,4 – у Миколаївській обл. На рівні рекреаційних регіонів коливання не такі значні, хоча все ж помітні (табл. 2).

Таблиця 2

Забезпеченість рекреаційних регіонів України номерним фондом готелів та інших закладів розміщення (у 2016 році) [18]

<b>Рекреаційний регіон</b>	<b>К-ть готелів</b>	<b>К-ть номерів</b>	<b>К-ть місць на 1 тис. чол</b>
Волинське Полісся	183	9933	4,5
Донбас*	150	18836	2,9
Київське Полісся	473	42805	6,2
Крим*	-	-	-
Поділля	241	15860	4,0
Промислове Придніпров'я	602	62334	12,5
Середнє Придніпров'я	165	9590	4,4
Слобожанщина	334	25653	4,9
Українські Карпати	942	66925	11,0
Чорноморо-Азовський	1025	107098	23,3
Разом по Україні	4115	359034	8,4

\* деякі параметри неможливо визначити на тимчасово окупованих територіях України.

Аналізуючи якість та різноманітність готельної інфраструктури, відзначаємо недостатню кількість сертифікованих готелів та інших засобів розміщення високого та

середнього класів. Також проблемою залишається стан та якість дорожньої системи України, знос основних засобів транспорту, особливо залізничного, автобусного.

Інформаційне забезпечення повинно мати базу даних про туристичні ресурси, їх розміщення та концентрацію на території України. Нажаль, на сьогодні немає такої єдиної бази про наявність і стан туристичних ресурсів України, інформації про тури та послуги, не має достатньої реклами.

Інвестиційна підтримка галузі туризму передбачає сукупність ресурсів, умов, заходів, як внутрішніх так і іноземних необхідних для здійснення інвестиційного процесу. Слід визнати, що потреби туристичної галузі України в прямих капіталовкладеннях значно перевищують наявну на вітчизняному фінансовому ринку інвестиційну пропозицію, саме тому велике значення має залучення іноземного капіталу.

Регіони зі значними запасами природних, природно-антропогенних та суспільно-історичних рекреаційно-туристських ресурсів не завжди володіють достатньою інфраструктурою для розвитку туризму в регіоні через обмеженість доступу до фінансово-інвестиційних ресурсів. Залучення зовнішнього фінансування в значній мірі залежить від ефективності роботи управлінських інституцій, які можуть стимулювати чи обмежувати доступ до інвестицій. В той же час, спостерігається залежність реалізації наявного туристичного потенціалу від економічного розвитку та просторово-галузевої структури господарства регіону, адже зростають можливості внутрішньо регіональних інвестицій, а економічна активність стимулює розвиток туристичної інфраструктури та збільшує відвідуваність, переважно бізнес-туристами.

Процес розробки методики оцінювання туристської привабливості регіону передбачає чіткий розподіл послідовності аналізу та конкретизації індикаторів, за якими воно буде здійснюватися.

Аналізуючи показники туристичної привабливості та конкурентоспроможності DESTINACIЙ на національному та макрорегіональному рівні, науковці зазвичай використовують з цією метою індекс конкурентоспроможності у сфері подорожей та туризму (англ. Travel and Tourism Competitiveness Index, TTCI) від Світового Економічного форуму (WEF), що регулярно публікується починаючи з 2007 р. Окремі показники індексу TTCI можна використати для оцінки туристичної привабливості і на рівні рекреаційних регіонів окремих країн. Насамперед пропонуємо визначити перелік та рівень впливу елементів формування та підвищення туристичної привабливості території, до яких слід віднести: туристичні ресурси, туристську інфраструктуру,

екологічну ситуацію, регуляторну та цінову політику, а також інформаційне забезпечення. Кожен з перерахованих елементів є взаємопов'язаними та доповнюють один-одного, а рівень їх досконалості на кожному етапі підвищує туристичну привабливість регіону. О. Музиченко-Козловська відзначає необхідність детального аналізу та оцінювання кожної складової, що дозволить перейти до набору показників нижчого рівня, які переважно представлені системою статистичних показників (за відсутності статистичних даних деякі показники нижчого рівня можуть бути оцінені експертами в балах) [17]. Необхідність визначення системи показників є очевидним і досить складним завданням, адже частина параметрів може бути оцінена кількісно, а частина – якісно. Крім того, об'єктивні чинники свідчать про неможливість вимірювання багатьох параметрів в окремих регіонах України, що повністю чи частково окуповані, а також суттєвий негативний вплив воєнних дій та окупації на показники привабливості сусідніх регіонів.

**Висновок.** Головною передумовою функціонування туристичної галузі є туристичні ресурси, що включають природні та антропогенні ресурси та визначають рівень туристичної привабливості. Але для підвищення туристичної привабливості регіону самих туристичних ресурсів замало, тому важливими засобами підвищення туристичної привабливості території є розвиток матеріально-технічна база туризму, включаючи туристичну інфраструктуру та відповідне інвестиційне забезпечення галузі. Успішність функціонування туристичної галузі України залежить від ефективної системи управління та координації всіх складових туристичної привабливості: від туристичних ресурсів та інфраструктури до залучення інвестицій в їх розвиток та якісне обслуговування. Важливими факторами підвищення туристичної привабливості території є інформаційне забезпечення, маркетингова активність та трудові ресурси, а також якість довкілля, економічна привабливість, підтримка держави, політична стабільність. Географічний характер багатьох ключових параметрів туристичної привабливості регіону, нашою думкою, на думку про необхідність комплексного оцінювання факторів. Для аналізу, оцінювання та прогнозування цих чинників знадобиться багатий методологічний та конкретно-методичний потенціал географічної науки.

## References

1. Bakurova G.V., Ocheretin D.V. (2002) Assessment of recreational attractiveness of the region [Otsinka rekreatsinyoi pryvablyvosti rehionu]. - Dnipropetrovsk, DNU. 183; 3, 617-622 [in Ukrainian]
2. Boyko M.G. (2009) Tourist Attractiveness of Ukraine: Patterns of Formation and Landmarks of Development. [Turystychna pryvablyvist' Ukrayiny: zakonmirnosti formuvannya ta oriyentyry rozvytku], Black Sea National University named after Petro Mohyla, LLC DKS Center – 16, 34-39 [in Ukrainian]
3. Bozhuk T.I. (2009) Methods of assessment of recreational areas: questionnaire (on the example of the Sofiyivka arboretum) [Metody otsinky rekreatsinykh terytoriy: anketne opytuvannya (na prykladi dendroparku «Sofiyivka»)], DITB Bulletin 13, 152-157 [in Ukrainian]
4. Churchik L.M. (2006) Marketing of recreational areas: theory, methodology, practice [Marketynh rekreatsinykh terytoriy: teoriya, metodolohiya, praktyka], Lutsk: LSTU, 136 [in Ukrainian]
5. Crouch G.I., Ritchie J.B. (1999) Tourism, competitiveness, and societal prosperity. *J Bus Res* 44 (3):137-152
6. Dudnik I.M., Borysyuk O.A. (2012) Geographical aspects of tourist marketing of the region [Heohrafichni aspekty turystychnoho marketynhu rehionu], Kyiv: NAU. Series: Economics, Law, Political Science, Tourism – 1, 1-2, 102-107 [in Ukrainian]
7. Dwyer L, Kim C (2003) Destination competitiveness: determinants and indicators. *Curr Issues Tour* 6(5):369-414. doi:10.1080/13683500308667962
8. Dzhandzhugazova E.A. (2006) Marketing of tourist territories. [Marketing turistskikh terytoriy], M.: Academy., – 224 [in Russian]
9. Gulich O.I., Grinov L.S., Gerasymchuk N.M. (2007) Methodology of formation of strategies of sustainable socio-economic development of resort and recreational areas and tourist centers. [Metodyka formuvannya stratehiy staloho sotsial'no-ekonomichnoho rozvytku kurortno-rekreatsinykh terytoriy i turystychnykh tsestriv], Lviv: Institute for Regional Studies NAS of Ukraine, 52 [in Ukrainian]
10. Hall C. M., Page S. J. (2014) *The Geography of Tourism and Recreation: Environment, Place and Space*. London: Routledge, 470.
11. Kifyak O.V. (2009) Regional Marketing Strategy in the Context of Tourism Development [Stratehiya rehional'noho marketynhu v konteksti rozvytku turyzmu] Chernivtsi – 2, 208–216 [in Ukrainian]

12. Kravtsiv V.S., Hryniv L.S., Kopacz M. V., Kuzyk S.P. (1999) Scientific and methodological bases of recreational sphere reforming [Naukovo-metodychni zasady reformuvannya rekreatsinyoi sfery], Lviv: NAS of Ukraine. Research Institute of NAS of Ukraine, 78 [in Ukrainian]
13. Lyubitseva O.O., Pankova E.V., Stafiyuchuk V.I. (2007) Tourist Resources of Ukraine [Turystychni resursy Ukrayiny], Kyiv: Alterpress – 369 [in Ukrainian]
14. Markina I.A. (2011) Ways to increase investment attractiveness as a means of development of tourist and recreational complex of the region. - [Sposoby pidvyshchennya investytsiynoi pryvablyvosti yak zasib rozvytku turystychno-rekreatsinyoho kompleksu rehionu] Poltava, - 275–278 [in Ukrainian]
15. Melnik O.V. (2004) Integral indicator of tourist attractiveness of the territory: concepts and theoretical aspects // [Intehral'nyy pokaznyk turystychnoi pryvablyvosti terytoriyi: ponyattya ta teoretychni aspekty], Regional Economics, 1, 197-204 [in Ukrainian]
16. Muzichenko-Kozlovskaya O.V. (2006) Methods of estimating the level of tourist attractiveness of the region [Metodyka otsinky rivnya turystychnoi pryvablyvosti rehionu], Regional Economics, 1, 218-227 [in Ukrainian]
17. Muzichenko-Kozlovskaya OV (2011) Development of tourist infrastructure - a determining factor of tourist attractiveness of the territory [Rozvytok turystychnoi infrastruktury - vyznachal'nyy chynnyk turystychnoi pryvablyvosti terytoriyi] Lviv Polytechnic, 714, 229-237 [in Ukrainian]
18. Official site of the State Statistics Committee of Ukraine [Ofitsiynny sayt Derzhavnoho komitetu statystryky Ukrayiny]. Retrieved from: <http://ukrstat.gov.ua/> [in Ukrainian]
19. Omush M.O. (2001) Methods of estimating the tourist potential of the region / [Metody otsenki turistskogo potentsiala regiona], Utilities of the cities, 28, 259-261 [in Russian]
20. Samoilenko O.A. (2011) Methodology of determining tourist attractiveness [Metodolohiya vyznachennya turystychnoi pryvablyvosti], Chernivtsi, 154-157 [in Ukrainian]
21. Tkachenko T.I. (2006) Sustainable development of tourism: theory, methodology, realities of business [Stalyy rozvytok turyzmu: teoriya, metodolohiya, realiyi biznesu], K.: KNTEU, 537 [in Ukrainian].