

3. Офіційний туристичний портал Закарпатської області [Електронний ресурс]. – Режим доступу : zaktour.gov.ua.

УДК 004.738.5:338.48:33.02

ІЛЬТЬО Т.І., ДЕМ'ЯН Я.Ю.,  
Мукачівський державний університет

### МІСЦЕ ІНТЕРНЕТ-ТЕХНОЛОГІЙ У ПРОЦЕСІ ПЛАНУВАННЯ ТУРИСТСЬКОЇ ПОДОРОЖІ

Планування туристської подорожі – це тимчасовий, динамічний, послідовний, багатоступінчастий процес прийняття рішення, що залежить від конкретних обставин. Згідно з Ф. Котлером процес прийняття рішення складається з 5 стадій [1]:

- 1) усвідомлення потреби;
- 2) пошук інформації;
- 3) оцінка альтернатив;
- 4) рішення про купівлю;
- 5) реакція на покупку.

Другий етап – інформаційний пошук – це виражена потреба порадитися з різноманітними джерелами інформації перед прийняттям рішення про покупку. Існують різні види джерел інформації, проте у сучасних умовах переважаючою тенденцією у багатьох сегментах туристичного ринку стає використання мережі Інтернет. Туристи все більше покладаються на Інтернет при плануванні своєї подорожі через великий обсяг і розмаїття доступної інформації у мережі з відносно низькими витратами часу і коштів. Крім цього, Інтернет є зручним для більш детальної підготовки до поїздки. Використання Всесвітньої мережі як джерела інформації є особливо популярним серед молодих споживачів, які є знайомими з комп'ютерною технікою.

Планування туристської подорожі в мережі Інтернет є складним, динамічним процесом, що залежить від конкретних умов. Тому сучасні дослідники намагаються представити концептуальну модель процесу туристичного пошуку он-лайн. Одним із результатів таких досліджень стало доведення факту, що туристичне планування в мережі складається з окремих епізодів, що відповідають окремим проблемам, які туристу необхідно вирішити.

Процес пошуку інформації для планування подорожей через Інтернет можна представити у вигляді трьох окремих етапів :

- пошук;
- первинний вибір;
- детальний розгляд.

Нами досліджено, що перші враження, які викликає веб-сайт для користувача впливає на вибір сайту для планування та на подальші рішення потенційного туриста. Дослідники П. Чжан та Р. фон Дран виділили групи

факторів, які впливають на переконливість сайту дестинації та відповідно перше враження користувача, поділивши їх на гігієнічні та потенційні фактори. До першої групи, яка включає вимоги, що повинен задовольняти веб-сайт, для того щоб його відвідувачі не були незадоволеними, були віднесені інформативність та зручність використання сайту. Потенційними або мотиваційними факторами, що додають якості і покращують рівень задоволеності відвідувачів сайтом, були названі довіра, надихання, залученість та взаємність.

#### **Література**

1. Котлер Ф. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм / Ф. Котлер, Дж. Т. Боуэн, Дж. Мейкенз. – М. : Юнити-Дана, 2007. – 1071 с.
2. Jeng J., Fesenmaier D. R. Conceptualizing the travel decision-making hierarchy: a review of recent developments // *Tourism Analysis*. – 2002. – No. 7. – pp. 15-32.
3. Chaffey D., Chaddwick F. E., Johnston K., Mayer R. *Internet Marketing: Strategy, Implementation and Practice*. – Essex : Pearson Education Limited, 2006. – 702 p.

УДК 338.482:912.43:3.073.533

КАМПОВ Н.С., КАСИНЕЦЬ О.В.,  
Мукачівський державний університет

### **ТУРИСТИЧНА КАРТА ЯК ІНСТРУМЕНТ ПРОМОЦІЇ**

Кожна людина звикла бачити карти не тільки на шкільній дошці або в навчальній аудиторії, але і в газетах, журналах, в кіно- і телевізійних передачах, наприклад, при оглядах міжнародних подій, внутрішнього життя України, під час розповідей про цікаві події і факти, про маршрути мандрівок, про спортивні події і прогнози погоди. За допомогою географічної карти людство: здійснює загальне знайомство з місцевістю, країною тощо; здійснює орієнтування за картами; використовує карту як основу для інженерного проектування, прогнозу погоди тощо; застосовує у школі та у ЗВО з навчальною і дослідницькою метою; використовує у військовій справі як основне джерело інформації про місцевість при управлінні військами; використовує як джерело наукових досліджень; використовує для забезпечення потреб туристично-екскурсійної справи (або інших галузевих потреб).

Особливу групу карт складають карти туристичні, що призначені для потреб туристів і відпочиваючих. Туристичні карти – це карти, призначені для забезпечення потреб туристично-екскурсійної справи, один із видів карт тематичних [1, с. 246].

Основними елементами туристичної карти є: 1) загальногеографічні елементи: градусна сітка, рельєф, гідро мережа, рослинний покрив, населені пункти, шляхи сполучення, межі адміністративно-територіальних одиниць; 2) об'єкти туризму: архітектурні та історико-культурні пам'ятники, об'єкти паломництва, заповідники, національні парки й інші екотуристичні об'єкти, музеї, театри, спортивні споруди тощо; 3) об'єкти туристичної інфраструктури:



# МУКАЧІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

89600, м. Мукачево, вул. Ужгородська, 26

тел./факс +380-3131-21109

Веб-сайт університету: [www.msu.edu.ua](http://www.msu.edu.ua)

E-mail: [info@msu.edu.ua](mailto:info@msu.edu.ua), [pr@mail.msu.edu.ua](mailto:pr@mail.msu.edu.ua)

Веб-сайт Інституційного репозитарію Наукової бібліотеки МДУ: <http://dspace.msu.edu.ua:8080>

Веб-сайт Наукової бібліотеки МДУ: <http://msu.edu.ua/library/>