

РЕКРЕАЦІЙНА ГЕОГРАФІЯ І ТУРИЗМ

УДК 911.3:61+338:48

DOI: <https://doi.org/10.25128/2519-4577.23.1.11>

Іван ДУДНИК, Валерій ПЕСТУШКО, Віктор САЙЧУК

ОСОБЛИВОСТІ ТУРИСТИЧНИХ ДЕСТИНАЦІЙ ЛОКАЛЬНОГО РІВНЯ ЯК ГЕОГРАФІЧНИХ ОБ'ЄКТІВ

У статті визначені суть та суспільно-географічні особливості туристичних дестинацій як об'єктів локального рівня. Окреслено підходи до трактування поняття дестинація в туризмі. Розкриті принципи обґрунтування туристичних дестинацій, зокрема їх територіальних масштабів. Розглянуто Гайворонську громаду як туристично-географічну систему та туристичну дестинацію локального (мікрорегіонального) рівня, виділено окремі елементи її геопросторової організації.

Ключові слова: туристична дестинація, локальний рівень, суспільно-географічна система, атракція.

Постановка науково-практичної проблеми. Туристична дестинація як за своєю онтологічною суттю, так і, особливо, за різноманітністю гносеологічних відображень, уявляється як досить специфічний об'єкт, до того ж досить строкато та суперечливо висвітлений в наукових публікаціях. Відслідковуючи еволюцію наукових позицій варто відзначити їх поступову структурування, яка виявилась в формуванні чотирьох методологічних напрямків досліджень: географічні, маркетингові (управлінські), клієнтоорієнтовані, соціокультурні.

Актуальність і новизна дослідження. В географічних дослідженнях поєднуються трактування дестинації як певної території, географічного об'єкта, що має реальні межі (континент, країна, острів, місто, центр цілеспрямованого розвитку туризму тощо) та відвідується туристами. Такий підхід є, мабуть, найбільш поширеним, він дає уявлення про туристичний продукт дестинації як «типову модель», до складу якої входять принаймні такі елементи: атракції, туристичні послуги та інфраструктура, доступність, імідж та ціна [9].

Зв'язок теми статті з важливими науково-практичними завданнями. Результати вивчення та аналізу значного масиву наукових та навчальних публікацій дають необхідні підстави для таких висновків: по-перше, всі автори одностайні в тому, що туристична дестинація є доволі складною суспільно-географічною системою; по-друге, переважна більшість авторів прямо вказує на таку важливу обставину, що невід'ємним базовим елементом туристичної дестинації є територія (геотерія), це дуже суттєвий аргумент на користь необхідності застосування гносеологічної моделі дестинації як географічної системи; по-третє, спостерігається доволі велика розбіжність поглядів щодо формулювання власне терміну «туристична дестинація», де існують розбіжності або навіть суперечності при різних підходах (органі-

заційних, технологічних, економічних, територіальних тощо); по-четверте, найбільш, з нашого погляду, розбіжності спостерігаються щодо визначення поняття туристична дестинація, саме цей аспект заслуговує детального розгляду.

Аналіз останніх публікацій за темою дослідження. Базові визначення туристичної дестинації, які покладені в основу їх подальшого дослідження, підкреслюють, що це місце призначення туриста, де він має реалізувати мету своєї подорожі. Узагальнений огляд визначень зроблено в статті Семенової Марина та Гунаре Марини [5]. Зокрема, вказуються такі її ознаки дестинації:

- місце відвідування, у межах якого туристичний продукт виробляється одним чи декількома закладами або організаціями (Європейська Комісія);
- території, які приваблюють туристів, та є головними місцями локалізації туристичної діяльності (Оксфордський туристичний словник);
- це фізичний простір, в якому відвідувач проводить не менше однієї доби; він включає туристичні продукти, такі як послуги та атракції, а також туристичні ресурси в межах однієї доби подорожування (Всесвітня туристична організація).

З наведеного можна зробити висновок про те, що туристична дестинація – це відносно невелика туристична система (локальна територія), яка характеризується територіальною цілісністю (компактністю та відмежованістю) і в межах якої відвідувач споживає конкретний туристичний продукт.

Поряд з цим доволі значна частина авторів стверджує, що в якості дестинації можна розглядати континент, міжнародний регіон (частина континенту або континентів), країну, туристичний регіон, район, зону [2, с. 26], інші стверджують, що в межах України можна виді-

лити вісім регіональних дестинацій: Кримську, Азово-Чорноморську, Донецьку, Карпатську, Подільську, Придніпровську, Слобожанську та Поліську, кожна з яких поділяється на різні типи локальних [1]. При таких підходах непропорційно, на наш погляд, змістовно ототожнюються поняття дестинації, туристичного району, географічного регіону тощо, не виявляючи специфіку кожного з них, як об'єкта дослідження, його внутрішньої сутності та функцій.

Окремі автори справедливо наголошують, що туристична дестинація є одним з важливих елементів регіональної туристичної системи, а не власне різновидом такої регіональної системи. При цьому підкреслюється, що туристична дестинація є ключовим, вирішальним елементом регіональної туристичної системи, адже саме дестинації та їх імідж залучають туристів, мотивують візити, активізуючи таким чином туристичний попит [3].

Ближче до змістовної сутності наведених визначень [5] намагались підійти автори навчального посібника «Управління регіональним розвитком туризму» (В. Ф. Семенов та ін.), які виділяють типи дестинацій за дискретним принципом: великі столичні або прирівняні до них міста, центри цілеспрямованого розвитку туризму (села, міста, у яких зберігаються звичаї, історія, культура), не столичні міста з високим ступенем привабливості завдяки своїй історії, культурі, науці (Кам'янець-Подільський, Чернівці) та центри, спеціально побудовані для туристів («Disneyland» у Каліфорнії). Такі типи загалом відповідають критерію компактності та територіальної концентрації туристичної діяльності. Однак далі ті ж автори відходять від попередньої логіки і все ж таки стверджують, що дестинація - це регіон, що нас найбільше приваблює (наприклад, для японця Західна Європа це «туристична дестинація», а Блакитний берег – курорт) [4]. Тобто, наприклад, такий величезний регіон, як Західна Європа, автори посібника називають туристичною дестинацією.

Варто погодитися з авторами, які припускають, що зовсім не обов'язково, щоб туристичною дестинацією була вся країна [2]. Таке твердження в подальшому варто використати як конкретно-методологічний принцип про те, що дестинація – це локальна (а не макрорегіональна, чи національна, чи міжнародна) туристична система, яка має чіткі ресурсні та територіальні межі.

Ці та інші приклади достатньо переконливо свідчать не лише про відсутність єдиних підходів та однастайності, а й про відсутність належної методологічної логіки та виразності в

обґрунтуванні такого параметру дестинації як територіальні розміри, що безпосередньо має визначатися змістовною сутністю цього об'єкта.

Викладення основного матеріалу. Для обґрунтування територіальних розмірів (масштабів), типових величин дестинації, встановлення відмінності (подібності) туристичної дестинації та туристичного регіону варто насамперед виходити з географічних позицій, творчо використовуючи при цьому результати наукових розвідок та практичний досвід здійснення туристичного процесу. Цілком очевидною є необхідність та доцільність застосування принципу міждисциплінарності, взявши на озброєння напрацьовані традиційних та сучасних концепцій географії туризму, економіки, менеджменту та маркетингу та соціокультурних досліджень тощо.

Географічний підхід поєднує трактування дестинації як певної території, географічного об'єкта, що має реальні межі (континент, країна, острів, місто, центр цілеспрямованого розвитку туризму та ін.) і відвідуваного туристами. Він зазвичай об'єднує геопросторовий, економічний, інфраструктурний та ресурсний аспекти туристичної дестинації.

Однак досить часто в науковій літературі в рамках рекреаційної географії, географії туризму, туристичного ресурсознавства та економіки туризму поняття «туристська дестинація» близьке за змістом до понять «туристський регіон», «туристський район», що виділяється з туристично-рекреаційного простору в результаті районування. До характерних рис регіону (району) можна віднести: цілісність і унікальність території, його генетичну єдність, взаємозв'язок і взаємообумовленість його компонентів, домінування та міцність внутрішніх зв'язків. Цілком очевидно, що такими ж інваріантними властивостями володіє і туристична дестинація.

Згідно з визначенням ЮНВТО, дестинація – «фізичний простір, в якому турист проводить принаймні одну ніч. Тобто, це територія, яка включає туристичні продукти, такі як послуги та атракції та туристські ресурси в межах одного дня подорожі. Дестинація має фізичні та адміністративні кордони, що визначають систему менеджменту, імідж та сприйняття, що визначають її ринкову конкурентоспроможність» [8, с. 1]. Згідно з Великим Глоссарієм термінів міжнародного туризму, «дестинація – місце (територія, район, місцевість) призначення, прибуття; ціль подорожі, походу». Отже, якщо це територія в межах одного дня подорожі, то цілком очевидно, що це буде відносно

невелика територія, в межах якої турист може повноцінно споживати туристичні ресурси та послуги. Такою територією вочевидь не може бути, наприклад, обласний або суспільно-географічний макрорегіон, ближче до такого розуміння будуть такі географічні об'єкти, як невелике місто, курорт, природно-рекреаційний об'єкт тощо.

Тому ми виступаємо прибічниками чіткого розрізнення понять «туристичний регіон» і «туристична дестинація», не вдаючись при цьому до тонкощів змістовних та термінологічних та відмінностей між районом та регіоном. ЮНВТО визначає туристичний регіон як територію, яка має в своєму розпорядженні велику мережу спеціальних споруд та послуг, необхідних для організації відпочинку чи оздоровлення. З такого визначення витікає важливий висновок, для того, щоб вважатися самостійним, туристичний регіон повинен мати всі необхідні споруди для перебування в ньому туристів, тобто це місце, що має в своєму розпорядженні туристичну інфраструктуру та послуги.

Виходячи з наведених визначень та ознак можна стверджувати, що туристичний регіон охоплює територію якісно більшу, ніж туристична дестинація, наприклад, обласний регіон України, інтегральний макротуристичний район, туристично-рекреаційна зона тощо. Зазвичай він включає до свого складу декілька туристичних дестинацій і, відповідно, є більш широким поняттям в порівнянні з туристичною дестинацією. Наприклад, туристичний регіон Італія включає такі дестинації, як Рим, Венеція, Мілан, Флоренція, Піза, Турин тощо, або Черкаський обласний туристичний ключає такі дестинації як Черкаси, Умань (з атракціями дендропарк «Софіївка», костел Успіння Богородиці, державний історико-архітектурний заповідник «Стара Умань», могила цадика Нахмана), Канів, Чигирин, Державний історико-культурний заповідник «Трипільська культура», Корсунь-Шевченківський. Це означає, що туристичний регіон може і, зазвичай так і є в дійсності, складатися з різних дестинацій як за своєю масштабністю, так і за своїм туристичним призначенням.

Ми не поділяємо точку зору окремих авторів, які стверджують, що питання розмежування «туристського регіону» та «туристської дестинації» за критерієм масштабності знімається типологією Ф. Котлера (макро- та мікродестинації), бо при цьому відбувається ототожнення різних за своєю змістовно-функціональною сутністю форм геопросторової організації туризму. Наприклад, макрорегіон і

макродестинація виходить одне й теж. Фактично ж і регіон і дестинація – це формально ізоморфні системно організовані туристичні об'єкти, тобто і регіон і дестинація варто розглядати як туристично-географічні системи. Якісна відмінність між цими системами полягає у:

- територіальних масштабах (величині) – регіон якісно більший за територіальними розмірами;
- наборі, асортименті та рінорідному прояві внутрішніх і зовнішніх функцій, які можна уявляти і вигляді туристичних продуктів та послуг – дестинація володіє значно меншою кількістю функцій;
- величині та структурі туристичного потенціалу – регіон якісно переважає дестинацію за цим параметром;
- різноманітності форм геопросторової організації;
- ступені внутрішньої цілісності;
- рівні впорядкованості та керованості.

На нашу думку в процесі географічного обґрунтування туристичних дестинацій, зокрема їх територіальних масштабів та місця в загальній ієрархії географічних таксонів варто виходити з таких принципів.

1. Коректно та чітко визначити суттєві ознаки дестинації, які виходять із найпоширеніших її визначень, а саме:

- дестинацію слід розглядати як місце (територію) туристичного призначення, тобто конкретну географічну точку, локацію, місце, до якого прямує турист;
- компактна територія (локальна система), в якій задовольняється певний (обмежений конкретними інтересами споживача та конкретним потенціалом ресурсів) туристичний попит; вдалий приклад на користь цього можна взяти у авторів підручника «Управління туристичними дестинаціями» Корж Н. В., Басюк Д. І., які виділяють так звані первинні дестинації, що своєю привабливістю генерують у клієнта інтерес і, відповідно, прагнуть його задовольнити у певний проміжок часу (наприклад, протягом тижня, дня) [2, с.29].
- в межах дестинації функціонують один або декілька виробників туристичного продукту (послуги), які використовують зазвичай один або декілька територіально локалізованих супутніх туристичних ресурсів; - локалізована (у відповідності з територіальним поєднанням ресурсів) територія з відносно високою концентрацією відвідувачів (туристських потоків);
- це територіальна туристична система,

яка має конкретно визначену (насамперед під впливом туристичних ресурсів) та чітко виражену спеціалізацію туристичної діяльності.

2. Врахувати величину туристичного потенціалу відповідної території, що цікавить відвідувача, та оцінити, яку частину такого потенціалу може спожити відвідувач (через відповідний туристичний продукт) за період відвідування (тривалість перебування). Тут доречним буде запитання-аргумент, чи може, наприклад, відвідувач спожити туристичний потенціал такої, з дозволу сказати «дестинації», як «західноєвропейський регіон», за який період часу тощо? Тому такий регіон потрібно виділяти і розглядати лише в контексті туризмознавчих досліджень, як ґносеологічний об'єкт, а не в утилітарно-онтологічному сенсі як об'єкт туристичного інтересу, тобто дестинацію.

3. Чітко розмежувати поняття туристичний район (регіон) і дестинація. Туристичні регіони делімітуються насамперед за географічними ознаками, вони цілісні континуальні, узгоджуються з географічними та адміністративними межами. Похідними ознаками регіону виступають ресурсні характеристики та інтенсивність туристичної діяльності. Туристична дестинація – це насамперед певні ресурси, на яких базується виробництво відповідного конкретного туристичного продукту, що в результаті формує інтерес відвідувача (попит).

4. Визначити місце дестинації як певного таксону в ієрархії територіальних (регіональних) систем, взявши за основу загально визнані мега-, макро-, мезо-, мікрорівні. З наведеного вище слідує, що дестинація – територіальна туристична система, що зазвичай належить до мікрорівня.

5. Обґрунтувати та дослідити внутрішню будову дестинації, яка зазвичай складається з елементарних форм територіальної організації туризму, насамперед таких, як атракційний пункт, туристичний центр (місцевість), локальна туристична система, рідше туристичний мікрорегіон. Саме на цих рівнях створюється переважна більшість турпродуктів для конкретного споживання.

Атракційний пункт варто розглядати в якості елементарної (неподільною з точки зору конкретної системи) туристичною дестинацією. Атракційний пункт визначається як географічний таксон (населений пункт, місцевість, природний або культурно-історичний об'єкт), що має компактні межі, відвідується і використовується туристами впродовж певного часу. Саме в них пропонуються туристичні послуги,

які територіально сконцентровані в одному місці [2, с. 28].

Дещо складнішим елементом в структурі дестинації може виступати невеликий туристичний центр, який уявляється як один населений пункт (або декілька суміжно розташованих пунктів), в якому представлено декілька атракцій (можливо атракційних пунктів). Великі населені пункти, які володіють значним туристичним потенціалом та мають якісно більшу кількість атракцій варто розглядати як автономні дестинації.

6. Наведені положення нашо вхують на думку про схожість туристичних дестинацій і туристичних кластерів. Насамперед, варто зазначити, що туристичний кластер – це одна з форм організації управління туристичним процесом, сутність якої полягає в інтеграції, координації та цільовому впорядкуванні спільної діяльності суб'єктів туристичного процесу. Туристично-рекреаційні кластери можуть формуватися на локальному (муніципальному), міжрегіональному, міжнародному (транскордонному) рівнях. Відомо, що туристична кластеризація націлена на спільне комплексне використання туристично-рекреаційних ресурсів та підвищення конкурентоспроможності місцевого (регіонального) туристичного продукту за рахунок кооперації компаній-партнерів.

Ми підтримуємо думку, що кластерний підхід не спростовує чи замінює, а розвиває концепцію туристичної дестинації. Кластер може бути туристською дестинацією, але далеко не завжди туристська дестинація може бути кластером, оскільки кластер відображає лише частину аспектів дестинації (географічно територіальний, економічний, ресурсний та управлінський аспекти), переважно концентруючись на сфері виробництва туристичного продукту.

На нашу думку головна схожість полягає в тому, що дестинація і кластер територіально можуть повністю співпадати, тобто в багатьох випадках такий цілісний онтологічний об'єкт як мікрорегіональна туристична система в ґносеологічному відношенні може розглядатися і як «дестинація» і як «кластер». Поняття «дестинація» відображає інституціональний склад та функції туристичної системи, а поняття «кластер» – територіально-управлінську впорядкованість (організацію) цієї системи.

Для прикладу можна розглянути місто Гайворон Кіровоградської області, яке з точки зору адміністративно-територіального устрою та з географічних позицій являє собою досить пересічний населений пункт (близько 14 тис. жителів), що відіграє певні функції в територіальній організації державного управління (ко-

лишній центр адміністративного району, центр громади), в господарській діяльності, помітний транспортний центр. В той же час Гайворон та навколишні місцевості володіють досить значним та унікальним туристичним потенціалом, що загалом є сприятливою передумовою для формування та успішного функціонування Гайворонської туристичної дестинації. На користь цього свідчать наявність об'єктів культурно-історичної спадщини (релігійні культові заклади), пам'яток архітектури, краєзнавчий музей, пам'ятників Тарасу Шевченку, Василю Стусу, жертвам Голодомору; Гайворонська гідроелектростанція, Гайворонський спеціалізований гранітний кар'єр, Гайворонська вузькоколія тощо.

Розглядаючи Гайворонську громаду як туристично-географічну систему доцільно ідентифікувати її як туристичну дестинацію локального (мікрорегіонального) рівня та виділити такі елементи її геопросторової організації.

Туристичний центр Гайворон, в складі якого виділяються декілька атракцій (технічний знак ЗІС-5; млин; пам'ятник Василю Стусу; пам'ятник Тарасу Шевченку; паротяг "МТ-202"; Гайворонський краєзнавчий музей; сквер Перемоги; стадіон "Прибужець"; Гайворонський залізничний вокзал (1897), привокзальна площа, вузькоколія; пам'ятник жертвам Голодомору 1932-1933 рр.; Гайворонська гідроелектростанція).

Атракційні пункти: Солгутове (Храм Воздвиження Хреста Господнього); Бандурове

(Храм Покрови Пресвятої Богородиці); Покровське (Храм Покрови Пресвятої Богородиці); Хащувате (Храм Свято-Миколаївський).

Варто зазначити, що наявний туристичний потенціал досить інтенсивно задіяний в туристичному процесі, зокрема створені та функціонують сім туристичних маршрутів (№1 «Православні храми Гайворонщини», №2 «Козацькими шляхами Гайворонщини», №3 «До цілющого джерела», №4 «Пам'ятки архітектури Гайворонщини» №5 «Віхи пам'яті села Хащувате», №7 «Оглядова екскурсія по місту Гайворон», №8 «Тур вихідного дня») [10].

Структура та функції Гайворонської дестинації свідчать на користь доцільності формування відповідного туристичного кластера, для якого, на наш погляд, існують всі необхідні передумови.

Висновки. Таким чином, туристичну дестинацію варто розуміти як територіально компактну туристичну систему мікрорегіонального рівня, яка має певну спеціалізацію та концентрацію туристичної діяльності, і зазвичай включає один або декілька атракційних пунктів.

Перспективи використання результатів дослідження. Наведені тут положення та аргументи, на наш погляд, окреслюють достатньо невирішені наукові завдання щодо географічної методології туристичних дестинацій та вказують певні напрямки поглиблення наукових пошуків і їх варто сприймати як продовження дискусій.

Література:

1. Головчан А. І. Теоретико-методологічні підходи до визначення сутності туристичних дестинацій та управління ними // Торгівля і ринок України : зб. наук. пр. Донецьк, 2009. Вип. 27. С. 157-161.
2. Корж Н. В., Басюк Д. І. Управління туристичними дестинаціями : підручник. – Вінниця: «ПП«ТД Едельвейс і К», 2017. 322 с.
3. Миронов Ю. Б. Дестинація як ключовий елемент регіональної туристичної системи // Економіка та управління: сучасний стан і перспективи розвитку: Мат. III Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Одеса, 23-24 листопада 2017 р.) Одеса: ОДАБА, 2017. Ч.1. 370 с. С.65-68.
4. Синоніми до слова дестинація. URL: <http://sinonim.org/>
5. Семенов В. Ф., Герасименко В. Г., Горбань Г. П., Богадьорова Л. М. Управління регіональним розвитком туризму : навчальний посібник. Одеса : Одеський державний економічний університет, 2011. 225 с.
6. Семенова М., Гунаре М. Правове визначення туристичної дестинації з урахуванням міжнародного законодавства та національного законодавства країн ЄС. URL: <http://semenova-partners.com>
7. Leiper N. Tourism management. 3rd edn. Sidney, Pearson Education Australia, 2004. 326 p.
8. A Practical Guide to Tourism Destination Management. Madrid, UNWTO, 2007. 150 p.
9. Saraniemi S., Kylänen M. Problematizing concept of tourism destination: analysis of different theoretical approaches // Journal of Travel Research, 2011, no. 50 (2), pp. 133-143.
10. Turistichni-marshruti – haivoron-miskrada.gov.ua URL: <https://haivoron-miskrada.gov.ua/turistichni-marshruti-17-58-47-14-07-2021/>

References:

1. Holovchan A. I. Teoretyko-metodolohichni pidkhody do vyznachennia sutnosti turystychnykh destynatsii ta upravlinnia nymy // Torhivlia i rynok Ukrainy : zb. nauk. pr. Donetsk, 2009. Vyp. 27. S. 157-161.
2. Korzh N. V., Basiuk D. I. Upravlinnia turystychnymy destynatsiiami : pidruchnyk. – Vinnytsia: «PP«TD Edelweis i K», 2017. 322 s.
3. Myronov Yu. B. Destynatsiia yak kliuchovy element rehionalnoi turystychnoi systemy // Ekonomika ta upravlinnia: suchasnyi stan i perspektyvy rozvytku: Mat. III Mizhnar. nauk.-prakt. konf. (m. Odesa, 23-24 lystopada 2017 r.) Odesa: ODABA, 2017. Ch.1. 370 s. S.65-68.

4. Synonimy do slova destynatsiia. URL: <http://sinonim.org/>
5. Semenov V. F., Herasymenko V. H., Horban H. P., Bohadorova L. M. Upravlinnia rehionalnym rozvytkom turyzmu : navchalnyi posibnyk. Odesa : Odeskyi derzhavnyi ekonomichnyi universytet, 2011. 225 s.
6. Semenova M., Hunare M. Pravove vyznachennia turystychnoi destynatsii z urakhuvanniam mizhnarodnoho zakonodavstva ta natsionalnoho zakonodavstva krain YeS. URL: <http://semenova-partners.com>
7. Leiper N. Tourism management. 3rd edn. Sidney, Pearson Education Australia, 2004. 326 p.
8. A Practical Guide to Tourism Destination Management. Madrid, UNWTO, 2007. 150 p.
9. Saraniemi S., Kylänen M. Problematizing concept of tourism destination: analysis of different theoretical approaches // Journal of Travel Research, 2011, no. 50 (2), pp. 133-143.
10. Turistichni-marshruti – haivoron-miskrada.gov.ua URL: <https://haivoron-miskrada.gov.ua/turistichni-marshruti-17-58-47-14-07-2021/>

Abstract:

Ivan DUDNYK, Valerii PESTUSHKO, Viktor SAICHUK. FEATURES OF LOCAL-LEVEL TOURIST DESTINATIONS AS GEOGRAPHICAL OBJECTS

The tourist destination, both in terms of its ontological essence and, especially, in terms of the variety of epistemological reflections, is imagined as a rather specific object, moreover, it is rather variegated and controversially covered in scientific publications. Following the evolution of scientific positions, it is worth noting their gradual structuring, which was manifested in the formation of four methodological directions of research: geographical, marketing (management), client-oriented, socio-cultural.

Geographical studies combine the interpretation of the destination as a certain territory, a geographical object that has real boundaries (continent, country, island, city, center of purposeful development of tourism, etc.) and is visited by tourists. This approach is probably the most common, and it gives an idea of the tourism product of a destination as a "typical model", which includes at least the following elements: attractions, tourism services and infrastructure, accessibility, image and price.

The results of the study and analysis of a large number of scientific and educational publications provide the necessary grounds for the following conclusions: first, all authors agree that a tourist destination is a rather complex socio-geographical system; secondly, the vast majority of authors directly point to such an important fact that an integral basic element of a tourist destination is the territory (geotory), this is a very significant argument in favor of the need to apply the epistemological model of the destination as a geographical system; thirdly, there is a rather large disagreement regarding the formulation of the actual term "tourist destination", where there are disagreements or even contradictions in different approaches (organizational, technological, economic, territorial, etc.); fourthly, the biggest, in our opinion, disagreements are observed regarding the definition of the concept of tourist destination, it is this aspect that deserves detailed consideration.

From the above, it can be concluded that a tourist destination is a relatively small tourist system (local territory), which is characterized by territorial integrity (compactness and isolation) and within which the visitor consumes a specific tourist product.

In order to substantiate the territorial dimensions (scales), typical dimensions of the destination, establishing the differences (similarities) of the tourist destination and the tourist region, it is necessary to start from geographical positions, while creatively using the results of scientific investigations and practical experience of the tourist process. The necessity and expediency of applying the principle of interdisciplinarity, adopting the development of traditional and modern concepts of geography of tourism, economics, management and marketing, socio-cultural studies, etc., is quite obvious.

The geographic approach combines the interpretation of the destination as a certain territory, a geographical object that has real boundaries (continent, country, island, city, center of purposeful development of tourism, etc.) and is visited by tourists. It usually combines geospatial, economic, infrastructural and resource aspects of a tourist destination.

Thus, a tourist destination should be understood as a territorially compact tourist system at the micro-regional level, which has a certain specialization and concentration of tourist activity, and usually includes one or several attractions. The provisions and arguments presented here, in our opinion, outline sufficiently unsolved scientific tasks regarding the geographical methodology of tourist destinations and indicate certain directions for deepening scientific research and should be perceived as a continuation of discussions.

Key words: tourist destination, local level, socio-geographical system, attraction.

Надійшла 25.04.2023р.