

# ***1. РЕСУРСНА СКЛАДОВА РОЗВИТКУ СУЧАСНОГО ТУРИЗМУ***

**УДК 338.48-44(1-21)(043.2)**

**Гецовський Р.Г., Медвідь Л.І.**  
*Мукачівський державний університет*  
*м.Мукачево*  
*r.gertsovskiy@gmail.com*  
*me\_lar@ukr.net*

## **МІСЬКИЙ ПРОСТІР У ТУРИЗМІ**

Туризм як явище є потужним рушієм розвитку та трансформації сучасних міст, одним із важливих засобів отримання прибутку та визначником розвитку, який обирають муніципалітети. Туризм потрібен місту і відповідає за імідж міста, за його привабливість на регіональній, національній і світовій арені. За рахунок розвитку туризму міста позиціонують себе як продукт, що має бути спожитий туристами. Використання міського простору для задоволення потреб туристів визначили актуальність дослідження.

Туризм впливає на формування міського простору, тому міста підлаштовуються під потреби туристів. Ресурсною базою розвитку туризму в місті є локації природних ресурсів, культурно-пізнавальних і туристичних об'єктів, культурна та духовна спадщина, збережені традиції та обряди, події заходи, фести. Міста, як центри розвитку туризму повинні володіти засобами здатними підтримувати інтерес туристів: атрактивністю – здатністю звертати на себе увагу; експресивністю – особливою виразністю; меморіальністю – зв'язком з пам'ятними подіями, явищами, особистостями; унікальністю – одиничністю пам'яток; рідкістю – раритетністю. Правильна промоція туристичного потенціалу міста сприяє залученню туристів до заходів міського рівня та дає можливість містам стати цікавими та популярними у відвідувачів.

Міський простір використовується містянами та туристами для задоволення різноманітних потреб, в тому числі й туристичних. Він складається з приватного простору – закриті для сторонніх приміщення, заборона

вторгнення до яких передбачена законом; публічного простору – це створені державою для суспільства місця вільного доступу для необмеженої комунікації; соціального простору – різні за характером території (простори), які виконують публічні функції, але не відповідають усім критеріям традиційних публічних просторів: від кафе до торговельних центрів.

Міський простір підлаштовується під потреби туризму, створюючи цілі індустрії з їх прийому та обслуговування, а саме:

- підприємства, що надають послуги з розміщення (готелі, мотелі, хостели, кемпінги; пансіонати, приватні будинки та квартири, туристичні бази, будинки відпочинку та ін.);
- підприємства харчування (ресторани, їдальні, заклади швидкого харчування, кафе, бари; фабрики-кухні та ін.);
- транспортні підприємства (автопідприємства, авіаційні підприємства, залізничні відомства; підприємства морського та річкового транспорту (де це можливо, виходячи з природно-територіальних умов));
- туристичні фірми по реалізації продукції, зорієнтованої на туристів (туроператори; туристичні агентства; екскурсійні бюро; бюро реалізації путівок);
- рекламно-інформаційні туристичні установи (рекламні бюро; рекламні агентства);
- виробничі туристичні підприємства (з виробництва сувенірної продукції; з виробництва туристичного спорядження; з виробництва комплектуючих для готелів та туристичних офісів (меблі, спальні предмети, тощо));
- підприємства торгівлі (магазини з реалізації туристичного спорядження; магазини з реалізації сувенірів; пункти прокату);
- підприємства організації дозвілля (кіноконцертні зали; нічні клуби; торговельно-розважальні центри тощо);
- заклади самодіяльного туризму (туристичні клуби; альпіністські, водні, спелеологічні клуби; кінні, велосипедні та інші клуби);

– навчальні та науково-проектні туристичні заклади (вищі та середні спеціальні туристичні навчальні заклади; інститути підвищення кваліфікації та перепідготовки; навчальні комбінати; науково-дослідницькі та проектні інститути) [1].

Отже, міський простір, як об'єкт міського туризму повинен сформувати образ міста, надати можливість туристу набути нові знання та враження, новий досвід в ознайомленні з історичними та сучасними особливостями міста, а також у спілкуванні з його мешканцями. Цінність такого досвіду полягає у тому, що він дозволяє туристу відчувати місто, бути приналежним до його власного життя, налагодити ділові й особисті контакти з його мешканцями, розширити свій кругозір та сформувати уявлення про себе, навколишній світ, свою роль у ньому.

#### Список використаних джерел

1. Смирнов І.Г. Логістика туризму / І.Г. Смирнов. – К. : Знання, 2009. – 444 с.

**УДК 338.483.11(21)(043.2)**

**Гранкіна В.І., Медвідь Л.І.**  
*Мукачівський державний університет*  
*м. Мукачєво*  
[grankinaveronika1997@gmail.com](mailto:grankinaveronika1997@gmail.com)  
[me\\_lar@ukr.net](mailto:me_lar@ukr.net)

## **УРБОЛАНДШАФТИ ТА ЇХ ВИКОРИСТАННЯ В ТУРИЗМІ**

Сьогодні в Україні майже не залишилося не змінених господарською діяльністю природних ландшафтів. Мало змінені ландшафти становлять не більше 15 – 20% території України. Значні площі займають міські поселення й міста-урболандшафти.



# 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/>