

Міністерство освіти і науки України
Луцький національний технічний університет
Факультет митної справи, матеріалів та технологій
Кафедра туризму та готельно-ресторанної справи

**КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
ЗА СТУПЕНЕМ ВИЩОЇ ОСВІТИ «МАГІСТР»**

**ОСОБЛИВОСТІ ТУРИСТИЧНИХ МАРШРУТІВ
ПО ІСТОРИЧНИХ ОБ'ЄКТАХ ВОЛИНИ**

спеціальність 242 Туризм
(шифр і назва спеціальності)

освітня програма «Туризм»
(назва освітньої програми)

Виконав: здобувач вищої освіти
групи ТРМ-21

_____ КОМЗЮК Вадим Ярославович
(підпис)

Керівник:

_____ к.пед.н., доц. ЗУБЕХІНА Т.В.
(підпис)

Кваліфікаційну роботу
допущено до захисту
«__» _____ 2023 р.
Гарант освітньої програми:
к. пед. наук, доцент ЗУБЕХІНА Т.В.

_____ Луцьк – 2023 року

ЛУЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

Факультет *митної справи, матеріалів та технологій*

Кафедра *туризму та готельно-ресторанної справи*

Ступінь вищої освіти: *магістр*

Галузь знань: *24 Сфера обслуговування*

Спеціальність: *242 Туризм*

Освітня програма: *Туризм*

ЗАТВЕРДЖУЮ

Завідувач кафедри

Л.Ю. МАТВІЙЧУК

«___» _____ 2023 р.

З А В Д А Н Н Я
НА КВАЛІФІКАЦІЙНУ РОБОТУ ЗДОБУВАЧУ ВИЩОЇ ОСВІТИ

КОМЗЮКУ Вадиму Ярославовичу

1. Тема кваліфікаційної роботи *Особливості туристичних маршрутів по історичних об'єктах Волині.*

Керівник роботи: к.пед.н., доц. ЗУБЕХІНА Т.В.

затверджені наказом вищого навчального закладу від 14 січня 2023 р.
№39/01-02.

2. Строк подання здобувачем вищої освіти кваліфікаційної роботи – 01.12.2023 р.

3. Вихідні дані до роботи: звіти Національної туристичної організації, Всесвітньої ради з туризму та подорожей, Всесвітньої туристичної організації, законодавчі та нормативні акти України щодо розвитку туризму, статистичні матеріали Державної служби статистики України, міждержавні та національні стандарти туризму, наукова та практична туристична література.

4. Зміст розрахунково-пояснювальної записки (перелік питань, що потрібно розробити):

Розділ 1. Теоретичні передумови розвитку туристичного потенціалу території.

Розділ 2. Сучасний стан використання туристичного потенціалу Волині

Розділ 3. Шляхи та можливості розвитку туристичних маршрутів на Волині.

5. Перелік графічного матеріалу:

Цілі сталого розвитку на 2016-2030рр.

Інформація щодо стану розрахунків із зведеним бюджетом за всіма видами податків і зборів.

6. Консультанти розділів роботи

Розділ	Прізвище, ініціали та посада консультанта	Підпис	
		завдання видав	завдання прийняв
Гарант освітньої програми	доц. Зубехіна Т.В.		
Розділ 1. Теоретичні передумови розвитку туристичного потенціалу території.	доц. Зубехіна Т.В.		
Розділ 2. Сучасний стан використання туристичного потенціалу Волині	доц. Зубехіна Т.В.		
Розділ 3. Шляхи та можливості розвитку туристичних маршрутів на Волині.	доц. Зубехіна Т.В.		
Висновки	доц. Зубехіна Т.В.		
Нормо контроль	доц. Зубехіна Т.В.		

7. Дата видачі завдання «01» листопада 2022 р.

КАЛЕНДАРНИЙ ПЛАН

№ з/п	Назва етапів кваліфікаційної роботи магістра	Строк виконання етапів роботи	Примітка
1.	Обґрунтування вибору теми кваліфікаційної роботи	01.11.2022 р.	
2.	Огляд літератури та досліджування проблеми для написання кваліфікаційної роботи	01.02.2023 р.	
3.	Написання теоретичної частини кваліфікаційної роботи	01.04.2023 р.	
4.	Написання аналітичної частини кваліфікаційної роботи	01.06.2023 р.	
5.	Написання проектної частини кваліфікаційної роботи	01.09.2023 р.	
6.	Висновки	01.10.2023 р.	
7.	Формування і організація списку використаних джерел	01.11.2023 р.	
8	Попередній захист кваліфікаційної роботи бакалавра	28.11.2023 р.	
9	Нормоконтроль	29.11.2023 р.	
10	Інструментальна перевірка на академічний плагіат	до 7.12.2023 р.	
11	Представлення кваліфікаційної роботи магістра до захисту	8.12.2023 р.	

Здобувач вищої освіти _____ Комзюк В.Я.

Керівник кваліфікаційної роботи _____ Зубехіна Т.В.

АНОТАЦІЯ

Комзюк В.Я. *Особливості туристичних маршрутів по історичних об'єктах Волині*. – На правах рукопису. Кваліфікаційна робота другого (магістерського) рівня, ОПП «Туризм», за спеціальності 242 Туризм, галузі знань 24 Сфера обслуговування – Луцький національний технічний університет, кафедра туризму та готельно-ресторанної справи. – Луцьк, 2023. – 60 с., список джерел з 65 найменувань.

Туристичний сектор – це галузь, яка відіграє важливу роль в економіці країни і в світовій економіці в цілому. Туризм займає 2 місце за кількістю нових робочих місць у світі, оскільки створює нові робочі місця. 1. Це одна з небагатьох сфер, де створення нових технологій не призводить до скорочення робочих місць. Крім того, ми бачимо, що туристичний сектор може активно розвиватися в надзвичайних ситуаціях. Наприклад, як це було в 2020 році під час відомої пандемії коронавірусу.

З адміністративно-територіальної точки зору Україна включає в себе 24 регіони, які в майбутньому можуть бути використані для розвитку туристичного сектора нашої країни. Волинська область не є винятком, основні аспекти використання туристами викладені на сторінках цієї роботи.

Волинська область володіє унікальним поєднанням історичного розмаїття природи і культури і дуже вдалим розташуванням регіону, але, незважаючи на це, вона слабо здатна успішно реалізовувати стратегії з розвитку туристичного потенціалу і впливати на економічний розвиток регіону, який в даний час вважається одним з найслабших в Україні.

Ключові слова: туризм, культурний туризм, туристичні маршрути.

ABSTRACT

Komzyuk V.Ya. Features of tourist routes to the historical sites of Volyn. –
oCopyright of the manuscript. Qualification work of the second (master's) level,
OPP "Tourism", specialty 242 Tourism, fields of knowledge 24 Field of service –
Lutsk National Technical University, department of tourism and hotel and
restaurant business. - Lutsk, 2023. – 60 pp., a list of sources with 65 titles.

The tourism sector is an industry that plays an important role in the economy of the country and in the world economy as a whole. Tourism is the 2nd largest employer in the world because it creates new jobs. 1. This is one of the few areas where the creation of new technologies does not lead to a reduction in jobs. In addition, we see that the tourism sector can actively develop in emergency situations. For example, as it was in 2020 during the well-known coronavirus pandemic.

From the administrative-territorial point of view, Ukraine includes 24 regions, which in the future can be used for the development of the tourism sector of our country. The Volyn region is no exception, the main aspects of tourist use are outlined on the pages of this work.

The Volyn region has a unique combination of historical diversity of nature and culture and a very good location of the region, but, despite this, it is poorly able to successfully implement strategies for the development of tourism potential and influence the economic development of the region, which is currently considered one of the weakest in Ukraine.

Keywords: tourism, cultural tourism, tourist routes.

ЗМІСТ

ВСТУП	7
РОЗДІЛ I. ТЕОРЕТИЧНІ ПЕРЕДУМОВИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ТЕРИТОРІЇ	9
1.1. Сутність, зміст і роль туризму в соціально-економічному розвитку регіону	9
1.2. Історико-культурна спадщина як фактор України розвитку регіону	13
1.3. Теорія і практика розвитку історико-культурного туризму на світовому ринку	18
РОЗДІЛ II. СУЧАСНИЙ СТАН ВИКОРИСТАННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ВОЛИНИ	23
2.1. Стан та перспективи розвитку історико-культурного туризму на вітчизняному ринку туристичних послуг	23
2.2. Аналіз туристичних об'єктів регіону	27
РОЗДІЛ III. ШЛЯХИ ТА МОЖЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНИХ МАРШРУТІВ НА ВОЛИНИ	35
3.1. Можливості використання існуючого туристичного потенціалу	35
3.2. Стратегія розвитку туризму шляхом аналізу нового історико- культурного маршруту, етапи впровадження	39
ВИСНОВКИ	49
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ	53
ДОДАТКИ	60

ВСТУП

Актуальність теми. Туристичний сектор – це галузь, яка відіграє важливу роль в економіці країни і в світовій економіці в цілому. Туризм займає друге місце за кількістю нових робочих місць у світі, оскільки створює нові робочі місця. Це одна з небагатьох сфер, де створення нових технологій не призводить до скорочення робочих місць. Крім того, ми бачимо, що туристичний сектор може активно розвиватися в надзвичайних ситуаціях. Наприклад, як це було в 2020 році під час відомої пандемії коронавірусу.

Багато хто вважає, що в майбутньому Україна зможе реалізувати свій статус сильного Центру розвитку, але вона має в своєму розпорядженні більш ніж 603 549 км² території, яка багата своїми природними, географічними, культурними, історичними та соціально-економічними туристичними ресурсами, головним чином для ефективного розвитку ресурсного туризму, на регіональний рівень. З адміністративно-територіальної точки зору Україна включає в себе 24 регіони, які в майбутньому можуть бути використані для розвитку туристичного сектора нашої країни. Волинська область не є винятком, основні аспекти використання туристами викладені на сторінках цієї роботи.

Волинська область володіє унікальним поєднанням історичного розмаїття природи і культури і дуже вдалим розташуванням регіону, але, незважаючи на це, вона слабо здатна успішно реалізовувати стратегії з розвитку туристичного потенціалу і впливати на економічний розвиток регіону, який в даний час вважається одним з найслабших в Україні.

Об'єкт дослідження – туристичні маршрути Волині.

Предметом дослідження є туристичний потенціал Волинської області.

Мета та завдання роботи. Метою даної роботи є аналіз туристичних об'єктів та пошук шляхів для розвитку нових туристичних маршрутів на Волині.

Для досягнення мети були поставлені і вирішені наступні *завдання*:

- сформулювати поняття туризму і туристичний потенціал;
- проаналізувати туристичний потенціал Волинської області;
- виявити культурно-історичні особливості формування туристичних ресурсів регіону;
- оцінити соціально-економічні передумови для розвитку туризму;;
- проаналізувати стан розвитку туризму в регіоні, виявити слабкі і сильні сторони;
- розробити туристичний маршрут.

Методи дослідження. Були використані наступні методи: методи порівняння та аналізу, узагальнення, наукової абстракції-розкривають суть процесу, принципи управління привабливістю туристичних продуктів, графічні оцінки експертів для пояснення результатів дослідження.

Інформаційною базою дослідження стали різноманітні статті, підручники, посібники, монографії, періодичні Інтернет ресурси в сфері культурної та туристичної діяльності.

Новизна даної кваліфікаційної роботи полягає в розробці унікального історико-культурного туру на один день по Волині, метою якого є оперативне ознайомлення з історією та культурою області.

Практичне значення отриманих результатів полягає в узагальненні науково-теоретичних і розробці практичних положень щодо перспектив розвитку туризму на основі історико-культурного потенціалу на території Волинської області.

Структура роботи. Кваліфікаційна робота складається з вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел, додатків.

РОЗДІЛ I. ТЕОРЕТИЧНІ ПЕРЕДУМОВИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ТЕРИТОРІЇ

1.1. Сутність, зміст і роль туризму в соціально-економічному розвитку регіону

Міжнародна практика показує, що на сучасному етапі розвитку економічної системи туризм є найбільш динамічно розвивається сферою. Темпи його зростання майже в 2 рази перевищують показники інших секторів світової економіки. Туризм як галузь економіки сприяє активному подоланню диспропорцій в економічному і соціальному розвитку окремих регіонів, економічному і соціально-демографічному спаду, активізації традиційних господарських ремесел місцевих жителів, інтеграції місцевих економік у світову економічну систему і т. д. Варто також відзначити, що Міжнародний туризм у багатьох країнах, що розвиваються є основним видом експорту послуг і одним з основних джерел надходження іноземної валюти в ці країни.¹ Це служить стабілізуючим важелем для формування кредитно-фінансових відносин зі своїм бюджетом та іншими державами. Частка туризму в національній економіці та міжнародній торгівлі перетворила його на важливий показник глобального розвитку.

У середині 20 століття уряди багатьох країн світу приділили серйозну увагу розвитку туризму, і в 1947 році різні міжнародні туристичні організації були об'єднані в Міжнародний союз офіційних туристичних організацій (IUOTO). Його повноправними членами стали як державні, так і недержавні офіційні державні організації з 116 країн світу.

Відповідно до резолюції Генеральної Асамблеї Організації Об'єднаних Націй у 1969 р. неурядова організація UNWTO була перетворена на міжурядову всесвітню туристичну організацію (UNWTO), беручи до уваги необхідність постійних міжнародних контактів для розвитку та координації

туристичних обмінів та координації політичних, економічних, соціальних та культурних аспектів організаційної діяльності.

Туризм з довгою історією розвитку поки чітко не визначений. В. Сапрунова зазначає, що поки немає єдиного бачення сутності туризму та інтерпретації його понятійного апарату. Однак питання про визначення та термінологію туризму є необхідною умовою наукового осмислення явищ і процесів, характерних для туризму [20].

Формування поняття «туризм» відбувається паралельно з його розвитком як галузі світового народногосподарського комплексу. Туризм спочатку не був об'єктом наукових досліджень, але в основному змісті суспільної свідомості він трактувався як пересування і тимчасове перебування людей за межами постійного місця проживання. Необхідність більш чіткого визначення туризму виникла в середині 20 століття, коли потік туристів значно збільшився, відповідно, і вплив на економіку держави також зріс. Наукове розуміння туризму як виду діяльності, що почалося в той час, зажадало створення його чіткого категоріального апарату.

Деякі вчені вважають, що туризм як економічне явище зводиться до поняття туристичних турів – діяльності туроператорів і туристичних агентств. Цю точку зору поділяють кілька зарубіжних і вітчизняних вчених: М. Кабушкін, В. Хунцикер стверджують, що лише невелика частина організації спеціалізується на виробництві товарів і послуг тільки для туристів.

Українські вчені – автори книги «Основи туристичного бізнесу М. Мальська, В. Худо та В. Цибух дотримуються аналогічного бачення поняття «туризм». З точки зору наукових досліджень, туризм – це вид рекреації, пов'язаний з виїздом з постійного місця проживання, активний відпочинок, під час якого відновлення працездатності поєднується з рекреаційними, пізнавальними, спортивними, культурними та розважальними цілями [18, с.21].

Аналогічним чином Ю. Антонова і А. Краснова пов'язують туризм з рекреацією, відзначаючи, що «до туризму, перш за все, відноситься обов'язок по переміщенню людини за межі місця постійного проживання», характеризує туризм як форму відпочинку (активний вид рекреації) [13, с. 134]

Слід зазначити, що визначення вищенаведеного вченого не входить в поняття «туризм», взаємини людей пов'язані з доходами від туристичної діяльності постійного проживання, що відображає виключно споживчу функцію туризму. Ці інтерпретації не інформують, не мотивують і не надають туристам різні варіанти можливих цілей подорожі, а також не описують відносини, які виникають між тими, хто перевозить або супроводжує їх, забезпечує проживання, лікування, зв'язок, безпеку і т. д. На відміну від туристів, ці люди зацікавлені в тому, щоб працювати в місцях постійного проживання і отримувати дохід.

Аналогічний погляд на суть поняття «туризм» міститься в Законі України «Про туризм» від 1995-9-15 рр. №324/95-ВР: «Туризм – це тимчасовий виїзд особи з місця свого проживання з рекреаційними, освітніми, професійними, діловими або іншими цілями, без здійснення здійснювати оплачувану діяльність в тому місці, куди людина виїжджає» [9].

Закон досить вузько трактує поняття «туризм». За визначенням, закон регулює тільки тимчасовий виїзд людини, тому діяльність тих, хто надає послуги (туроператори, Туристичні агентства), не входить в поняття туризму і, отже, відображає виключно споживчі функції. В результаті, як явище, вони є не суспільними відносинами, а лише односторонніми діями індивіда по самостійному задоволенню своїх потреб.

Більш широке поняття «туризм» було розроблено швейцарським економістом надано К. Каспаром. Він розглядає це як дві внутрішні системи: суб'єкт туризму (сам турист є споживачем туристичних послуг, з усім різноманіттям потреб і мотивів його туристів і дій) і об'єкт туризму

(туристичні зони, туристські підприємства, туристські організації) [10]. Таким чином, поняття «туризм» доповнюється факторами виробництва, включаючи Діяльність туристичних інститутів. Але, на думку А. Мета туризму представлена тут недостатньою кількістю елементів, а саме відсутністю такого важливого елемента, як туристичні ресурси [6]. Таким чином, концепція «туризму» полягає у сприянні раціональному використанню місцевих туристичних ресурсів та наданні туристичних послуг для задоволення потреб споживачів з одночасною економічною та соціальною вигодою для суспільства.

Беручи до уваги ці формулювання, визначення поняття «споживач» туризму, на наш погляд, є неповним і, отже, неадекватним. Щоб зробити визначення туризму повним, необхідно включити в поняття туризму виробництво об'єктивно існуючих послуг і товарів у сфері туризму, виробництво яких вони забезпечують з боку пропозиції на світовому ринку туристичних послуг, що є необхідною умовою попиту. Єдність і взаємодія цих сторін є необхідною умовою для функціонування всього різноманіття зростаючого туристичного бізнесу в світі.

Іншої думки про поняття «туризм» дотримуються вчені, що підкреслюють його соціокультурну функцію. До таких визначень відноситься одне з перших офіційних визначень, наданих організацією Об'єднаних Націй в 1954 році, в якому говориться, що туризм – це «активний відпочинок, який впливає на фізичний розвиток людини, пов'язаний зі зміцненням здоров'я, пересуванням за межі постійного місцеположення» [34].

Узагальнюючи наведені вище дані, можна виділити три найбільш поширених тлумачення туризму. По-перше, визначення одностороннього споживача, в якому туризм розуміється як процес споживання послуг і товарів у вільний час поза постійним місцем проживання. По-друге, соціокультурне бачення туризму як виду активного відпочинку, спрямованого на відновлення працездатності і поєднується з цілями

відпочинку, освіти, спорту, культури і розваг. І, по-третє, економічний підхід, при якому туризм визначається як: галузь сфери послуг, в якій виробляються, продаються і споживаються послуги, пов'язані з організацією туристичних поїздок для людей, які тимчасово перебувають за межами місця постійного проживання і не займаються оплачуваною діяльністю за місцем проживання. Сукупність соціально-економічних відносин, які здійснюються за плату. Просторово різноманітна діяльність, пов'язана з багатьма аспектами життя та різними секторами економіки. Слід зазначити, що дане визначення є не тільки найбільш великим і всеосяжним, але і дає якісно нову оцінку ролі туризму в сучасному суспільстві. В основному це пов'язано з тим, що в даному випадку до туристичного сектору відноситься широкий спектр відносин, видів діяльності та галузей, починаючи від рекламних та інформаційних послуг, транспорту, будівництва, сільського господарства, переробної промисловості, освіти, медичного обслуговування, спорту, культури та інших галузей.

1.2. Історико-культурна спадщина як фактор розвитку регіону України

Культурний туризм є одним із пріоритетних напрямків міжнародного та транскордонного співробітництва. Це сприяє ідеї інтелектуальної і моральної солідарності людства, утвердженню ідеалу толерантності в суспільстві, тобто повазі, прийняттю і правильному розумінню культурного різноманіття нашого світу. У сучасних умовах культурний туризм відіграє роль ефективного елемента та інструменту зближення людей, Запобігання конфліктам і нетерпимості, виховання поваги і терпимості.

Вступ світової цивілізації в епоху глобалізації супроводжується зростаючою нерівністю, знеособленням культури і способу життя, втратою ідентичності і серйозною загрозою зміни або зникнення національної культури, зростаюча нетерпимість і конфлікти. Водночас з'являються нові

можливості для розвитку транскордонного співробітництва. Ці тенденції відображають увагу громадськості та науковців до питань культурної спадщини, національної етнічної культури, підтримки культурної самобутності, а також взаємодії туризму та культури, туризму та культурного різноманіття, захисту туризму та міжкультурного діалогу.

Розвиток культурного туризму заснований на використанні потенціалу етнічної культури та культурної спадщини країн і регіонів. 1. Всесвітня туристська організація вважає, що однією з базових основ індустрії туризму є притаманне всьому людству бажання побачити і пізнати культурну самобутність різних куточків світу. У внутрішньому туризмі культурна спадщина вселяє національну гордість за свою історію. У міжнародному туризмі культурна спадщина заохочує повагу і бажання дізнаватися про інші культури і, як наслідок, сприяє миру і взаєморозумінню [50].

Культурний туризм розвивався в трьох взаємопов'язаних і взаємодоповнюючих напрямках: пізнання культури і культурної спадщини, захист і відродження культури і культурний діалог.

Культурний туризм виконує основні функції: культурну, пізнавальну, освітню, комунікацію і миротворчість. Говорячи про пізнання, збереження і взаємодії культур, необхідно в першу чергу мати на увазі етнічну культуру. Саме особливість етнічної культури визначає її привабливість для іноземних туристів, які є представниками інших культур.



Рис.1.1. Основні функції культурного туризму

Унікальне поєднання культурних, історичних та природних ресурсів регіонів України робить нашу країну привабливою для вітчизняних та іноземних туристів.

Основним змістовним компонентом продуктів культурного туризму є культурна спадщина. «Культурна спадщина» означає сукупність всіх об'єктів і явищ матеріальної і нематеріальної (духовної) культури народів, національностей і народностей, створених попереднім поколінням і переданих наступному поколінню. Вони є основою збереження культурної ідентичності, фактором, що об'єднує державу, загальнолюдськими цінностями з точки зору історії, естетики, етнології, антропології, мистецтва і науки. Отже, культурна спадщина-це надбання всього людства.

До об'єктів культурної спадщини відносяться: архітектура, монументальна скульптура, живопис, археологія, історичні пам'ятки, художня література, усна народна творчість, твори класичної та фольклорної музики, предмети народного побуту і костюми, споконвічні народні промисли, фольклор, звичаї, традиції, свята, релігійні обряди і причастя, національна мова, досягнення науки.

Цінність культурної спадщини зростає з часом. Перш за все, це пов'язано з його фізичним старінням, зміною, руйнуванням і втратою. Масовий туризм також сприяє знищенню та виправленню культурної спадщини народу для його комерційного використання.

Зараз Україна впевнено і активно інтегрується в Культурний простір світу. Тому питанню збереження і використання пам'яток культурної спадщини слід приділяти пріоритетну увагу при розробці стратегій регіонального розвитку. Це вимагає повномасштабної ідентифікації та досліджень для дбайливого використання та всебічного збереження культурної спадщини. Наукові дані стверджують, що в Україні налічується понад 14 мільйонів пам'яток історії та культури. 1. Захист культурної та духовної спадщини визнано одним із пріоритетів Стратегії національної безпеки України.



Рис. 1.2. Деякі з об'єктів культурної спадщини.

У контексті гуманізації суспільства культурна спадщина відіграє особливу роль у багатьох факторах життя людини протягом усієї її історії. Саме культурні та історичні пам'ятки підтримують і врівноважують культурний баланс у світі. Таким чином, кожна держава визначає свою відповідальність за збереження своєї самобутності, культурної та історичної спадщини та передачу її наступному поколінню.

Історико-культурна сфера – це єдиний комплекс, що забезпечує збереження найважливіших об'єктів і явищ людської історії і культури. Як правило, унікальні території складають основу регіональної системи спадщини [25, С.31-32]. Виділяються наступні основні типи історико-культурних територій:

- 1) історичні міські та сільські поселення і території;
- 2) комплекси монастирів, садиб і палаців;
- 3) етноекологічні райони поселень малих народів;
- 4) місця військових дій;
- 5) історичні промислові райони;

- б) історичні дороги;
- 7) археологічні райони.

Культурна спадщина України в регіоні дуже різна і унікальна. У більшості випадків порівняти його неможливо, тому необхідно розглянути його детально. Тому розробка методологічного підходу до його дослідження та оцінки має велике практичне значення.

У державному реєстрі України налічується понад 13 мільйонів пам'яток, з яких 57 206 є пам'ятками археології (418 з яких мають загальнодержавне значення) і 51 364 є пам'ятками археології.

Історичні пам'ятки (147), 5926 – Пам'ятки монументального мистецтва (45), 16 293 пам'ятки архітектури, містобудування, садово-паркового мистецтва, ландшафтознавства (3541) [46, С.240]. У країні діє 61 історико-культурний заповідник, 13 з яких мають статус національних. До Списку всесвітньої спадщини ЮНЕСКО включені:

- Ансамбль історичного центру Львова
- Геодезична дуга Струве
- Первісні букові ліси Карпат
- Резиденція митрополитів Буковини та Далмації
- Дерев'яні церкви карпатського регіону
- Стародавнє місто Херсонес Таврійський і його хора (рис. 1.3).



Рис. 1.3. Стародавнє місто Херсонес Таврійський і його хора

Отже, культурна спадщина є важливим чинником соціального, економічного та духовного розвитку територій різного адміністративного рівня. Історико-культурне й природне багатство Закарпатської області надає їй реальні можливості для економічного та соціального піднесення і продукує такі потенційні вигоди: залучення внутрішнього інвестора для створення нових підприємств, робочих місць і розвитку нових видів бізнесу; збільшення податкових надходжень; диверсифікацію місцевої економіки; створення можливостей для державноприватного партнерства; приваблення відвідувачів; увіковічення місцевих традицій і культури; залучення інвестицій в історичні ресурси; плекання відчуття гордості за свою спадщину та рідну місцевість.

1.3. Теорія і практика розвитку історико-культурного туризму на світовому ринку

На міжнародному рівні питанням туристичних інститутів, а також поширенням інформації про культурну спадщину кожної країни займається Всесвітня туристська організація, яка діє під егідою Організації Об'єднаних

Націй. Організація була утворена в 1975-1-2 роках шляхом перетворення Міжнародної ради неурядових офіційних туристичних агентств. Її статут був прийнятий в 1975 р., і з 1980 року цей день відзначається як день Всесвітнього туризму.

Сьогодні WTO об'єднує 105 країн і має понад 150 асоційованих членів – міжнародних і національних туристичних організацій – і плідно співпрацює з ЮНЕСКО [36]. Рада виконує інформаційні та консультативні функції для подальшого розвитку всіх видів туризму, створює умови для встановлення соціальних і культурних зв'язків між державами.

Крім міжнародних, в кожній країні діють національні та регіональні Туристичні агентства, що займаються розвитком даного регіону всередині країни або в іншому регіоні. У Великобританії, наприклад, туристичний бізнес підпорядкований Асоціації британських турагентів. Вона складається приблизно з 3000 станцій і має понад 7000 офісів у різних регіонах країни [49, с.209]. Окрім невеликих туристичних агентств, ця організація включає такі великі компанії, як Томас Кук. В цілому туристичними програмами займаються 760 туроператорів-диспетчерів Асоціації та 336 компаній.

У Великобританії, США та Канаді спеціальна комісія розробила детальні плани щодо вивчення економічного потенціалу та можливостей подальшого розвитку регіону, історичних міст та сільської місцевості. Саме наявність об'єктів, що мають історичне і культурне значення, часто впливає на збільшення потоку відвідувачів. Згідно з британським опитуванням, 41% туристів висловили бажання відвідати те чи інше історичне місце, 38% - історичне місто. Ця причина вплинула на вибір Великобританії для туризму [49, с.281]. За підрахунками Американської асоціації, майже 50% туристів висловили бажання відвідати історичні та культурні місця під час поїздок по різних штатах США.

Інтеграція історичних будівель в структуру туризму здійснюється за кількома напрямками:

- використання об'єктів туристичного значення при розробці

- туристичних маршрутів;
- адаптація пам'яток історії та культури в якості музеїв, культурних центрів і зон відпочинку;
- переобладнання історичних будинків в готелі з урахуванням сучасних вимог озеленення або створення кемпінгів поблизу старовинних садиб;
- організація різних вистав, шоу-програм і фестивалів на базі історичних і культурних об'єктів.

Щоб визначити роль і розташування історико-культурних зон у розвитку туризму, можна звернутися до досвіду Національного форуму історичних міст Сполученого Королівства. Так, у Сполученому Королівстві Лондон, Бат, Брайтон, Брістоль, Кембридж, Кентербері, Оксфорд, Страдфорд-на-Ейвоні, Вінчестер, Йорк, Віндзор і Карлайл класифікуються як історичні міста [52, с.143]. Ці міста займають важливе місце на маршруті іноземних туристів. Туристи з інших країн складають 65%, і більшість з них живуть в історичних будинках, які були переобладнані в готелі. Кількість відвідувачів англійського міста різноманітна, в середньому 200 мільйонів на рік. Більшість з них їздять на своїх машинах.

Так, дослідження історичних міст Великобританії, проведене в 1967 і 1979 роках, було ініційоване Міністерством праці і британським товариством охорони спадщини, яке встановило, що історичний будинок являє собою важливий акціонерний капітал і економічне джерело доходу, оскільки туризм сприяє притоку іноземної валюти, створює робочі місця для жителів міста і збільшує податкові надходження до бюджету. У Віндзорі, наприклад, фінансові доходи від туризму досягають 13600 мільйонів фунтів стерлінгів, з яких 3200 мільйонів фунтів зафіксовані в місцевому бюджеті. В середньому в містах з аналогічною кількістю туристів місцевий бюджет отримує 20-25 тисяч фунтів стерлінгів [4, с.91].

За підрахунками Міністерства США, туризм щороку залучає до місцевого бюджету близько 500 мільйонів доларів. Однак такі цифри

свідчать про значну кількість історичних і культурних об'єктів і налагоджених системах обслуговування [55, с.11].

Частина цих коштів використовується для реалізації проектів з реставрації та збереження пам'яток та історичних ландшафтів, благоустрою територій історичної забудови, поліпшення умов відпочинку туристів і жителів регіону. Таким чином, існує взаємозв'язок між процесом належної організації туристичних послуг та умовами для збереження довкілля та історичної структури міст і селищ селищної адміністрації.

Культурні пам'ятки корінних народів континенту – індіанців, ескімосів і алеутів – займають важливе місце в туристичному бізнесі США і Канади. Вивченням їх культури займаються археологи. Виявлення археологічних артефактів, особливо в районах Гранд-Каньйону, Флориди, Арізони та Техасу, є археологічним та етнографічним явищем, яке зацікавило багатьох туристів.

В Америці особливе місце займає визначення і вивчення афроамериканської культури [47]. Наприклад, у місті Мейкон, штат Джорджія, був створений афроамериканський музей. У 1980 році під егідою Служби національних парків в Атланті був організований музей Мартіна Лютера Кінга, відомого політика і захисника прав і свобод африканського населення Сполучених Штатів. Музей став одним з головних культурних центрів міста, і щорічно його відвідують близько 1,80 мільйона вітчизняних та іноземних туристів [53]. Крім того, в інших містах штату, таких як Саванна, Колумбус і Мейкон, розроблені пішохідні та автомобільні маршрути до історичних місць, пов'язаних з історією афроамериканців [55]. Таким чином, використання культурної спадщини сприяє обміну різними культурами.

Цілі сталого розвитку 2016-2030



Рис.1.4. Сталий розвиток на 2016-2030рр.

Однак стрімкий розвиток індустрії туризму, збільшення потоку відвідувачів історичних і культурних об'єктів, без урахування можливостей регіону і без створення необхідної інфраструктури для побутового обслуговування, може призвести до негативних наслідків. В основному це стосується екологічних і санітарних проблем, які вирішуються місцевою владою. Тому при розробці програм з урахуванням туристичної перспективи кожного регіону обов'язково враховуються пропозиції муніципальних служб, надійно враховуються вимоги щодо створення умов для поліпшення життя жителів регіону і відпочинку туристів.

Загалом, культурна спадщина кожної країни вважається частиною культурних та соціальних ресурсів. Своєчасне виявлення, оцінка і дбайливе використання цих ресурсів принесе країні економічні вигоди. Цілком можливо поєднати збереження об'єктів, що мають історичне і культурне значення, з поліпшенням умов для відновлення економіки в районах з низьким промисловим або сільськогосподарським потенціалом. Розвиток сучасної індустрії туризму тісно пов'язане зі збереженням культурної спадщини кожної країни. Водночас ведеться моніторинг взаємного впливу процесу активізації туризму та збереження пам'яток історії та культури.

РОЗДІЛ II. СУЧАСНИЙ СТАН ВИКОРИСТАННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ

2.1. Стан та перспективи розвитку історико-культурного туризму на вітчизняному ринку туристичних послуг

Активне просування історико-культурних туристичних продуктів є важливою особливістю сучасного світового туризму. Основним маркером історико-культурного туризму є відвідування основних об'єктів, що характеризують історичні процеси і культурні явища, важливість яких полягає в залученні до духовності і культури світу, іноді за межами національних кордонів. Історико-культурні туристські ресурси мають соціальне та освітнє значення, становлять пізнавальний інтерес і є об'єктом туристичних виставок, до груп історико-культурних ресурсів, створених у процесі історичного розвитку конкретного регіону, належать Історичні пам'ятки, історико-архітектурні монументи, художні, етнографічні та народно художні пам'ятки [20].

Однак, як справедливо відзначають зарубіжні автори, історико-культурний туризм – це не тільки споживання культурних продуктів минулого, а й сучасних туристичних продуктів, пов'язаних зі знанням способу життя людей в різних регіонах. [58].

Близькість Європи як світового лідера в галузі історико-культурного туризму є потужним стимулом для діяльності українського туристичного бізнесу та важливим прикладом формування відповідної державної політики. Особлива роль історико-культурного туризму полягає в подоланні негативної тенденції переваги виїзного туризму над внутрішнім.

Музеї в Україні займають основне місце в сфері історико-культурного туризму. У 2000 році Міжнародна рада музеїв (ICOM) сформулювала Хартію про відносини між музеями та культурним туризмом, в якій зазначається, що музеї мають рівні права з туристичними агенціями та

беруть участь у розподілі прибутку від туристичної діяльності при розробці туристичних продуктів. Це означає більш активне впровадження моделі ринкового обслуговування при роботі з відвідувачами. Серед великих закладів культури музеї все ще є найбільш відвідуваним. Згідно зі статистикою, станом на 2017 рік в Україні налічувалося 574 музеї, які протягом року відвідали 16,4 млн осіб [15, с.10].

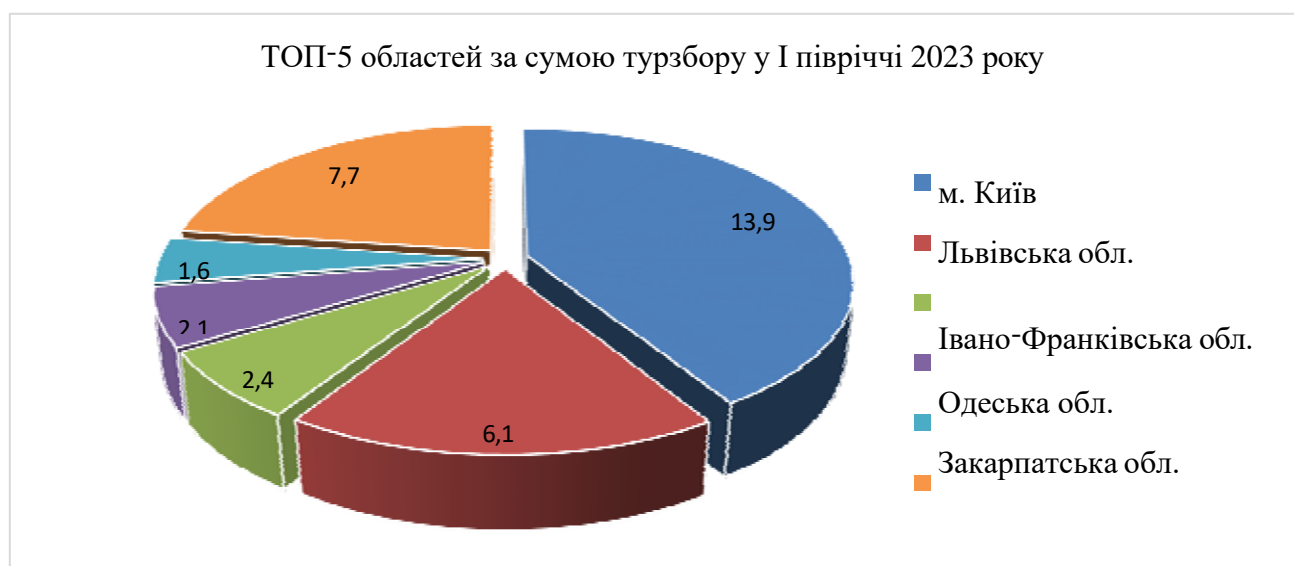


Рис. 2.1. Інформація щодо стану розрахунків із зведеним бюджетом за всіма видами податків і зборів

Однак сфера культури дуже вразлива перед соціально-політичними потрясіннями, зовнішніми загрозами і складними економічними умовами. Це підтверджує, що кількість відвідувачів музейних установ Києва значно скоротилася: з 2022 року до 5 616,8 тис., в 2023 році – до 3 539,0 тис. в українській столиці на концерти стало ходити досить багато глядачів: якщо в 2019 році їх було 866 тисяч, то в 2020-му – всього 602 тисячі слухачів [14].

Державна політика України щодо виявлення, охорони та консервації пам'яток історії та культури є основною основою для розвитку туризму. Процес виявлення та реєстрації пам'яток історії та культури об'єктивно сприяє включенню пам'яток історії та культури в туристичний маршрут. Станом на 2017 рік зареєстровано 130 тисяч історико-культурних об'єктів нерухомої спадщини. За роки незалежності змінилися базові основи сфери

охорони пам'яток: відродження країни і принципи української держави були в центрі її діяльності. На пам'ятнику знайшли та зареєстрували новий пам'ятник доби козацтва, національно-визвольного руху України, пам'ятник - пам'ятник Голодомору та свідчення політичних репресій.

Особливість історико-культурного потенціалу України полягає в тому, що об'єктом інтересу туристів є не тільки історичні та культурні об'єкти, а й міста та інші населені пункти. Список історичних поселень України включає в себе 401 населений пункт, крім того, в країні налічується 1399 історичних міст і сіл, налічується понад 8000 сіл з цінною історико-культурною спадщиною, налічується близько 7 мільйонів історичних пам'яток [19].



Рис. 2.2. Насиченість регіонів України об'єктами культурної спадщини України (рейтингова оцінка)

Реєстрація, декомунікаційне та ідеологічне оновлення пам'ятки у сфері охорони пам'ятки сприяли розширенню історико-культурної бази туризму та створили можливість залучення цих об'єктів до туристичного маршруту. У відповідь тематика екскурсії була оновлена, вона стала більш

різноманітною і відповідала новим викликам часу. У посткомуністичну епоху з'явилися нові цікаві туристичні та екскурсійні маршрути, що розкривають різні аспекти історичних подій і процесів, популяризують спадщину всіх історичних періодів української історії.

Туризм є важливою складовою історико-культурного туризму, але він безпосередньо залежить від економічної ситуації і добробуту громадян. Нинішній показник кількості туристів в Україні значно менший, ніж у 1980-х роках. Негативна тенденція полягає в тому, що туризм і туристична діяльність є бізнесом невеликого числа туристичних агентств і підприємців. Кількість туристів в Україні показує кількість туристів в Україні. Станом на 01.01.2017 туристичною діяльністю займалися 64 туристичних підприємства та 87 індивідуальних гідів; у сукупності вони є суб'єктами 151 туристичної діяльності або 4,3% від їх загального числа [30, С.426]. Важливо підвищити рівень підготовки гідів, необхідність сертифікації персоналу, різноманітність тематик і необхідність оновлень з урахуванням індивідуальних потреб туристів.

Розвиток історичного та культурного туризму, як і інших видів, залежить від реалізації державної політики в галузі розвитку інфраструктури, внутрішнього повітряного транспорту та поліпшення сфери послуг України для полегшення пересування з боку держави, зокрема для розширення залізничного та повітряного сполучення між обласними центрами, а також від розвитку інфраструктури внутрішнього повітряного транспорту. базове вирішення проблеми неадекватних дорожніх умов великий потенціал внутрішнього туризму дозволяє українським громадянам, про це свідчить кількість поїздок, здійснених з різними цілями. Наприклад, у першій половині 2018 року населення здійснило близько 6500 мільйонів поїздок. За даними мобільного оператора, найбільш популярними серед туристів були зафіксовані переміщення близько 1800 млн абонентів Київської області, Львівської області - 400 млн, Полтавської області – 340

млн, Житомирської області – 330 млн, Черкаської області – 320 млн абонентів [41].

На сучасному етапі, завдяки діяльності громадських організацій, організацій у сфері туризму, експертних об'єднань гідів та екскурсоводів-екскурсоводів, тенденція до внутрішнього туризму, особливо історико-культурного інтересу, відроджується тільки на основі принципово нових концепцій, що відкривають громадянам світ української історії та культура, яка ще багатьом не відома.

2.2. Аналіз туристичних об'єктів регіону

Туризм в Україні є однією зі складових національної економіки та соціально-культурного життя держави. Сьогодні він переживає складний період адаптації до мінливих умов всередині країни і за кордоном і формування ринкового середовища. Активно пропагується створення і розвиток туристичних баз. У статті аналізується поточний стан, проблеми та перспективи розвитку туризму та рекреаційних можливостей у Волинській області.

Волинська область відрізняється помірно-континентальним кліматом, важливими лісами і водоймами, а також багатою флорою і фауною. Велика частина території знаходиться під охороною. Район підходить для освіти, відпочинку, етнічного, водного, екотуризму та полювання. У тому числі Шацький природний національний парк, 74 заповідники (5 державного значення), 107 пам'яток природи (3 державного значення), 22 особливо охоронюваних природних території, 5 парків – пам'яток садово-паркового мистецтва місцевого значення, ботанічні сади Волинського національного університету, на Волині налічується 209 територій та об'єктів природоохоронних фондів. Кліматичні умови, важливий масив приміських лісів, водойми, запаси торф'яних лікувальних грязей, відомі джерела мінеральної води в регіоні сприяють розвитку в ньому туризму.

Найцікавішими є архітектурні та археологічні пам'ятки доби Київської Русі у Володимирі-Волинському, історико-культурні та архітектурні пам'ятки Луцька, зокрема замок вище XIII-XIV століть, літературно-меморіальний музей Лесі Українки в селі Колодяжний, меморіальний комплекс жертвам фашизму в селі Кортеліс [1].

Однією з важливих передумов відвідування туристами Волинської області є проведення міжнародних заходів, зокрема, в регіоні регулярно проводиться велика кількість фестивалів: «Поліське літо з фольклором» проводиться з 1994 року. У рамках фольклорного заходу відбудуться гала-концерти та фестивалі концертних програм. Урочиста хода учасників фестивалю. Ярмарки майстрів української народної творчості та країн-учасниць фестивалю. І багато інших заходів: «Меч Луцького замку»; «таємниця Різдва». Фестиваль Бандерштат – це 3 дні неповторної атмосфери і незабутніх вражень.

Найбільш цікавим для туристів є місто Луцьк, обласний центр. Волинський музей іконопису (серед унікальних експонатів сакрального мистецтва особливе місце займає Холмська чудотворна ікона Божої Матері – пам'ятник візантійської іконографії XI-XII століть), названий на його честь. Лесі Українки, парк 900-річчя Луцька, будинок Лесі Українки, Покровська церква (пам'ятка архітектури XV століття. Тут було знайдено унікальний витвір мистецтва–ікона «Волинської Божої Матері», написана в XIII-XIV століттях. Церква Святого Хреста (пам'ятка архітектури 1617, 1702 рр. Тут похований Данило Братковський), Євангельська церква (побудована на місці монастиря кармеліток між 1904 і 1907 роками. У 1990 році він був відреставрований парафіянами і вражає своєю величчю і багатим внутрішнім оздобленням), кафедральний собор Святої Трійці (пам'ятка архітектури XVII століття. Тут знаходився монастир Бернардинів. Зараз в його стінах знаходиться Українська Православна семінарія), Церква святих Петра і Павла (в 1606-1610 роках церква була побудована в стилі раннього бароко архітектором Якубом Бріано руками волинських майстрів

Майка, Климовича та інших). Але найцікавішою пам'яткою для туристів є Луцький замок (заснований великим князем Любартом в 1340-1384 РР.Н. Е. і добудований в період правління князя Свидригайла в 1430-1542 рр. н. е.). Він має 3 високі прямокутні вежі. Вежа Любарта, або в'їзна вежа, виділяється своєю грандіозністю і архітектурою, на висоті 27 метрів, в південно-східному куті замку височить вежа Свидригайла, або Стирова. З північного боку замку знаходиться висотою 27 метрів 3-тя вежа Алі - Владики висотою 13,5 метрів. Загальна протяжність стін і веж Луцького замку становить 240 метрів. На сьогоднішній день залишки церкви Святого Іоанна Богослова, найстарішої будівлі в місті, знаходяться в центрі замку, а таємниче підземелля знаходиться під замком. У 1985 році було прийнято рішення уряду оголосити комплекс архітектурних споруд старого міста Державним історико-культурним заповідником [1].

Волинська область люб'язно запрошує туристів в Шацький національний парк-унікальний природний комплекс, що включає в себе 23 озера карстового походження. Заснована в 1983 році, вона займає площу 328 000 га і простягається на 18 км з півночі на південь і на 25 км із заходу на схід. Він розташований у басейні річок Західний Буг та Прип'ять. Село Шацьк є адміністративним центром національного парку та району, в якому він розташований. На захід від Шацька, на відстані кількох кілометрів, відкривається широка гладь перлини озера Світязь, найбільшого з природних озер України. Його глибина становить 58,4 метра, довжина - 9,3 км, а ширина – 4,8 км. площа водного дзеркала становить 2750 гектарів. Його живить фонтан, а вода дуже прозора і м'яка. Посеред озера знаходиться острів площею близько 7 гектарів. До складу національного парку також входять Пулимецьке озеро, озеро Пісочне і озеро Люцимер, глибина яких становить 4-20 метрів. Щороку безліч туристів, волинців і гостей нашого регіону зачаровуються красою озера. На території парку росте близько 800 видів рослин, серед яких чимало незвичайних. На Шацькому озері мешкає понад 30 видів риб. У віддалених куточках

багатолітнього лісу гніздяться рідкісні чорні лелеки, сірі журавлі, а також мешкають олені, лосі, вовки, кабани, козулі, лисиці, зайці і ондатри. Природа створила тут унікальні умови для відпочинку та оздоровлення. У 1968 році на березі озера Світязь була побудована комфортабельна туристична база – пансіонат «Шацькі озера», розрахований на 600 осіб [2-3].

З метою оптимізації поточної ситуації з туристичною інфраструктурою в районі обстеження ми пропонуємо прийняти ряд першочергових заходів:

- удосконалити нормативно-правову базу для туристичної діяльності на районному рівні;
- туристична експозиція встановлення туристичних інформаційних дорожніх знаків, що інформують про місцезнаходження об'єктів, інформаційних покажчиків для баз відпочинку, сільських туристичних напрямків українською та англійською мовами;
- існуючі покращення та розробка нових туристичних маршрутів;
- шукайте альтернативні джерела фінансування та збільшуйте суми для залучення інвестицій у розвиток інфраструктури галузі;
- розвиток зон відпочинку;
- будівництво нових об'єктів інфраструктури відповідно до європейських стандартів та реконструкція існуючих об'єктів інфраструктури;
- надання інформаційної допомоги галузі в цій області шляхом вдосконалення рекламних проектів.

Забезпечує галузь кваліфікованими фахівцями в області управління туризмом, туристичної діяльності, управління готелями і ресторанами.

В результаті Волинська область володіє значним туристичним потенціалом, який реалізується на недостатньому рівні. Але сьогодні ми можемо сказати, що Волинь впевнено рухається до того, щоб стати центром туризму та рекреаційної діяльності. Впровадження заходів, присвячених туризму в Україні, має стати потужним стимулом для ще більш швидкого і впевненого руху в цьому напрямку.

Таблиця 2.1

Розподіл пам'яток архітектури Волинської області за районами

<i>Назва району</i>	<i>Кількість пам'яток архітектури, одиниць</i>	<i>Кількість пам'яток архітектури національного значення, одиниць</i>	<i>Кількість пам'яток архітектури місцевого значення, одиниць</i>
Луцький	133	57	76
Володимирський	99	14	85
Ковельський	101	58	42
Камінь-Каширський	50	9	41
<i>Загальна кількість</i>	383	140	254

Згідно з таблицею, практично всі райони області володіють певними культурними та історичними ресурсами, які визначають потенціал для розвитку певних видів туризму. Крім того, існує певна закономірність, що райони з високим рівнем забезпеченості природно-географічними ресурсами мають менше пам'яток історії та культури [13].

Важливість видів туристичних ресурсів, що вивчаються в цьому розділі, обумовлена тим фактом, що в розвинених країнах світу історичні пам'ятки активно використовуються з метою отримання прибутку. Деякі країни, такі як Італія та Франція, мають значну частину доходу, отриманого від рекреаційного сільського господарства. Вони отримують вигоду від вмілого використання історичного та культурного потенціалу. Цьому сприяє велика кількість пам'яток, їх висока художня цінність, відмінне зберігання і вміла організація туристичних послуг.

Якщо говорити конкретно про Волинську область як про науково-дослідну територію, то унікальність її географічного положення, хороші природні умови в поєднанні з багатими ресурсами сприяли розвитку великих населених пунктів. Будівництво укріплень і священних споруд, які отримують дохід від торгівлі, завжди було дуже успішним, тому що з часів Галицько-Волинського князівства активна торгівля сіллю проходить через територію Волинської області і закінчується сучасністю. Тому що регіон є важливим транзитним пунктом для імпорتنих та експортних відносин між

Україною, Польщею та Білоруссю. У той час Волинь була важливою територією з комерційної точки зору і місцем концентрації потужних матеріальних ресурсів, які використовувалися протягом всієї історії регіону. Вона неодноразово спрямовувалася на будівництво замків, фортифікаційних споруд і сакральних споруд, які зараз є об'єктом інтересу туристів і пов'язані з основним потенціалом розвитку культурно-історичних видів туризму.

Важливість видів туристичних ресурсів, що вивчаються в цьому розділі, обумовлена тим фактом, що в розвинених країнах світу історичні пам'ятки активно використовуються з метою отримання прибутку. Деякі країни, такі як Італія та Франція, мають значну частину доходу, отриманого від рекреаційного сільського господарства. Вони отримують вигоду від вмілого використання історичного та культурного потенціалу. Цьому сприяє велика кількість пам'яток, їх висока художня цінність, відмінне зберігання і вміла організація туристичних послуг.

Якщо говорити конкретно про Волинську область як про науково-дослідну територію, то унікальність її географічного положення, хороші природні умови в поєднанні з багатими ресурсами сприяли розвитку великих населених пунктів. Будівництво укріплень і священних споруд, які отримують дохід від торгівлі, завжди було дуже успішним, тому що з часів Галицько-Волинського князівства активна торгівля сіллю проходить через територію Волинської області і закінчується сучасністю. Тому що регіон є важливим транзитним пунктом для імпорتنих та експортних відносин між Україною, Польщею та Білоруссю. У той час Волинь була важливою територією з комерційної точки зору і місцем концентрації потужних матеріальних ресурсів, які використовувалися протягом всієї історії регіону. Вона неодноразово спрямовувалася на будівництво замків, фортифікаційних споруд і сакральних споруд, які зараз є об'єктом інтересу туристів і пов'язані з основним потенціалом розвитку культурно-історичних видів туризму.

Згідно з історичними та культурними особливостями освоєння території сучасної Волинської області, найбільш високорозвиненими містами зараз є Луцьк і Володимир-Волинський, де зосереджені найбільш популярні об'єкти, що представляють інтерес для туристів, підтверджуючи статистичні дані, наведені в таблиці 2.1.

Таким чином, найвідомішою з історичних та архітектурних пам'яток міста Луцька є Луцький замок (XIII-XIV ст. Собор Петра. Апостолів Петра і Павла (1639), свято з монастирем єзуїтів і підземеллям; Архітектурні комплекси, такі як Троїцький собор (1752-1755), Луцьке братство (1634).

Потім йде Володимир-Волинський, населений пункт з багатим історичним минулим, який залишив після себе безліч цікавих пам'яток. Можна сказати, що саме це місто колись відіграло важливу роль у формуванні великої української держави, яка називається Великим князівством Київським. Головними архітектурними пам'ятками, які збереглися тут до наших днів і, ймовірно, цікаві туристам, є Успенський собор (1160 р.), Церква Василя Блаженного (XIII-XIV ст.), собор Різдва Христового (1718-1755 рр.) та інші.

На закінчення можна з упевненістю сказати, що на території Волині знаходиться безліч пам'яток історії та культури, які використовуються для туристичної діяльності. Але, тим не менш, багато хто з них не розкривають повною мірою свій потенціал, а чимало сакральних об'єктів взагалі не використовують свої пам'ятки.

Це, як правило, обумовлює формування туристичних брендів у свідомості потенційних туристів Волинської області. Якщо брати до уваги місто Луцьк, як фінансовий і культурний центр регіону з безліччю фестивалів. Він має можливість перетворитися на туристичний центр Рівне-Львова, який є предметом залучення в екскурсійну програму таких пам'яток, як Архітектурний комплекс Луцького братства та Свято-Троїцький кафедральний собор, оскільки призначений для певної категорії туристів, ці будівлі становлять високий інтерес для туристів і можуть можна

поєднувати з діловими поїздками в обласний центр. Це. На нашу думку, Володимир-Волинському необхідно наступне

Проведено реставрацію стін міської фортеці періоду Великого князівства Київського, а також велику увагу приділено будівлям Василівської церкви-ротонди та її околицям, тому аналоги їй у всій Європі практично ідентичні.

РОЗДІЛ 3 ШЛЯХИ ТА МОЖЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНИХ МАРШРУТІВ НА ВОЛИНІ

3.1 Можливості використання існуючого туристичного потенціалу

На вплив туризму в світі в значній мірі впливають зміцнення контактів, встановлення добрих відносин між країнами, поліпшення взаєморозуміння між людьми, зміцнення авторитету держави на міжнародній арені, розвиток його ідентичності та іміджу, формування національної гідності, вдосконалення особистості і суспільства, стимулювання світової торгівлі, гуманітарної сфери, міжнародних відносин. співпраця, відродження культурної спадщини і традицій, залучення інвестицій, розвиток інфраструктури, сільського господарства і т.д. щоб внести свій вклад, його важко недооцінити.

Само собою зрозуміло, що найважливішою соціальною умовою розвитку туристичної інфраструктури є Населення країни або дестинації, яке є об'єктом як туризму, так і розвитку туристичної інфраструктури.

Що стосується чисельності населення, то розвиток туризму безпосередньо від чисельності населення не залежить, тому цей показник можна вважати чисто символічним.

Волинська область була обрана в якості бази дослідження, оскільки сьогодні це одне з найбільш перспективних напрямків для гірськолижного, водного та інших видів туризму завдяки особливому інтересу з боку національних і міжнародних туристів і наявності добре розвинених транспортних мереж і туристичних ресурсів.¹

Основні передумови для розвитку туризму в регіоні найбільш об'єктивно відображені в SWOT-аналізі (див.таблицю 3.1).

Як видно з таблиці, сильних сторін і можливостей для посилення розвитку туризму у Волинській області не так багато, але вони важливі і перспективні. Реалізація цих аспектів потребуватиме значного

фінансування, але це не тільки дасть результати, але і виведе регіон на більш високий рівень. Вищевказані слабкі сторони і загрози вже давно закладені в основи туризму в регіоні, і для їх усунення потрібні великі зусилля.

У багатьох країнах культурна спадщина країни є потужним фактором формування туристичних потоків. На майбутній розвиток туристичного ринку впливає ряд важливих факторів: демографічні зміни, економічне і соціальне становище населення, рівень освіти, тривалість відпустки, професійна зайнятість і т. д.

Таблиця 3.1.

SWOT-аналіз

<i>Сильні сторони</i>	<i>Слабкі сторони</i>
<ul style="list-style-type: none"> - Вагомий туристичний потенціал - Багато історико-архітектурних об'єктів - Добре розвинута транспортна розв'язка - Багаті природно-рекреаційні ресурси - Вигідне географічне розташування 	<ul style="list-style-type: none"> - Недостаньо рекламно-інформаційних послуг - Нерозвиненість туристичної інфраструктури - Не достатнє залучення науковців у формування іміджу Луцька
<i>Можливості</i>	<i>Загрози</i>
<ul style="list-style-type: none"> - Залучення інвестицій у перспективні види туризму: освітній, культурно-історичний, екологічний - Транскордонне співробітництво, розробка спільного туристичного продукту - Розвиток зеленого туризму на території національних парків - Покращення промоції 	<ul style="list-style-type: none"> - сусідство з білорусією, загроза наступу - не належна організація праці та рівень оплати - мала кількість туристів - не задовільний стан деяких історико-культурних об'єктів

Повномасштабне вторгнення росії в Україну, Волинь межує з Білоруссю і постійна загроза нападу на Україну значно скорочує місцеві фінансові надходження, оскільки Державне агентство з розвитку туризму підраховує, скільки державний бюджет України втратив у вигляді податків від туристичної галузі в результаті війни.

У 2022 році представники української туристичної галузі сплатили податків на суму 2 023 188 600 тисяч гривень у 2021 році, що на 31% менше, ніж 1 051 182 тисячі гривень, що надійшли до бюджету.

Таким чином, загальна кількість платників податків, які здійснюють туристичну діяльність, за рік скоротилася на 17%. Водночас кількість юридичних осіб скоротилася на 14%, а фізичних - на 18%.

Найбільшу частку надходжень до держбюджету в минулому році забезпечили готелі - 898 мільйонів гривень. Однак ця сума все одно на 30% менша, ніж у 2021 році. Тоді до бюджету надійшло 10 мільярдів 2800 мільйонів гривень.

Податки, сплачені з пансіонатів та гуртожитків, які використовуються як тимчасові притулки для людей, змушених покинути свої будинки через війну, зросли на 46%. Водночас частка податків, сплачених від діяльності туристичних баз, кемпінгів та дитячих оздоровчих таборів, знизилася до 2021 року на 3% порівняно з 2800 млн.57 грн.

Податки від діяльності туроператорів знизилися на 35% - у 2022 році порівняно з 2021 роком було виплачено 259 млн 5 тис.грн, до державного бюджету-167 млн 858 тис. грн.

Діяльність туристичних агентств також скоротилася на 27%, у 2022 році вони сплатили до державного бюджету 2400,795 тис. податків, порівняно з 2021 роком, коли до державної скарбниці було виплачено 27 900,265 тис.

Зрозуміло, що Волинська область володіє великим туристичним потенціалом, який реалізується на недостатньому рівні. Принаймні, не через недоліки туристичної інфраструктури. Тому я пропоную наступні дії щодо поліпшення туристичної галузі в регіоні:

1. Створити туристичний портал, де туристи зможуть дізнатися «Все про туристичні маршрути Волині». Зробити його доступним як онлайн, так і по телефону. Але воно повинно бути на різних мовах.

2. Забезпечити подальший розвиток туризму шляхом реконструкції. З цією метою здійснюється розширення власної матеріальної бази із залученням ресурсів з інших галузей економіки та іноземних інвесторів. Здійснювати будівництво туристичних готелів, баз, кемпінгів, підприємств

автомобільного транспорту, доріг, магазинів та інших підприємств торгівлі та громадського харчування.

3. Пропонуємо просувати певні туристичні напрямки за кордоном. Це може відбуватися на телебаченні, в Інтернеті, на культурних заходах та багатьох інших заходах за межами країни. Це може рекламуватися як об'єкт конкретної місцевості. Це, в свою чергу, обумовлює формування туристичного бренду в свідомості потенційних туристів Волинської області. Що стосується самого обласного центру, то Луцьк як фінансовий і культурний центр регіону, де проходить безліч фестивалів, має можливість перетворитися на туристичний центр. Це буде рівносильно Львову. Однак, тільки в тому випадку, якщо ви берете участь в екскурсійній програмі. Такі пам'ятки, як Архітектурний комплекс Луцького братства і кафедральний собор Святої Трійці. Адже для певної категорії туристів ці будівлі викличуть великий туристичний інтерес. І це можна поєднати з діловою поїздкою в обласний центр;

4. Підвищити якість туристичних послуг. Як зазначено вище, необхідно провести будівництво. Різні туристичні готелі, бази та кемпінги, автодорога, ресторан, кафе. Також необхідно стандартизувати (сертифікувати) діяльність гідів-інструкторів в області безпеки подорожей. Пов'язану з проходженням туристичних (екскурсантиських) маршрутів, що становлять небезпеку для їх життя і здоров'я. З цією ж метою для зміцнення єдності культурного та інформаційного простору регіону та України необхідна Стандартизація (сертифікація) діяльності гідів, екскурсоводів-провідників (перекладачів), а це включає в себе надання українцям та іноземним туристам повної і достовірної інформації про матеріальні і духовні цінності нашої країни. Включаючи історичну та культурну спадщину, а також роль і місце туризму в сучасному світі. У туристичних зонах необхідно передбачити всі важливі показники, що стоять не тільки українською, а й іноземними мовами;

5. Володимир-Волинський, на наш погляд, необхідно відновити стіни міської фортеці часів Київської Русі. Також потрібна велика увага приділити церкві-ротонді Василя Блаженного і навколишнім будівлям, оскільки аналогів їй у всій Європі дуже мало;

6. Також необхідно розробити нові тури і перспективні схеми розвитку туризму, екскурсій і відпочинку. Тому що в регіоні зараз багато історичних і культурних об'єктів. Деякі взагалі не використовуються в туристичній діяльності. Волинська область має потенціал природних ресурсів через наявність великої кількості водних об'єктів і значних площ, вкритих лісами. Для залучення необхідних інвестицій в майбутньому дуже важливо зберегти і примножити існуючі природні ресурси регіону.

7. Створити широкий спектр прокату туристичного та спортивного спорядження. Наприклад, Легкові автомобілі для водіїв або інвентар для велосипедів і човнів.

Пропонується знайти фінансування за рахунок власної матеріальної бази. І шляхом залучення для цієї мети ресурсів з інших секторів економіки та іноземних інвесторів.

3.2. Стратегія розвитку туризму шляхом аналізу нового історико-культурного маршруту, етапи впровадження

Тур – це програма, в якій реалізується мета перебування за межами постійного місця проживання, складена з урахуванням індивідуальних побажань і комплексу заходів щодо її реалізації на відповідному якісному рівні.

Розробка ідеї туру полягає в проведенні дослідження деяких ідей, щоб визначити, що є найбільш привабливим.

Визначається наступне:

* Цільовий напрямок для орієнтування на конкретних споживачів туристичних послуг.

*Сезонність.

* Напрямок.

* Приблизний зміст основного набору послуг. Метод:

* «Мозковий штурм». Цілеспрямований процес генерування нових ідей з метою формування якомога ширшого їх спектру супроводжується аналізом і відбором найбільш перспективних.

* Спостереження. Частково запозичте ідею туру і будьте знайомі з діяльністю інших туристичних компаній, які можуть адаптуватися до ситуації в регіоні.

* Особистий досвід туроператора, знання сфери ринку, вміння прогнозувати.

Проаналізуйте та визначте свої здібності:

* Відповідність ідеї туру очікуванням споживачів.

* Виявлення ринкових можливостей.

* Рейтинг конкуруючих турів.

* Визначення можливості пошуку і вибору постачальника туристичних послуг для реалізації ідеї туру.

Принципи підходу до пошуку партнерів і постачальників послуг:

* Туристичні компанії повинні орієнтуватися на довгострокове співробітництво.

* Співпраця повинна бути взаємовигідною для обох сторін і мати перспективи розвитку.

* Партнер повинен бути досвідченим учасником ринку туристичних послуг або близького до нього ринку, володіти якостями, необхідними цільовим споживачем.

* Послуги, що надаються різними постачальниками, повинні відповідати однаковому рівню та стандартам обслуговування.

* Послуги, що надаються партнером, повинні повністю відповідати стандартам.

Туристичні агентства-партнери виконують наступні функції:

- * Вивчення потенційних потреб туристів в турах і туристичних програмах;
- * Створення маршрутів і перспективних програм обслуговування туристів;
- * Взаємодія з постачальниками послуг;
- * Розрахунок вартості туру і визначення ціни;
- * Проведення туру;
- * Методична підтримка турів;
- * Забезпечення туристів необхідним і спеціальним обладнанням, сувенірами, рекламною та інформаційною продукцією;
- * Навчання, підбір і призначення фахівців для туристичних маршрутів (гідів ,інструкторів, гідів-перекладачів і т. д.);
- * Рекламно-інформаційні роботи з просування туристичних продуктів споживачам;
- * Управління якістю, надійністю та безпекою туризму
- * Технічне обслуговування.

Формування основного і додаткового пакетів послуг - це дія по завершенню туру послугами партнерів і постачальників на основі реальних пропозицій.

Елементи, які складають основу туру:

- * Мета туру.
- * Розробка туристичних маршрутів.
- * Визначення транспортних засобів на маршруті.
- * Планування пакету основних послуг на маршруті.
- * Планування програми туру, що визначає мету поїздки.
- * Визначення тривалості туру.
- * Визначення та коригування цін на майбутні тури.

Основними послугами, пропонованими туроператорами, є:

- * Візова підтримка;
- * Організація транспортування;

* Проживання, передбачене умовами подорожі (місце тимчасового перебування на відпочинку) і місце його прибуття в країну назад з пересадкою, а також інші місця транспортування в країні проживання.;

*Проживання;

* Харчування.

* Туристична страховка;

* Організація екскурсій і дозвіллевих заходів.

До категорій додаткових послуг зазвичай відносяться:

* Послуги екскурсоводів і перекладачів;

* Послуги з ремонту обладнання;

* Послуги прокату;

* Обмін валюти;

* Телефон, Пошта та інші види зв'язку;

* Побутові послуги.

Експериментальна перевірка нового туру – це заключний етап, на якому необхідно протестувати готовий тур, який включає в себе наступний етап:

Етап I: новий тур, ведуться дослідження з розробки продукту. Ця робота виконується групою економістів, соціологів, архітекторів та експертів з туризму. На даному етапі проводяться дослідження попиту і ринків, розробляються концепції і туристичні програми, а також тривають дослідження економіки і цін.

Етап II: проводиться експериментальна оцінка розробленої послуги або туристичного продукту. Для цього повинні бути виконані наступні умови: Тури, послуги та розробка продукту проходять в «натуральну величину» (експериментальний заїзд, пілотна група і т.д.). Для моніторингу популярності пропонованої туристичної послуги або продукту (відгуки туристів, запити клієнтів) відводяться певні часові рамки. клієнт).

Етап III: проводиться впровадження експериментальної перевірки турпродуктів, розробка технічної документації (карти туристичних

маршрутів, контракти, розклади прибуттів, сервісні програми, ваучери, договори з клієнтами, путівки і т.д.), модернізація робочого місця і навчання персоналу.

Етап IV: формується система управління виробництвом і маркетингом нових турпродуктів, яка забезпечує їх впровадження і постійну модернізацію за бажанням клієнтів.

ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНИЙ 1-ДЕННИЙ ТУР «СЛІДАМИ ДАНИЛА ГАЛИЦЬКОГО»

Маршрут: Жидичин (Жидичинський Свято-Миколаївський монастир) - Володимир. (Василівська церква-ротонда). Протяжність – 270 км (рис. 3.1).

Програма:

9.00 – виїзд з Луцька до Жидичина (екскурсія по монастирю)

12.00 – переїзд до м.Володимира

12.30 – обід

14.00-15.30 пішохідна екскурсія містом Володимир (з обов'язковим візитом до церкви-ротонди, яку за легендою побудував Данило Галицький).

16.00-17.00 – екскурсія монастирем Святогірським Успенським Зимненським ставропігійним монастирем.

18.30 – повернення до Луцька.

Вартість туру: на групу 15-17 чоловік – 650 гривень з людини. У

вартість туру входить:

- переїзд;
- екскурсії протягом туру;
- обід;
- страховка;
- хороший настрій і загадкова атмосфера.

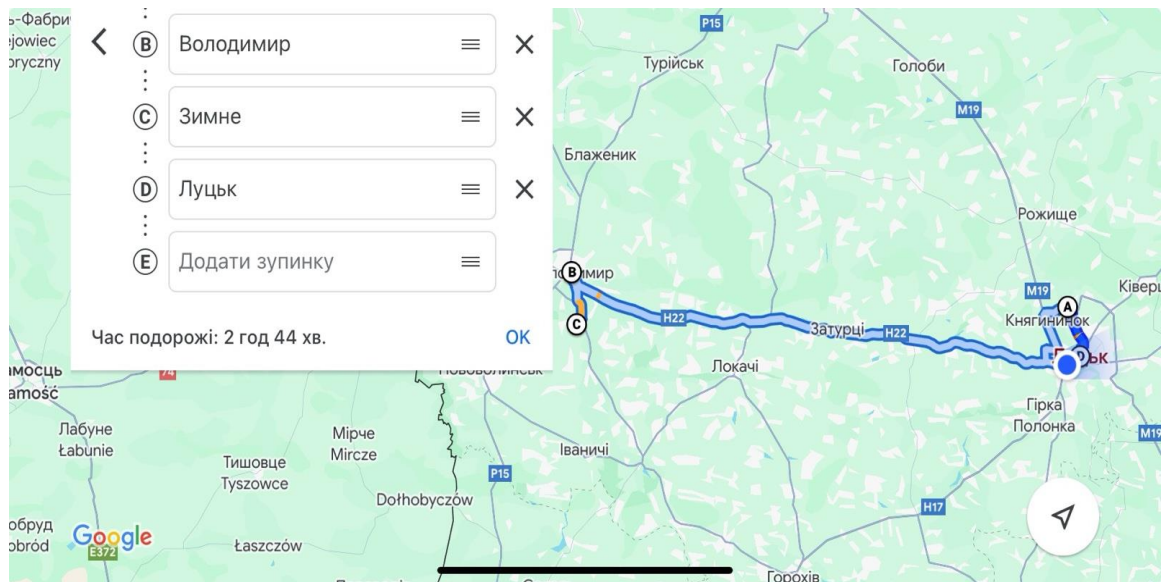


Рис.3.1 Схема історико культурного маршруту

Особливості просування культурного туру.

Туризм за своїми основними характеристиками не має принципових відмінностей від інших форм економічної діяльності. Таким чином, всі існуючі положення сучасного маркетингу можуть бути в повній мірі застосовані до туристичного сектору [19].

Цей новий тур має три основні маркетингові особливості:

- встановлення точок контакту зі споживачами;
- розробка;
- контроль.

Встановлення контактів має на меті переконати потенційних клієнтів, що екскурсії та існуючі послуги, визначні пам'ятки та очікувані вигоди повністю відповідають тому, що хочуть самі туристи.

Розробка включає в себе проектування інновацій, які можуть надати нові можливості для продажу туристичних продуктів. Планується розробити туристичні брошури і запропонувати їх постійним і корпоративним клієнтам компанії для анонсу турів на веб-сайті компанії.

Control аналізує результати заходів з просування туру на ринок, і в якій мірі ці результати відображають повне і успішне використання потенціалу цього туру.

Спрямованість мети турмаркетингу ґрунтується на колі проблем, які необхідно вирішити як в короткостроковій, так і в довгостроковій перспективі. Водночас це визначає вибір форми, методу та напрямку маркетингової роботи, які компанія вважає своїми власними пріоритетами. Такі фактори, як ринкові умови та рівень конкуренції в туристичній індустрії, також відіграють важливу роль.

Щоб ви завжди були в курсі всіх змін на ринку туристичних послуг, швидко реагували і могли вносити вигідні для вас зміни, Туристичні агентства завжди готові допомогти Вам максимально ефективно використовувати Ваш час на ринку туристичних послуг. Дослідження проводиться з використанням різних методів, оскільки маркетинг передбачає вивчення не тільки фактичного стану об'єкта, але і складності прогнозування:

Проводиться особисте опитування з метою виявлення переваг клієнтів туру щодо спектру пропонованих послуг, їх якості, їх потреби і т. д.

Метод анкетування використовується для опитування великої кількості людей, які знаходяться в різних місцях і мають різні інтереси. Опитування проводиться спеціальним агентством, яке збирає інформацію для кожної анкети або по телефону, факсу, Інтернету, або особисто. Також можливе проведення опитувань шляхом розсилки опитувальних листів компаніям, організаціям, приватним адресами і подальшого збору.

Загальною метою маркетингових досліджень є визначення умов, при яких гарантується найбільш повне задоволення попиту населення на туристичні послуги і створюються передумови для ефективного маркетингу. У зв'язку з цим основним завданням маркетингових досліджень є оцінка поточного співвідношення попиту і пропозиції туристичних послуг, тобто ситуації на ринку.

Рекламно-інформаційна підтримка. Туристична реклама є активним засобом реалізації маркетингової політики туристичних компаній щодо просування туристичних продуктів та зміцнення зв'язків між виробниками та споживачами туристичних продуктів.

Реклама – це засіб поширення інформації, створення уяви про продукт, надання йому впевненості та переконання людей, що стимулює бажання придбати цей продукт [23]. Туристичні компанії пропонують наступні оголошення про нові тури:

Початковий-створення нових продуктів для певного ринку шляхом надання докладних даних, брошур для постійних клієнтів і корпоративних замовників, оголошень на веб-сайті компанії.;

Конкурентний – шляхом виділення рекламованих туристичних продуктів з великої кількості аналогічних продуктів, пропонованих конкуруючими туристичними компаніями.

Розробка ідей, вибір рекламних каналів, підготовка текстів, візуальних ефектів та інших матеріалів – все це входить в обов'язки менеджера з реклами. Рекламні агентства залучаються для проведення масштабних рекламних акцій. Також будуть проводитися обмежені рекламні акції, такі як реклама в газетах, на радіо, телебаченні, листівки, плакати, призначені для споживачів, інформаційні листи та звернення до посередників і партнерів.

Основними принципами реклами є її правдивість, надійність і етичність. Нові канали розповсюдження реклами включають: Засоби масової інформації: журнали «Вояж Плюс», «Мандри», «Туризм і відпочинок», Інтернет. Зокрема, пропонується замовити статтю в одному з цих журналів для сприяння розробленому туру така реклама обійдеться компанії в тисячу гривень.

Професійна поліграфічна продукція: туристичний каталог компанії.

Пряма поштова розсилка означає розсилку електронною поштою. Після розробки нового туру вам потрібно надіслати SMS-повідомлення через

Інтернет, щоб повідомити клієнтів про новий тур. Оскільки клієнтська база компанії складає більше 5000 чоловік, це досить ефективний спосіб просування нових турів. Іншими засобами реклами є реклама на сувенірних виробках з фірмовим знаком компанії.

Рекламна компанія – це комплекс рекламних та інших заходів, об'єднаних спільними цілями і завданнями, скоординованих за часом і розрахованих на велику аудиторію. Метою рекламної кампанії є збільшення продажів, забезпечення просування туру на ринку послуг та отримання стабільного прибутку. При розробці стратегії рекламної кампанії групи маршрутів класифікуються за певними критеріями: сезонність, тип маршруту, категорія населення.

Рекламні кампанії компанії проводяться відповідними професійними рекламними компаніями, включаючи розробку, дизайн, друк брошур, онлайн-рекламу та рекламу в ЗМІ.

Рекламні кампанії проводяться частково незалежно, але тут ми дотримуємося наступних правил:

- Визначається мета рекламної кампанії-просування нових туристичних продуктів;
- Вибираються виконавці рекламного заходу – Менеджер з реклами;
- Розробляється тема рекламної кампанії;
- Обраний рекламний носій;
- Розраховані витрати на рекламні кампанії;
- Замовлена дата появи реклами в пресі і під час трансляції;
- Проконтрольований вихід реклами в зазначений час;
- Проводиться аналіз ефективності реклами.

Щоб зробити це більш переконливим, ви можете прикріпити рекламний текст до фотографій, малюнків, схем та плакатів.

Саме тому значимість туристичного бізнесу постійно зростає. Це пов'язано з розвитком міжнародних відносин, поживавленням економічного

стану країни і окремих регіонів, а також посиленням впливу на можливості поповнення валютних надходжень. Завдяки послідовній економічній і культурній політиці різних народів світу туризм виступає в якості стабілізатора для встановлення і зміцнення відносин між націями і є позитивним фактором для зміцнення престижу країни в світовому співтоваристві і діловому світі.

Туризм позитивно впливає на процес диверсифікації економіки, оскільки він забезпечує певний обсяг роботи відповідним секторам економіки, які надають послуги безпосередньо туристам під час подорожі. Це стосується роздрібною торгівлі, громадського харчування, готельного бізнесу, побутових послуг, зв'язку, виробництва сувенірів та інших туристичних товарів, сільського господарства, будівництва, рекламної індустрії, туризму, культури та розваг.

ВИСНОВКИ

Ґрунтуючись на написанні наукового дослідження, ми прийшли до наступних висновків:

1) у першому розділі ми теоретично дослідили основи формування та використання туристичного потенціалу території. У зв'язку з цим встановлено, що туризм дійсно є складним і багатогранним поняттям. Він має численні інтерпретації, довгу історію розвитку, широку класифікацію та багато особливостей. Це має дуже великий вплив на розвиток суспільства, особливо в розпал прогресу глобалізації. Туристичний потенціал - дуже важлива категорія з точки зору розвитку індустрії туризму. Але, з одного боку, різні методи його оцінки дозволяють вибирати його відповідно до індивідуальних обставин. З іншого боку, це може призвести до плутанини. На наш погляд, цього можна уникнути, тільки об'єднавши вимоги до оцінки потенціалу туризму.

В результаті, незважаючи на різні класифікації туристичної індустрії, ресурсів розвитку туризму, можна стверджувати, що всі вони володіють об'єднуючим фактором. Він полягає в тому, що всі вчені без винятку виділяють практично одну і ту ж групу ресурсів. Серед них природні, соціально-економічні та культурно-історичні. Найбільш важливими в туристичній діяльності є елементи навколишнього середовища, перераховані в цих групах.

Крім того, транспортна система вважається важливим сегментом туристичної інфраструктури. Вона формується з дорожніх мереж, транспортних засобів і пристроїв. Мережі автомобільного транспорту в туристичних зонах в основному складні. Тому що тут існує багатоцільове повідомлення. Наприклад, робітники, туристи, створені на базі залізних, автомобільних, водних і повітряних доріг. Для досліджуваної території важливе питання забезпечення залізничними та автомобільними видами сполучення. Можна з упевненістю сказати, що туристична інфраструктура є дуже важливим фактором соціально-економічний розвиток галузі.

Функціонування і розвиток об'єктів інфраструктури, будь то підприємства громадського харчування або банківські установи, неможливо без забезпечення хорошого рівня транспортної доступності. Крім стабільності соціальних, економічних, політичних та екологічних показників регіонального розвитку, елементів соціально-економічної сфери.

2) Потенціал основних природних ресурсів Волинської області пов'язаний з наявністю великої кількості водних об'єктів і значних площ, вкритих лісами. Дуже важливо зберегти і примножити існуючі природні ресурси регіону, щоб в майбутньому перетворити такі напрямки шляхом залучення необхідних інвестицій. Наприклад, Шацький НПП і Прип'ять-Стохід для пам'яток європейського рівня;

Якщо говорити більш детально про культурні та історичні елементи. На даний момент в районі, який використовується для туристичної діяльності, є багато історичних і культурних пам'яток, але більшість з них не розкривають повною мірою свій потенціал. Досить багато священних місць взагалі не використовують свої пам'ятки. Цю проблему можна вирішити шляхом залучення внутрішніх та іноземних інвестицій, оскільки, на відміну від східної частини України, регіон зараз дуже соціально-економічний стабільний. Крім того, Волинська область характеризується високим безробіттям і низькою середньою заробітною платою. Це зможе привернути увагу іноземних інвесторів. І вони зможуть скористатися перевагами дешевої робочої сили. І оживити потік туристів в регіон і одночасно знизити рівень безробіття;

- За соціально-економічні туристичні ресурси. Існують дуже хороші соціально-економічні передумови для розвитку туристичного сектора досліджуваної території. Перш за все, завдяки своєму вигідному розташуванню, якісним дорогам і значній частці сфери послуг в структурі місцевої економіки;

3) Волинська область має великий туристичний потенціал, але для досягнення цієї мети потрібно більше ресурсів. Але сьогодні ми можемо

сказати, що Волинь впевнено рухається до того, щоб стати центром туризму та рекреаційної діяльності. Потужним імпульсом має стати введення заходів, спрямованих на загальну децентралізацію влади в країні. Це дозволить зберегти більшу частину власних доходів регіону в місцевому бюджеті. Розпоряджатися ними виключно на розсуд громади. Також важлива масштабна робота на всіх рівнях щодо зниження рівня корупції в державі. В цілому, впровадження європейських стандартів в усі сфери суспільного життя.

4) Як ми бачимо, з точки зору використання туристичного потенціалу Волинська область має як переваги, так і недоліки. Головним недоліком є мала кількість сонячних днів за 1 рік. Випадає багато опадів, що перешкоджає розвитку традиційних літніх видів туризму. Віддаленість від основних регіонів нашої області, що створює потік туристів в Західну Україну. Таких як Дніпропетровська, Київська, Запорізька, Харківська області. Високогірні болота території ускладнюють проходження по існуючих туристичних маршрутах, в деяких місцях формуючи нові туристичні маршрути. Багато будівель потребують реставрації. Відсутність пізнавального, культурного та освітнього змісту Еко-стежок в природоохоронних об'єктах. виправляючи цю ситуацію, можна буде залучити до таких маршрутів більш широке коло любителів активного відпочинку. На нашу думку, досліджуваний район має можливість стати одним з найбільш привабливих районів тільки в тому випадку, якщо будуть усунені недоліки, описані в цьому розділі.¹ з точки зору туризму та рекреації.

5) для поліпшення туристичної галузі в регіоні я пропоную створити туристичний портал. Місце, де туристи можуть отримати «відповідь на питання». Забезпечити подальший розвиток туризму за рахунок реконструкції та розширення власної матеріальної бази. З цією метою передбачається залучення ресурсів з інших секторів економіки та іноземних інвесторів. Просування певних туристичних напрямків за кордоном.

Підвищення якості туристичних послуг. Відновлення міських стін і церкви Василя Блаженного, розташованої у Володимирі-Волинському. Розробляти нові тури і перспективні схеми розвитку туризму, екскурсій і відпочинку. Створити широкий асортимент туристичного та спортивного спорядження, причепів для легкових автомобілів, прокату велосипедів і човнів для водіїв.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Алещенко Л.О. Прибуток, як стратегічний інструмент розвитку молодіжного підприємництва в туристичному бізнесі. *Економічний простір*. 2020. № 164. С. 28–34. URL: <http://prostir.pdaba.dp.ua/index.php/journal/article/view/650>
2. Алещенко Л.О. Мале підприємництво як ефективний напрям розвитку туризму на селі. *Таврійський науковий вісник*. 2020. № 1. С. 72–78. URL: <http://tnv-econom.ksauniv.ks.ua/index.php/journal/issue/view/>
3. Бабов К.Д., Нікіпелова О. М. Курорти України державного та місцевого значення. Одеса: Пальміра, 2014. С.12-26.
4. Баженова С., Пологовська Ю., Бикова М. Реалії розвитку туризму в Україні на сучасному етапі. *Наукові перспективи*. 2022. № 5(23). С. 168–180.
5. Бакурова Г.В., Очеретін Д. В. Оцінка рекреаційної привабливості регіону. *Збірник наукових праць*. Вип. 183 у 3-х томах. Т. III. Дніпропетровський ДНУ, 2002. С. 617-622.
6. Бейдик О.О. Рекреаційно-туристичні ресурси України: Методологія та методика аналізу, термінологія, районування. К.: ВЦ КНУ, 2002. 396 с.
7. Бойко В., Далевська Н. Розвиток туризму після збройних конфліктів у різних країнах світу. *Управління змінами та інновації*. 2022. №3. С. 5–10.
8. Бойко В. О. Розвиток зеленого туризму у південному регіоні. Підприємництво в аграрній сфері: глобальні виклики та ефективний менеджмент : *матеріали I Міжнародної науково-практичної конференції* : у 2 ч. (12–13 лютого 2020 р.). Запоріжжя : ЗНУ, 2020. С. 65–68
9. Бойко В.О., Драгота І.П. Глемпінг – ексклюзивний туристичний продукт сьогодення. *The I International Science Conference on Multidisciplinary Research (January 19–21, 2021)*. Berlin, Germany, 2021. P. 208–210.
10. Борблік К.Е. Сталий розвиток ринку туристичних послуг: сутність, цілі та особливості. *Проблеми системного підходу в економіці*. 2019. Випуск

№1(69). С. 65–73.

11. Бунтова Н. В. Потенціал України на міжнародному ринку туристичних послуг. *Науковий вісник Херсонського державного університету*. 2016. № 17. С. 21–24.
12. Бутко М.П., Аншугіна І. О. Розвиток мережі шляхів автомобільного сполучення та її роль у зміцненні туристичного потенціалу України. *Регіональна економіка*. 2014. №2. С.23.
13. Валентюк І. В. Організаційно-економічні механізми державного регулювання туристичної сфери України : дис. канд. наук з держ. упр. Київ, 2005. С. 163.
14. Вечерський В. В. Культурна спадщина України. vue.gov.ua, 2022. URL: <https://vue.gov.ua/%D0%9A%D1%83%D0%BB%>.
15. Воронкова Т., Пригуленко А. Міжнародний туризм і його вплив на соціально-економічний розвиток України. *Ефективна економіка*. 2020. № 11. URL: http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/11_2020/85.pdf.
16. Герасимів З. М., Христенко Г. М. Особливості розвитку туризму в Україні. *Ефективна економіка*. 2021. № 5. С. 25-35.
17. Головкова Л. С., Юхновська Ю. О. Комплексний аналіз та оцінка впливу чинників на формування та розвиток туристичної галузі України. *Бізнес Інформ*. 2020. №2. С. 179–186.
18. Горіна Г.О. Ринок туристичних послуг: управління розвитком в умовах просторової поляризації: монографія. Кривий Ріг : Видавець ФОП Чернявський Д.О., 2016. 305 с.
19. Гурська І.С., Герасимів Г.М. Фактори розвитку туристичного бізнесу в умовах ринку. *Агросвіт*. 2019. № 20. С. 88–92.
20. Гурська І.С., Федуняк І.О., Стемковська І.В. Формування та перспективи розвитку ринку туристичних послуг в Україні під час та після пандемії. *Агросвіт*. 2021. № 5— 6. С. 63-67.
21. Дворська І. Туристична галузь після війни: чи можлива реанімація та антикризове управління? URL:

<https://blog.liga.net/user/idvorskaya/article/44952>.

22. Державна служба статистики України. URL: <http://www.ukrstat.gov.ua>.
23. Кириченко С. Подорожі та війна: якою буде туристична індустрія після перемоги. URL: <https://www.epravda.com.ua/columns/2022/07/21/689436/>.
24. Клейман А.А., Евреїнов О.Б. Інфраструктура туризму: стратегія розвитку: монографія / під редакцією проф. А.А. Клеймана. СПб.: Д.А.Р.К., 2014. 384 с.
25. Колотуха О. Геопросторові аспекти пішохідного туризму. *Вісник Київського національного університету культури і мистецтв. Серія: Туризм*. 2019. № 2(1). С. 6–17.
26. Кондратенко О.Ю. Геополітика – сутність феномену та його еволюція. *Вісник Дніпропетровського університету. Серія: Філософія, соціологія, політологія*. 2015. № 4. С. 98–107.
27. Концепція Стратегії повоєнного відновлення та розвитку України / Національний інститут стратегічних досліджень. URL: <https://niss.gov.ua/sites//files/2022-05/stratvidnovlennyakoncept-v2.pdf>.
28. Корчевська Л. Стан, особливості та перспективи туризму у воєнний та поствоєнний періоди. *Управління розвитком сфери гостинності: регіональний аспект : матеріали Міжнародної науково-практичної онлайн-конференції, м. Чернівці, 5 травня 2022 р. Чернівці : Технодрук, 2022. С. 337–341.*
29. Кот С. І. Стан, проблеми та перспективи охорони культурної спадщини в Україні» / 18 квітня 2018 р / Київ – 2018
30. Кулиняк І.Я., Жигало І.І., Ярмола К.М. Туристична галузь в умовах пандемії COVID-19: тенденції та заходи підтримання. *БІЗНЕСІНФОРМ*. 2021. № 1. С. 177–184.
31. Лікувально-оздоровчий, медичний та психологічний туризм – види туризму, які набувають популярності в умовах війни. URL: <https://www.rbc.ua/ukr/travel/-1647724135.html>
32. Логунцова І.В. Рихліцький В. Внутрішній туризм в Україні мав би

- рости: як змінилась галузь і куди зник «бюджетний» мандрівник. *Економічна правда веб-сайт*. URL: <https://www.epravda.com.ua/publications/2020/09/23/665405/>.
33. Лужанська, Т. Ю., Теличко Т. В., Деркач В. Ю. Основні аспекти геополітичних процесів в сфері туристичної діяльності. *Науковий вісник Мукачівського державного університету*. Карпатська вежа, 2016. №21(16). С.63-63.
34. Любіцева О. О. Туристичні ресурси України: Навч. посіб. Київ: Альтерпрес, 2007. 369 с.
35. Магдик Н. Туризм під час війни: як відпочивати в Україні цього літа. *segodnya.ua*, 2022. URL: <https://ukraine.segodnya.ua/ua/ukraine/turizm-vo-vremya-voynu-kak-otdyhat-v-ukraine-etim-letom-1629651.html>.
36. Мацола В. І. Рекреаційно-туристичний комплекс України: навч. посіб. для студентів вузів. Львів, 2014. 259 с.
37. Носирєв О., Деділова Т., Токар І. Розвиток туризму та індустрії гостинності в стратегії постконфліктного відновлення економіки України. *Соціально-економічні проблеми і держава*. 2022. Вип. 1(26). С. 55–68. URL: <http://sepd.tntu.edu.ua/images/stories/pdf/2022/22nooveu.pdf>.
38. Оцінка туристично-рекреаційного потенціалу регіону : монографія / за заг. ред. В.Г. Герасименко. Одеса : ОНЕУ, 2016. 262 с.
39. Паньків Н.Є. Соціально-екологічний підхід до розроблення стратегії сталого розвитку туризму територіальних громад. *Науковий вісник НЛТУ України*. 2020, т. 30, № 3. С. 71–76.
40. Парфененко Г. Як війна в Україні вплинула на туризм Німеччини та США. URL: <https://dip.org.ua/nimechchina/stalo-vidomo-yak-vijna-v-ukraini-vplinuli-na-turizm-nimechchini-ta-ssha-ozvucheno-nevtishni-prognozi/>.
41. Пестушко В.М. Український туризм у контексті глобалізації: сучасний стан і перспективи. *Географія та економіка в рідній школі*. 2015. №4. С.257.

- 42.Постанова Кабінету Міністрів України від 25 січня 2018 р.№ 626 «Про внесення змін до Порядку визначення категорій пам'яток для занесення об'єктів культурної спадщини до Державного реєстру нерухомих пам'яток України». Правова охорона культурної спадщини: збірник документів. Київ, 2006. С. 393-396.
- 43.Роїк О. Р., Недзвецька О. В. Шляхи розвитку туристичної сфери України у воєнний період. *Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія : економічні науки.* 2022. Випуск 46. С. 11–15.
- 44.Рудий Г. Я. Проблеми збереження музейної спадщини України: за результатами аналізу матеріалів республіканської періодики 1930-х рр. *Український історичний журнал.* 2014. № 6. С. 127-135.
- 45.Святохо Н.В. Концептуальні основи дослідження туристичного потенціалу регіону. *Економіка і управління.* 2007. №2. С. 30-36.
- 46.Смірнов І.Г. Логістичне оцінювання рекреаційно-туристичних об'єктів та ресурсів (в контексті логістичної моделі сталого розвитку туризму). Велика Волинь: наук. зб. Вип. 42. Житомир: М. Косенко, 2013. С. 239-246.
- 47.Ткачук Л. М. Актуальна геополітична ситуація як чинник розвитку регіонального туризму. *Регіональна політика: політико-правові засади, урбаністика, просторове планування, архітектура.* Частина 2 : зб. наук. праць, 2019. Вип. 5. С. 169-173.
- 48.Ткачук Л. М. Актуальні тенденції розвитку туризму в Україні: геополітичний контекст. *Науковий часопис Національного педагогічного університету імені М. П. Драгоманова. Серія 4 : Географія і сучасність : зб. наук. праць.* Київ : Вид-во НПУ імені М. П. Драгоманова, 2015. Вип. 33. С. 233- 243.
- 49.Турзбір в Україні за перші чотири місяці 2022 року зріс на 65%. URL: <https://www.tourism.gov.ua/blog/turbir-v-ukrayini-za-pershi-chotirimisyaci-2022-roku-zris-na-65>.
- 50.Шабардіна, Ю. В. Рекреаційний потенціал як складова продуктивних

сил регіонального економічного простору: дис. канд. екон. наук: Ю.В.Шабардіна, Чернігівський державний технологічний університет. Чернігів, 2011. 21 с.

51. Юхновська Ю. О. Вплив глобалізації та євроінтеграції на туристичну галузь України. Науковий вісник Ужгородського національного університету. Серія : Міжнародні економічні відносини та світове господарство. 2019. Вип. 23(2). С. 147-152. URL: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuumevcg_2019_23\(2\)](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvuumevcg_2019_23(2)) 30.
52. Boiko, V., Liubynskyi, O., Strikha, L., Zarakhovskiy, O.Y., Neilenko, S. (2021). International journal of computer science and network security. Vol. 21. №4. PP. 167–177.
53. Crisis in Hospitality and Tourism: A study on the impacts of terrorism on Indian Hospitality and Tourism Industry URL: <https://www.researchgate.net/>.
54. Economic Impact Report, 2019. URL: <https://wtcc.org/Research/Economic-Impact>.
55. European Court of Auditors. EU Support to tourism. Need for a new orientation and a better funding approach. 2021. 58 p.
56. How the war in Ukraine will affect European tourism. globetrender.com, 2022. URL: <https://globetrender.com/2022/04/28/how-the-war-in-ukraine-will-affect>.
57. Karnaushenko, A., Petrenko, V., Tanklevska, N., Borovik, L., & Furdak, M. (2020). Prospects of youth agricultural entrepreneurship in Ukraine. Agricultural and Resource Economics: International Scientific E-Journal, 6(4), 90–117. DOI: <https://doi.org/10.51599/are.2020.06.04.06>.
58. Kyrylov Y., Hranovska V., Boiko V., Kwilinski A., & Boiko L. (2020), International Tourism Development in the Context of Increasing Globalization Risks: On the Example of Ukraine’s Integration into the Global Tourism Industry. Journal of Risk and Financial Management, 13 (12), 303.
59. Lyulyov O., Us Y., Pimonenko T., Kwilinski A., Vasylieva T., Dalevska N., Polcyn J., & Boiko V. The Link between Economic Growth and Tourism:

- Covid-19 Impact. Proceedings of the 36th International Business Information Management Association (IBIMA) 4–5 November 2020 / S. Khalid, S. Soliman (ed.). Granada : IBIMA Publishing, 2020. P. 8070–8086.
60. Smart parking: global market size 2018/2023. URL: <https://www.statista.com/statistics/874999/global-smart-parking-market-size>.
61. Sönmez S.F. Tourism, Terrorism and Political Instability // *Annals of Tourism Research*, 1998. – Vol. 25, № 2. – P. 416-456. 18. Звіт Всесвітнього економічного форуму. URL: http://www3.weforum.org/docs/TT1/WEFGlobal_Travel&Tourism_Report_2015.pdf.
62. Top funded digital health categories worldwide in 2019. URL: <https://www.statista.com/statistics/736163/top-funded-health-it-technologies>
63. UNWTO Tourism Highlights, 2019 URL: <http://mkt.unwto.org/publication/unwto-tourism-highlights-2019-edition>.
64. Webster, C. and Ivanov, S.H. (2014), “Geopolitical drivers of future tourist flows”, *Journal of Tourism Futures*, Vol. 1 No. 1, pp. 59-69/.
65. World Travel and Tourism Council WTTC URL: <https://wttc.org/>.

ДОДАТКИ

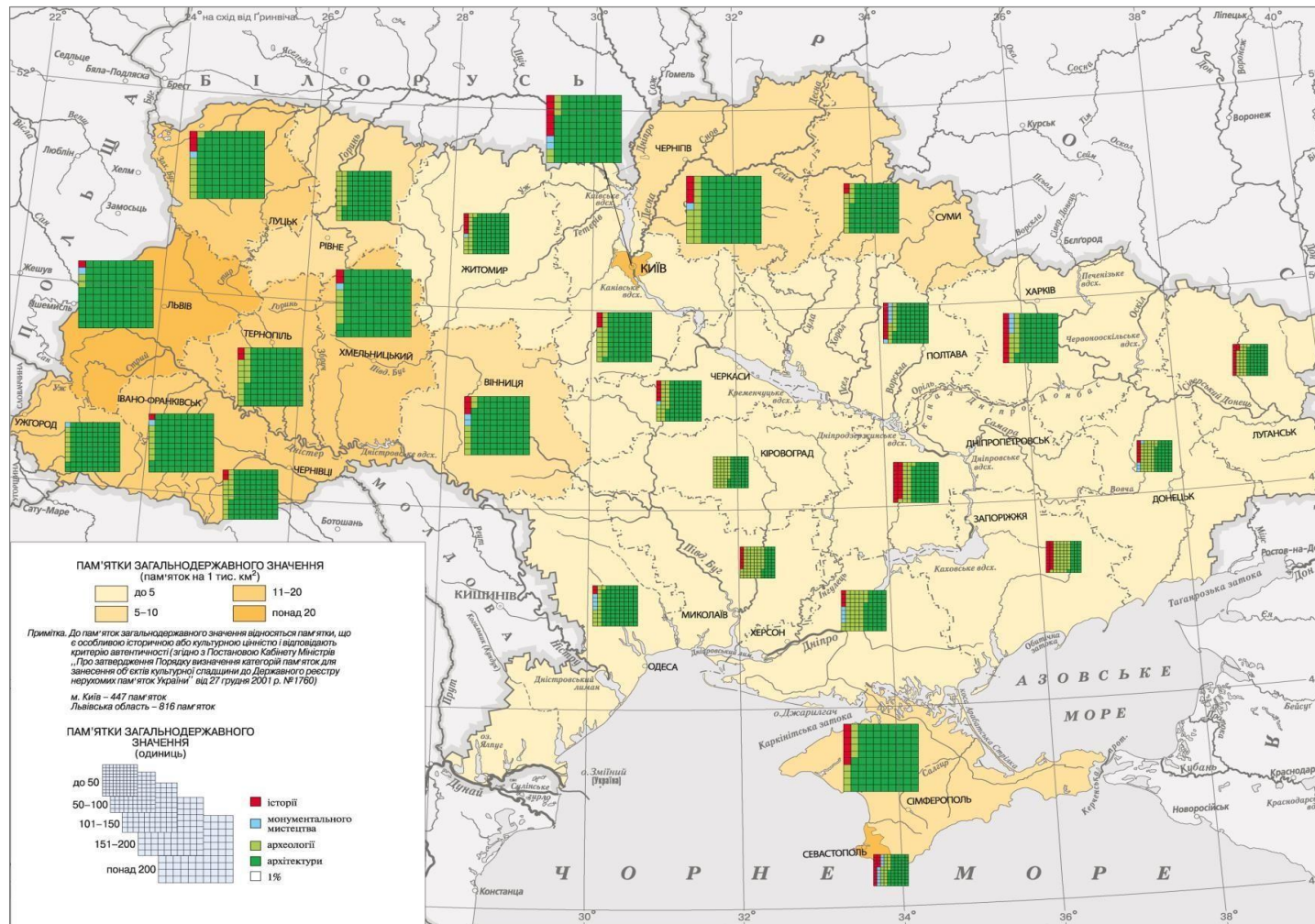


Рис. А.1. Історико-культурні пам'ятки України



Рис. Б. 1. Насиченість регіонів України об'єктами культурної спадщини



Рис. Б. 2. Використання в регіонах України об'єктів культурної спадщини