

On the other hand, it is necessary to consider that statistics testifies the adverse factor influencing development of consumer behavior in Peru, Peru traditionally eat at home. In the USA expenses on a food out per capita is 1349 dollars per year. In addition, in Peru is 66. Besides, population shift is necessary for growth of restaurant business, which is tourism.

The basic consumers of restaurant services in Peru are internal consumers and residents. They are not constant in habits, they search novelty, non-standard ideas, but the main thing, this segment is the smallest. Meanwhile, restaurant business in developed countries based first on all on gastronomic tourism. For example, in France such phenomenon is developed. The large quantity of people is travelling simply to have dinner at this or that well-known restaurant.

In Peru, tourism is not developed, and not only gastronomic. The reasons for that is economy, political. In addition, one of the main problems is a safety problem.

The used literature

1. Investment attractibility of Peru public catering [An electronic resource] market//www.analyticgroup.ru/news/?id=31
2. Peru public catering market // Intesco Research Group, 2017

УДК 911.35

Машіка Г.В., Кадар В.В.

Мукачівський державний університет

mashika.g.v@i.ua

СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ МОДЕЛІ ЯКОСТІ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ КАРПАТСЬКОГО РЕГІОНУ

Сьогодні можна достатньо упевнено стверджувати, що винятковий акцент на розвитку в Карпатському регіоні промисловості навряд чи виправдає себе.

"Технологічний бум" наразі не загрожує, а отже, продуктивність праці і конкурентоспроможність продукції ще довго залишатимуться низькими. Крім того, при нарощуванні виробництва загострюватиметься екологічна ситуація. Таким чином, потрібно виробити нестандартні ходи і рішення при виборі пріоритетів у видах туризму, розвиток яких забезпечив би прогресивні зміни в економічному житті регіону, що, у свою чергу, ініціювало б приплив капіталу (зокрема – іноземного).

З урахуванням наявних в Карпатському регіоні природного, економічного, наукового і технічного потенціалу, а також його історичних і географічних особливостей, соціально-економічні моделі розвитку туристичної індустрії Карпатського регіону полягає в тому, щоб на основі оптимального використання природи, матеріально-технічних, трудових й інтелектуальних ресурсів створити ефективну туристичну систему, яка забезпечить матеріальний добробут населення і екологічну безпеку Карпатського краю.

З урахуванням наявних в Карпатському регіоні природного, економічного, наукового і технічного потенціалу, а також його історичних і географічних особливостей, стратегічна мета перспективного розвитку території полягає в тому, щоб на основі оптимального використання природи, матеріально-технічних, трудових і інтелектуальних ресурсів створити ефективну туристичну систему, яка забезпечить матеріальний добробут населення і екологічну безпеку Карпатського краю.

Для розвитку Карпатського регіону пріоритетним, на наш погляд, є освоєння його туристичного потенціалу. Для підтвердження обґрунтованості цього вибору можна привести наступні основні аргументи: наявність необхідної природно-ресурсної бази (в регіоні налічується понад 800 джерел і свердловин лікувальних мінеральних вод всіх відомих типів багато з них – унікальні) [1]; могутній потенціал для розвитку різних видів туризму (мальовничі ландшафти, рельєф Карпат); вигідне географічне положення (Карпатський регіон знаходиться в центрі Європи); чинник територіального поділу праці (фактично в Україні є 2 регіони, умови яких дозволяють

забезпечувати задоволення суспільних потреб в рекреаційних послугах: Причорноморсько-азовський та Карпатський); порівняно висока екологічна безпека регіону (порівняно з іншими регіонами природа Карпат зазнала менших втрат і в багатьох місцях зберегла свій первісний стан, а це дуже важливо для розвитку відпочинку і туризму); соціально-економічна специфіка гір (у гірських районах чотирьох карпатських областей проживає близько 1,3 млн. чол., а гори створюють специфічні, надзвичайно складні умови для проживання і господарювання, тому тут надзвичайно гостро стоїть проблема зайнятості, і, як наслідок – низький рівень матеріального добробуту жителів гір) [3]; економічна конкурентоспроможність рекреаційної сфери.

Важливою складовою соціально-економічної моделі для розвитку туристичної індустрії необхідний цілісний підхід до туристсько-рекреаційних комплексів Карпатського регіону та його адміністративно-територіальних одиниць, як до органічної складової частини єдиного соціально-економічного комплексу країни, надаючи їм загальнодержавного і міжнародного значення. Це забезпечить і постійний державний контроль та підтримку одночасно. Туристична індустрія не має і не матиме найближчим часом коштів не те, щоб на нове будівництво, а й на реконструкцію наявної матеріальної бази. Без закордонних інвестицій і кредитів годі й мріяти про реконструкцію і розширення матеріальної бази. Саме тому через відповідні владні структури треба давати «зелене світло» інвесторам, спільним підприємствам, засновники яких – учасники туристичного процесу в Україні. Що стосується Карпатського регіону, то потенційних інвесторів доцільно орієнтувати в напрямку розвитку туризму на відпочинок і лікування, оскільки екзотичність краю, наявність численних джерел лікувальних вод дає змогу розглядати його як привабливий об'єкт туризму, але за умови створення через і за допомогою фізичних і юридичних осіб необхідної інфраструктури [2].

Але, скільки б ми не говорили про конкретні моделі розвитку якості туристичних послуг, перспективи виходу регіонального туризму на світовий туристичний ринок визначатимуться двома основними чинниками:

забезпеченням комплексного підходу до розвитку території та ефективністю державної регіональної політики. Інструментом реалізації останньої має бути Державна програма соціально-економічного розвитку Карпатського регіону, яка повинна практично реалізувати ідею забезпечення соціально-економічного прогресу території через державну підтримку пріоритетних секторів регіональної економіки, і, насамперед, рекреації.

Список використаних джерел

1. Алмашій В. В. Стан та основні напрямки розвитку туризму як невід'ємної складової транскордонного співробітництва Закарпаття /В.В. Алмашій // Теорія та практика державного управління. 2014. № 4. С. 233–241
2. Волошенко В. М. Особливості управління конкурентоспроможністю туристичної галузі в Україні / В.М.Волошенко // Інвестиції: практика та досвід. 2014. № 5. С. 162–163.
3. Щепанський Е. В. Механізм державного антикризового управління в туристично-рекреаційній сфері України / Е. В. Щепанський // Університетські наукові записки. Часопис Хмельницького університету управління та права. 2015. № 1. С. 284–290.

УДК 911.35

Машіка Г.В., Олаг Н.К.

Мукачівський державний університет

mashika.g.v@i.ua

СПЕЦИФІКА РОЗВИТКУ ВИННОГО ТУРИЗМУ В ЗАКАРПАТСЬКІЙ ОБЛАСТІ

Одним з перспективних напрямків розвитку ринку туристичних послуг є винний туризм - спеціалізований вид туризму, пов'язаний з ознайомленням з історією, технологією та культурою споживання алкогольних напоїв у певному



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/>