

.ЕКОНОМІЧНІ НАУКИ

УДК 338.487:338.482:303.4(045)

Дімітрічак М.
магістрант спеціальності «Туризм»,
Мукачівський державний університет
Кампов А.
Мукачівський державний університет
Лужанська Т.Ю.
кандидат географічних наук, доцент,
Мукачівський державний університет

**СИСТЕМНО-СТРУКТУРНЕ ДОСЛІДЖЕННЯ РЕГІОНАЛЬНОГО
РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ**

У статті розглянуто становлення регіонального ринку туристичних послуг як форми територіальної організації. Проаналізовано компонентну структуру, методики та моделі, діагностику та моніторингові оцінки регіонального ринку туристичних послуг.

Ключові слова: регіональна ринкова система, регіональний ринок туристичних послуг, зовнішні фактори, внутрішні фактори, компонентна структура, моніторинг туристичного ринку, якість туристичних послуг, моделі регіональних систем, регіональна туристична аналітична система.

The article deals with the formation of the regional tourist services market as a form of territorial organization. Component structure, methods and models, diagnostics and monitoring evaluations of the regional tourist services market are analyzed.

Key words: regional market system, regional tourist services market, external factors, internal factors, component structure, monitoring of the tourist market, quality of tourist services, models of regional systems, regional tourism analytical.

Економічні перетворення, що відбуваються нині на теренах України, привертають увагу науковців і практиків до проблем розвитку регіональних ринкових систем. Простір регіону, обмеженого територіально-адміністративними кордонами, все частіше сприймається як система споживчих ринків, одним з яких є ринок туристичних послуг.

На сьогодні важливим є розробка теоретико-економічних підходів і методів, заснованих на визначенні потреб громадян в одержанні туристичних послуг на регіональному рівні, у рекомендаціях щодо використання нових організаційних форм і маркетингових напрямків у діяльності регіональних підприємств туристичної інфраструктури, що має сприяти підйому якості наданих послуг і удосконаленню туристичної бази національного ринку як усередині регіону, так і в зовнішньоекономічній діяльності.

Поняття регіонального ринку як форми територіальної організації сфери обігу знайшло відображення в роботах О.Г. Гранберга, Л.Л. Зобової, В.І. Мустафіна, О.С. Новосьолова, С.П. Сонька, Д.М. Стеченка та інших. Вагомий внесок у теорію дослідження регіональних ринків зробили українські вчені О.О. Любіцева, В.І. Пила, А.В. Сидорова, О.С. Чмир, І.М. Школа, Е.В. Щепанський та інші.

Проте ряд теоретико-методологічних питань економічної діагностики регіональних ринків туристичних послуг лишаються невирішеними. Так, не сформовано єдиного погляду на ринкову ієрархію туристичної сфери та межі регіональних ринків; недостатньо розкрито сутність регіонального туристичного попиту та пропозиції; методологія діагностики вимагає адаптації до специфіки туризму. У ринкових дослідженнях туристичної сфери мало використовується сучасний математичний апарат, зокрема методи прогнозування ринкових процесів.

Ринок туристичних послуг розглядають як відкриту систему, що багатьма каналами (виробничо-технологічний, ресурсний, кадровий, інформаційний, фінансовий тощо) пов'язана з ринками вищих рангів (ринок послуг і світовий ринок) та з господарським комплексом певної території як з соціально-економічною системою вищого порядку, складовою якої є.

Ринок туристичних послуг структурований, диференційований та ієрархізований. Компонентна структура представлена суб'єктами ринку, що є складовими міжгалузевого комплексу індустрії туризму, і відтворена в сегментації ринку попиту та ринку пропозиції [1, с. 56].

Розкриття змісту поняття «регіональний ринок туристичних послуг» потребує уточнення дефініцій туристичних послуг в цілому. Під поняттям «регіональний ринок туристичних послуг» слід розуміти соціально-економічну систему. Її основу становлять взаємовідносини, що безпосередньо пов'язані з виробництвом, наданням, споживанням туристичних послуг чи комплексного туристичного продукту в ареалах певної місцевості. Регіональним ринком туристичних послуг прийнято приймати те місце, де був факт придбання туристичного пакету, а також місце його споживання. Він формується на різних

потребах суспільства, яке також впливає на зростання чи падіння ринку. На формування ринку туристичних послуг діють як зовнішні, так і внутрішні фактори.

Зовнішні фактори, що діють на функціонування ринку туристських послуг: економічна і політична урівноваженість, стабільність держави; представлення інтересів держави в міжнародних конференціях; державна роль в міжнародних організаціях; розвиток міжнародних відносин; інтеграція держави в світове господарство; форс-мажорні обставини (у т.ч. розповсюдження пандемії корона вірусної інфекції) і т.п.

Внутрішні фактори стимулюють розвиненість національного та регіонального рівнів розвитку туризму: соціально-економічні особливості регіонів; історичні особливості; розвиток господарства; показник розвиненості транспортної інфраструктури; демографічні показники; якість і умови для життя населення і т.п. [3, с.42].

Під впливом інтересів суб'єктів регіонального ринку туристичних послуг утворюються основні ринкові пропорції – між туристсько-рекреаційним потенціалом території та ступенем розвитку туристичної сфери, між туристичним попитом і пропозицією. Комплексність туристичного попиту спричиняє одночасний розвиток у межах регіону всіх підсистем ринку, зокрема виробничої та ринкової інфраструктури туризму, а також суміжних ринків, забезпечуючи комплексно-пропорційний розвиток.

Проведення моніторингу ринку туристичних послуг дозволяє обґрунтувати ефективність управлінських дій органів виконавчої влади у сфері туризму. В системі моніторингу ринку туристичних послуг суб'єкти моніторингу представляються носіями моніторингових функцій, які здійснюють ці функції. Суб'єкти моніторингу ринку туристичних послуг можна умовно розділити на дві великі групи: суб'єкти, що надають інформацію, та ті, що збирають і обробляють інформацію [6, с. 81].

Для оцінки якості туристичних послуг необхідно визначити оптимальний набір показників, що характеризують якість послуг і обслуговування. Їх поділяють на пошукові, емпіричні і довірчі. До *пошукових* відносяться такі показники, які покупці можуть оцінити ще до покупки. До *емпіричних* – показники якості послуг, які проявляються в процесі обслуговування і які не можна визначити до придбання туристської путівки (ввічливість, чуйність, професіоналізм персоналу, обізнаність, повнота і достовірність інформації, що повідомляється екскурсоводом під час екскурсії, враження, що отримується від побаченого). До довірчих показниками якості відносяться такі показники, які турист не може оцінити навіть після споживання туристського продукту.

Застосування кваліметрії в оцінці якості туристичних послуг дозволить застосувати кількісний підхід до визначення туристичного регіону з позиції вимірювання якості надаваних в регіоні послуг для туристів. До головних параметрах оцінки науковці відносять показники, що характеризують технічну, функціональну і етичну якість окремих видів товарів, робіт, послуг.

Суб'єкти моніторингу повинні діяти як взаємопов'язані елементи моніторингової системи оцінки регіонального ринку туристичних послуг. Єдність і плідність їх дій залежить від наявної організуючого «ядра» – спеціального моніторингового підрозділу органів виконавчої влади в сфері туризму, яке повинно безпосередньо здійснювати координацію організаційно-методичного і програмно-технічного забезпечення всіх процедур моніторингу. Ефективність діяльності всіх суб'єктів моніторингу залежить від якості розробки та ступеня впровадження регіональних програм моніторингу ринку туристичних послуг, що дозволяють з високим ступенем достовірності зробити кількісні оцінки туристського комплексу, оцінити його внесок і вплив на економіку регіону.

Основне завдання моніторингового відстеження – оперативний контроль за ходом процесів, виявлення змін у стані об'єктів дослідження ринку туристичних послуг. Завдання моніторингової служби:

- вимірювання просторово-часових, циклічних і інших характеристик досліджуваних процесів на ринку туристичних послуг;
- виділення впливу різних факторів на сутнісні характеристики досліджуваного процесу на ринку туристичних послуг;
- вимірювання екологічних характеристик досліджуваних процесів на ринку туристичних послуг.

Імітаційне моделювання у світовій практиці набуває все більшого використання при розробці та перевірці економічної політики розвитку країн у сфері туристичної діяльності. Нині різні аспекти соціально-економічного розвитку регіонів включає багато підходів та концепцій. Найбільш поширеними є концепція системної динаміки та агентне прогнозування.

Науковцями розроблено модель економіки регіону, в якій одним з факторів економічного зростання є екологія. Як і в моделі Дж. Форрестера враховано вплив забруднення природного середовища на захворюваність населення, на тривалість життя та людський капітал. Модель містить наступні змінні-рівні: основні фонди підприємств; зайняті на виробництві; забруднення навколишнього природного середовища. Науковці відзначають, що за допомогою коефіцієнту розподілу інвестицій між основними фондами підприємств та основних фондів природоохоронного призначення регулюється

екологічний стан та сценарії розвитку регіону. Вкладення в основні фонди природоохоронного значення є основним засобом скорочення антропогенного навантаження на територію. Аналіз результатів сценарного моделювання продемонстрував необхідність надання переваги групі оптимістичних інноваційних сценаріїв, оскільки лише вони дозволяють досягти стійкого розвитку регіону. Серед усіх сценаріїв перше місце за привабливістю за всіма критеріями зайняв оптимістичний комбінований сценарій. Впровадження інноваційних сценаріїв розвитку дозволяє підвищити й рівень науково-технічної складової стійкого розвитку завдяки зростанню обсягів та частки інноваційної продукції.

У рамках реалізації проекту «Інтелектуальна автоматизована інформаційно-аналітична система супроводження бюджетного процесу на базі вітчизняної суперЕОМ» вченими Інституту економіки промисловості НАН України була запропонована структура імітаційної моделі регіону, на базі якої було здійснено дослідження розвитку ряду областей України [7].

Серед розробок імітаційних моделей регіональних систем слід відзначити роботи Н.Н. Личкіної, в яких побудовані системно-динамічні моделі ресурсного потенціалу, охорони здоров'я, житлово-комунальної сфери та інші. Науковці також пропонують регіональну імітаційну модель для оцінки соціально-економічної ефективності різноманітних управлінських рішень. В якості результуючих показників обрано валовий регіональний продукт та сукупні доходи консолідованого бюджету.

Агент-орієнтовані моделі мало використовують для моделювання економіки регіонів, однак такі розробки є актуальними. Перевагою використання моделей даного типу є відсутність необхідності мати всі статистичні дані та можливість одержувати задовільні результати в умовах різких змін, відхилень, впливів зовнішнього середовища, які викликають руйнування регресійних залежностей. У роботах О.Д. Сушко представлена модель регіону, яка включає агентів наступних типів: фізичні особи; юридичні особи; муніципальні райони. Модель складається з таких блоків: прогнозування демографічної ситуації; трудовий потенціал одного агента-людини та його поведінка як працівника; структура зайнятості та модель ринку праці; виробництво; формування та використання бюджету.

Науковцями розроблена агентна модель, у якій агентами виступають окремі регіони, що взаємодіють один з одним та з економікою країни у цілому. Розроблена модель ураховує різниці між регіонами за обсягом і складом природних ресурсів, рівнем розвитку виробничих сил, рівнем відкритості економік регіонів і дозволяє визначити причини відставання регіонів у

соціально-економічному розвитку, а також їхню реакцію на зміни у регіональній політиці, у тому числі у сфері туристичної діяльності.

Проведений аналіз показав, що концепція системної динаміки є найбільш прийнятним інструментом моделювання, який забезпечує достатній баланс між репрезентативністю та узагальненістю основних показників розвитку регіональної соціально-економічної системи. При чому модель регіонального розвитку, незалежно від кінцевої мети дослідження, має обов'язково включати демографічний блок разом з ринком праці, блок виробництва і доходів населення та екологічний блок [4, с. 67].

Погляд на регіон як на ринок з чітко вираженими територіальними межами вимагає перегляду методів дослідження соціально-економічних процесів, що відбуваються на його території. Новим напрямом методології регіональних ринкових досліджень науковці називають економічну діагностику. Інформація, отримана в процесі економічної діагностики допомагає забезпечити повне використання наявних ресурсів, максимальне задоволення потреб споживачів.

Методика дослідження регіональних ринків туристичних послуг ґрунтується на застосуванні як загальнонаукового, так і специфічного інструментарію, зокрема, методів регіонального економічного аналізу й економічної статистики, і включає такі процедури: оцінка умов і чинників регіоналізації національного ринку; аналіз територіальних відмінностей всередині національного ринку на основі показників географічної асоціації та територіальної варіації параметрів попиту, пропозиції та цін; виділення окремих регіональних ринкових утворень; економічна діагностика конкретних регіональних ринків. Співставлення наукових підходів до визначення сутності економічної діагностики регіонального ринку туристичних послуг дозволило визначити її як сукупність аналітичних процедур, зокрема, вивчення чинників розвитку, кон'юнктури, інфраструктури, внутрішніх і міжрегіональних зв'язків ринкових утворень, а її кінцевою метою є виявлення диспропорцій розвитку досліджуваного об'єкту; ефективності використання потенціалу; здатності адекватно реагувати на зміни зовнішнього та внутрішнього середовища [6, с. 51].

Процес діагностування регіонального ринку туристичних послуг вимагає застосування системи спеціальних показників – індикаторів кон'юнктури, що складається з параметрів туристичного попиту, включаючи кількісні та вартісні індикатори регіонального розвитку; туристичної пропозиції; ринкових цін; масштабу ринку та рівня конкуренції; ділової активності.

Чим більша вартість туристичних послуг, тим більше бажання зменшити ризик, що потребує більшого часу на прийняття рішення про купівлю. Ризикованість посилюється тим фактом, що для споживача туристичний продукт практично завжди є товаром-новинкою, хоча й може містити знайомі елементи, але турист завжди буде прагнути урізноманітнити програму відвідування. Туристичний продукт з точки зору споживача є завжди новим товаром на ринку, а це додатково ускладнює прийняття остаточного рішення про його придбання. Відповідно до міри ризикованості споживачі поділяються на новаторів та послідовників, які шукають на ринку саме новітню продукцію з цікавості, престижності, прагнучи самовираження або пересиченості; на більшість, яка обмежує ризикованість покупки; та відстаючих, які принципово ніколи не ризикують [4, с. 72].

Урізноманітнення і розвиток пропозиції України можливі на напрямках культурно-пізнавального і екскурсійного, екологічного, спортивного, а також сільського туризму. Потребує маркетингових зусиль ринок курортно-лікувального туризму, підтримки та відновлення – ринок круїзного та спортивного туризму, розбудови – ринок гірськолижного туризму. Відносно сегментів споживчого ринку, то основні маркетингові зусилля повинні бути спрямовані на розвиток дитячого відпочинку та оздоровлення, сімейного відпочинку, відновлення та розбудову автотуризму, релігійного туризму. Основним споживчим ринком залишається ринок масового попиту з превалюючою мотивацією «відпочинок+екскурсії». На ринках нестандартного та елітарного попиту домінуючими можуть бути позиції спортивного та екологічного туризму.

Саме посилення дії умов та чинників ринкового середовища, основане на підвищенні ефективності державної туристичної політики в поєднанні з можливостями приватного бізнесу і місцевої ініціативи є тим шляхом, який дозволить Україні закріпити наявні конкурентні переваги та набути додаткових переваг в конкурентно-партнерських туристичних відносинах [5, с.706].

Офіційним туристичним брендом України є англomовне гасло «It's all about U». Воно має два варіанти перекладу – «Україна: це все про тебе» і «Це все про Україну». Даний бренд використовується з 2013 року і до нині.

Водночас велика кількість існуючих на сьогодні напрямів туризму та подорожей дозволяє створювати привабливі туристичні продукти навіть в умовах відсутності достатньої кількості основних (первинних) туристичних ресурсів. Це дає можливість розвивати туристичну галузь навіть у регіонах традиційно не забезпечених природно-рекреаційними або культурно-історичними ресурсами, а за рахунок створення нетрадиційних туристичних

продуктів і використання відповідного позиціонування регіону (наприклад, упровадження туристичних маршрутів в зону відчуження в районі Чорнобиля).

Саме динамічний розвиток підприємництва в сфері туризму, невинна зміна організаційних форм і методів надання туристичних послуг, стрімке підвищення вимог споживачів до якості організації туристичного обслуговування вимагає постійного вдосконалення механізму державного регулювання ринку туристичних послуг. Оптимальною формою програмних документів, що регламентують розвиток туризму, має стати комплекс програм розвитку видів туризму, визнаних муніципальними органами управління туризмом пріоритетними на певний час, та відповідних секторів ринку і короткострокових планів залучення до регіону конкретних категорій туристів, виділених, зокрема, за географічним критерієм [9].

Вибір регуляторів ринкових процесів у регіоні вимагає методологічного забезпечення, зокрема вдосконалення методичних засад економічного прогнозування ринкових процесів у туризмі. Запропонована методика прогнозування розвитку ринку туристичних послуг включає: складання «генетичних» прогнозів туристичного попиту (в тому числі на основі аддитивно-мультиплікативної квазігравітаційної моделі, здатної передбачити закономірності розподілу туристичних потоків між регіонами країни та світу); розробку нормативних прогнозів регіональної туристичної пропозиції, що ґрунтуються на показниках чисельності населення регіону та очікуваних обсягах туристичного потоку; розрахунок соціально-економічної ефективності запланованих трансформацій за такими показниками як загальна ефективність функціонування ринкової системи (співвідношення валової доданої вартості, виробленої туристичними, санаторно-курортними (оздоровчими) підприємствами та підприємствами розміщення, і сумарних інвестицій у ці підприємства за рахунок всіх джерел фінансування); фінансова ефективність (співвідношення чистого прибутку підприємств регіону та витрат, пов'язаних з наданням послуг); бюджетна ефективність (співвідношення надходжень до бюджету та бюджетних витрат на функціонування туристичної сфери) [10].

Діагностика регіональних ринкових процесів має забезпечуватись значним масивом статистичної інформації, отримання якої нині серйозно ускладнене недоліками у системі ведення туристичної статистики та забезпечення відповідними матеріалами потенційних користувачів. Шляхом вирішення цієї проблеми є, на наш погляд, створення системи ринкового моніторингу з елементами економічної діагностики – регіональної туристичної аналітичної системи (РТАС) на таких принципах: взаємозалежності та взаємозумовленості інформаційних потоків з усіх рівнів управління

туристичною сферою; періодичності оновлення інформаційного наповнення; цілеспрямованості; сумісності програмного забезпечення; диференційованого доступу до інформаційних ресурсів; наявності єдиного організаційно-технологічного циклу збору, обробки, накопичення, аналізу та розподілу первинної та вторинної інформації та інформаційних потоків. Визначено структуру РТАС, включаючи базу узагальнених даних (законодавча та нормативна база, ресурсний паспорт, фактори впливу на ринок, індикатори туристичного та суміжних з ним ринків, тематичні бази даних, інвестиційні проекти), прогноз всіх основних параметрів кон'юнктури та виконані на його основі короткострокові й довгострокові маркетингові плани, архівні файли та розрахунковий блок.

Впровадження РТАС сприятиме зростанню інноваційного потенціалу регіону, активізації конкурентного середовища та, відповідно, ефективності регіонального виробництва, дозволить визначати стратегічні пріоритети як для туристичної сфери регіону в цілому, так і для окремих секторів туристичного бізнесу. Крім того, інформаційна система має сприяти вирішенню таких задач як прогнозування розвитку ринкових процесів у туристичній сфері регіону та регулювання ними через розробку стратегій виходу на конкретні ринки, сценаріїв регіонального туристичного розвитку; створення, вдосконалення та просування місцевого туристичного продукту; попередження структурних і територіальних деформацій регіонального ринку туристичних послуг; розробку прогнозів ринкових процесів на території регіону [4, с.90].

Враховуючи тимчасову окупацію території АР Крим, в Україні необхідно забезпечити формування нового ринку туристичних та рекреаційно-оздоровчих послуг з відповідним інформаційним, організаційним та інфраструктурним забезпеченням. Існуюча інфраструктура Одеської, Херсонської та Миколаївської областей здатна задовільними потреби відпочиваючих громадян України та іноземних громадян на час курортного сезону у повній мірі. Втрата туристичного потоку з країн СНД, безумовно, негативно впливає на стан туристичного сектору приморських регіонів України. Компенсувати ці втрати можливо за рахунок внутрішнього туризму, зокрема тих українських туристів, які обирали для відпочинку Крим. Разом з тим, слід звернути увагу і на необхідність залучення іноземних туристів, у тому числі з країн Європейського Союзу. При цьому слід брати до уваги необхідність надання якісних туристичних послуг та проведення активної рекламної-інформаційної кампанії [7].

Подальший розвиток ринкових відносин в сфері туризму потребує переорієнтації механізмів державного регулювання і встановлення

пріоритетних напрямів державної підтримки диференційовано за регіонами та видами туризму. З метою реалізації запропонованих пріоритетів державної політики необхідним є обґрунтування засад розробки та впровадження державної програми підтримки розвитку туризму. Метою державної програми має бути створення в Україні інфраструктури, що здатна забезпечити найповніше використання потенціалу пропозиції туристичних послуг в межах допустимого антропогенного навантаження на об'єкти туристичного інтересу та розширення попиту на послуги внутрішнього туризму на основі підвищення рівня його конкурентоспроможності.

Суттєвими проблемами в Україні є недостатня адаптованість регіональної туристичної пропозиції до вимог цільових груп туристів; невідповідність цін рівню якості основних туристичних послуг і слабка пристосованість цінової політики туристичних підприємств до змін коливань попиту; високі бар'єри виходу на ринок іноземного туризму, зокрема ускладнений доступ до іноземних ринків, значні витрати на створення відповідного іміджу серед потенційних споживачів; переважання адміністративних регуляторів у державній політиці управління туристичною сферою регіону; відсутність з боку суб'єктів регіонального ринку узгоджених дій щодо залучення туристів.

Щоб докорінно змінити ситуацію в туристичній галузі, Україна має створити таку ефективну регулятивну політику, яка б передбачала «win-win» для операторів, готелів, інвестиційних компаній, і сама взяла активну участь. Потрібно ухвалити державну програму розвитку туризму з відповідними фінансово-податковими стимулами.

Одним з актуальних, але недостатньо досліджених напрямів туристичного продукту є визначення реакції споживачів на рекламну інформацію про характеристики туристичного продукту. Встановити таку реакцію можливо на підставі моделей споживацьких уподобань клієнтів. Використання подібних моделей забезпечує перевагу перед конкурентами, оскільки надає знання про особливості поведінки споживачів на ринку туристичних послуг.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бабарицька В.К. Організація туризму: навч. посібник. Ч. 1 / В.К. Бабарицька, О.О. Любіцева. – К.: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 1998. – 82 с.
2. Біль М.М. Механізм державного управління туристичною галуззю на регіональному рівні: теоретико-прикладний аспект [Текст] : монографія / М. Біль. – Львів : ЛРІДУ НАДУ, 2011. – 226 с.
3. Дядечко Л.П. Економіка туристичного бізнесу: навч. посібник / Л.П. Дядечко. – К: Центр учбової літератури, 2007. – 224 с.

4. Євдокимова Н.М. Економічна діагностика: [навчально-метод. посібник] / Н.М. Євдокимова. – К.: КНЕУ, 2005. – 110 с.
5. Забалдіна Ю.Б. Аналіз процесів регіоналізації ринку туристичних послуг України / Ю.Б. Забалдіна // Економіка: проблеми теорії та практики: збірник наукових праць. – Д: ДНУ, 2004. – Випуск 197, Том III. – С. 705-711.
6. Організаційно-економічний механізм розвитку регіону: трансформаційні процеси та їх інституційне забезпечення: монографія / кол. авт.; за ред. А.Ф. Мельник. – Тернопіль: Економічна думка, 2003. – 608 с.
7. Офіційний портал Державної служби статистики України: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>.
8. Павлов В.І. Політика регіонального розвитку в умовах ринкової трансформації (теоретико-методологічні аспекти та механізми реалізації) / В.І. Павлов. – Луцьк: Настир'я, 2000. – 580 с.
9. Регіонологія туризму: науково-методичне видання / за ред. д.е.н., проф. Д.М. Стеценка. – Київ, 2004. – 218 с.
10. Туризм в системі пріоритетів регіонального розвитку: монографія / [за ред. проф. В.В. Александрова]. – Х.: ХНУ імені Каразіна, 2010. – 268 с.
11. Чернюк Л. Г. Економіка регіонів (областей) України: навч. Посібник / Л.Г. Чернюк, Д.В. Клиновий. – К.: ЦУЛ, 2000. – 644 с.

УДК 338.48-6:7/8:316.1-029:33(045)

Столяренко Б.
магістранта спеціальності «Туризм»,
Мукачівський державний університет
Лужанська Т.Ю.
кандидат географічних наук, доцент,
Мукачівський державний університет

СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ ПІЗНАВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ МІСТА МУКАЧЕВО

У статті розглянуто стан та основні тенденції розвитку пізнавального туризму міста Мукачево. Проаналізовано фактори, що сприяють розвитку пізнавального туризму міста, SWOT-аналіз, визначні туристичні об'єкти міста, формування туристичного продукту міста Мукачево, стратегію розвитку туризму в місті Мукачево.



МУКАЧІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

89600, м. Мукачево, вул. Ужгородська, 26

тел./факс +380-3131-21109

Веб-сайт університету: www.msu.edu.ua

E-mail: info@msu.edu.ua, 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/>