

Закарпатський угорський інститут ім. Ференца Ракоці II
кафедра географії та туризму

Реєстраційний № _____

Кваліфікаційна робота
"Карта гостя" як інноваційний інструмент просування
туристичного міста (на прикладі м. Берегове)

Черняк Діана-Марія Йосипівна
Студент(ка) IV-го курсу
Освітня програма 242 Туризм
Ступінь вищої освіти: бакалавр

Тема затверджена Вченою радою ЗУІ
Протокол № 7 /27 жовтня 2020 року

Науковий керівник:

Щука Г.П.
доктор педагогічних наук, професор

Завідувач кафедри географії та туризму:

Молнар Й.Й.
кандидат географічних наук, доцент

Робота захищена на оцінку _____, «___» _____ 2021 року

Протокол № _____ / 2021

Закарпатський угорський інститут ім. Ференца Ракоці II

кафедра географії та туризму

Кваліфікаційна робота

**"Карта гостя" як інноваційний інструмент просування
туристичного міста (на прикладі м. Берегове)**

Ступінь вищої освіти: бакалавр

Виконала: студент(ка) IV-го курсу

Черняк Діана-Марія Йосипівна

Освітня програма 242 Туризм

Науковий керівник:

Щука Г.П.

доктор педагогічних наук, професор

Рецензент:

Торпої Й.Й.

PhD

Берегове
2021

ЗМІСТ:

Вступ	6
Розділ 1. Теоретичні основи просування туристичного міста.....	8
1.1.Поняття про туристичне місто як вид туристичної дестинації.....	8
1.2.Сутність та роль позиціонування в туризмі.....	12
1.3.Специфіка позиціонування туристичного центру.....	14
Розділ 2. Берегове – туристичний центр Закарпаття.....	17
2.1. Загальна характеристика міста Берегова.....	19
2.2. Туристичний потенціал міста Берегова.....	19
2.3. Використання туристичного потенціалу міста на сучасному етапі. Промоція міста. Аналіз сайтів туристичних підприємств міста.....	35
Розділ 3. Інноваційні технології промоції м. Берегова як туристичного центру.....	42
3.1. «Карта гостя» – як інноваційний інструмент просування туристичного міста.....	42
3.2. Розробка «Карти гостя» для гостей м. Берегова.....	43
3.2.1.Визначення туристичних об'єктів, які будуть внесені в карту.....	43
3.2.2.Визначення закладів туристичної інфраструктури, які будуть представлені в карті.....	47
3.2.3. Розробка, поширення та використання карти.....	48
Висновки	50
Підсумки	52
Список використаних джерел	54
Додатки	56
Список ілюстрацій	63
Список таблиць	65
Резюме на угорській мові (összefoglaló)	66

II. Rákóczi Ferenc Kárpátaljai Magyar Főiskola

Földtudományi és Turizmus Tanszék

"Vendégleporelló", mint egy turisztikai város népszerűsítésének innovációs eszköze (Beregszász példáján) Szakdolgozat

Képzési szint: alapképzés

Készítette: Csernyák Diána Mária

IV. évfolyamos hallgató

Képzési program: 242 Turizmus

Témavezető: Halina Scsuka

pedagógiai tudományok doktora, professzor

Recenzens: József Tarpai

PhD

TARTALOMJEGYZÉK:

Bevezető	6
1. fejezet. A turisztikai központ népszerűsítésének elméleti alapja	8
1.1. A turisztikai város, mint egyfajta turisztikai desztináció fogalma.....	8
1.2. A pozicionálás lényege és szerepe a turizmusban.....	12
1.3. A turisztikai központ pozicionálásának jellegzetességei.....	14
2. fejezet. Beregszász, mint Kárpátalja turisztikai központja.....	17
2.1. A Beregszászi város általános jellemzése.....	19
2.2. A Beregszászi város turisztikai potenciáljának jellemzői.....	19
2.3. A Beregszászi város turisztikai potenciáljának jelenlegi felhasználása. A város népszerűsítése. A város turisztikai vállalkozásainak helyszíneinek elemzése.....	35
3. fejezet. Beregszász, mint turisztika központ népszerűsítésére felhasznált innovatív technológiák.....	42
3.1. „Vendégekártya” – a turisztikai központ népszerűsítésének innovatív eszköze.....	42
3.2. „Vendégekártya” készítése Beregszász vendégei számára.....	43
3.2.1. A kártya szereplő turisztikai egységek meghatározása.....	43
3.2.2. A kártya fellelhető turisztikai infrastruktúra meghatározása.....	47
3.2.3. A kártya előkészítése, terjesztése és használata.....	48
Következtetések	50
Eredmények	52
Irodalomjegyzék	54
Kiegészítések	56
Az illusztrációk listája	63
Asztalok listája	65
Magyar nyelvű összefoglaló (összefoglaló)	66

ВСТУП

Туризм традиційно розглядається як галузь, яка сприяє розвитку регіонів, збільшенню робочих місць, збереженню культурної спадщини, захисту довкілля та розвитку інфраструктури. Незважаючи на пандемію, яка негативно позначилася на темпах розвитку туризму, практично поставивши під заборону подорожі, все ж таки прогнози щодо подальшого розвитку галузі залишаються оптимістичними. Як тільки є мінімальна можливість, люди намагаються подорожувати.

З огляду на ускладнення процедури організації закордонних турів, і необхідності дотримання правил безпеки при формуванні туристичних груп, відпочивальники віддають перевагу індивідуальним турам по внутрішньому туристичному ринку. І наразі кожен регіон має значні шанси для приваблення туристів.

Очевидно, що на туристичний розвиток кожної окремої дестинації продовжує впливати значна кількість факторів. Насамперед, для розвитку туризму необхідні туристичні ресурси, а також раціональне їх використання. Одні області – багаті на ресурси, інші – бідніші. Та проблема залишається в тому, що регіони, які вважаються вкрай багатими, на жаль все одно не використовують на максимальному рівні потенціалу своєї туристичної території.

Закарпаття – традиційно цікавий регіон для туристів як своєї унікальною природою, так і героїчною історією, міжнаціональною культурою. Науковці, представники влади і бізнесу постійно дискутують стосовно того, чи може стати Закарпаття «Здравницею №1» в Україні. І якщо при оцінці наявного туристичного потенціалу значних протиріч не виникає, то щодо способів його оцінювання, використання – достатньо.

Для своєї наукової роботи ми обрали одну з дестинацій Закарпаття – місто Берегове. Дане місто було обрано не випадково: воно відоме далеко за межами регіону та й цілої України завдяки національному складу населення, своєму історичному минулому та існуючим термальним басейнам. Незважаючи на той факт, що в процесі обслуговування туристів задіяна значна кількість мешканців, Берегове не розглядається місцевою владою як туристичне місто, програма розвитку туризму в місті відсутня, туристичні ресурси не обліковані. Частина туристів, перебуваючи в термальних басейнах, не знає чим зайняти своє дозвілля, а місцеві мешканці віддають перевагу курортам сусідньої Угорщини, пропонуючи дешеві тури й туристам міста, що негативно впливає на його економічний розвиток.

Мета роботи – на основі наявних туристично-рекреаційних ресурсів м. Берегова розробити проект "Карти гостя" як інноваційного інструменту просування туристичного міста.

Відповідно до мети було встановлено наступні завдання:

- визначити теоретичні основи просування туристичного міста;
- охарактеризувати Берегове як туристичний центр Закарпаття;
- дослідити туристичний потенціал міста та рівень його використання;
- визначити цілі, завдання та функції «Карти гостя» для просування туристичного міста;
- розробити «Карту гостя» для гостей м. Берегова.

В процесі дослідження були застосовані наступні методи дослідження: теоретичний аналіз краєзнавчої та спеціальної літератури, інтернет-джерел (при написанні основної частини роботи), опису (при характеристиці природного потенціалу) і спостереження (при визначенні рівня його використання), історичний та порівняльний методи (при визначенні основних історико-культурних привабливостей), систематизації та узагальнення (при написанні висновків), метод проектів (при формуванні «Карти гостя»).

Результати дослідження були представлені на науково-практичній конференції молодих учених, аспірантів та студентів в рамках святкування 75-ліття Львівського державного університету фізичної культури імені Івана Боберського за темою: «Інновації, гостинність туризм: наука, освіта, практика » і отримали схвальний відгук наукової спільноти. Перспективи подальших досліджень полягають у вивченні та впровадженні механізмів формування лояльності туриста м. Берегове.

Робота складається зі вступу, трьох розділів, загальних висновків, списку використаної літератури (20 найменувань) та рисунків-фото туристичних історико-архітектурних привабливостей міста, зробленими власноруч.

РОЗДІЛ 1

Теоретичні основи просування туристичного міста

1.1. Поняття про туристичне місто як вид туристичної дестинації

В цьому підрозділі ми розглянемо, що таке туристичне місто або центр та його взаємодія з іншими туристичними поняттями.

Туристичний центр - це місце відпочинку туриста, яке може складатися з природніх, культурно-історичних, екологічних, етнічних, соціально-демографічних рекреаційних можливостей, а також інфраструктури. (В.Т. Герасіменко 1997, 25-30 с.)

Туристичний центр - це елемент туристичного пакету, що є один з найбільш обов'язкових, оскільки без об'єкта інтересу неможливо організувати подорож. (В.Г. Гуляєв 1996)

Туристичний центр – велике рекреаційне утворення, яке містить різноманітні комплекси закладів туризму, об'єднані розвиненою системою спортивно-оздоровчих, культурно-масового, господарського обслуговування в одному з вузлових пунктів подорожі – місті. (Л.О. Сміковська, М.М. Орлов 1996)

Туристичний центр - тип міста, в якому переважають народногосподарські функції, пов'язані з комплексом містобудівних характеристик (загальними рисами планування, структурою, нормами обслуговування та озеленення). Тобто, туристичними центрами здебільшого виступають міста. (О.М. Колясников 2013, 87 с.)

Класифікація міст – туристичних центрів була запропонована ВТО, в основі – тип туристичної орієнтації міського поселення, який склався історично, та заснований на тій рекреаційній діяльності туристів, яка реалізується:

- Центри культурно-пізнавального туризму: промисловий центр, історико-культурний; місто-музей; науковий центр. В ньому розвиваються наступні види туризму: екскурсійний туризм, науковий туризм, пригодницький туризм
- Центри подієвого туризму: центр подій світового / національного / локального значення, в яких розвиваються етнічний / розважальний / торговий туризм.
- Курорти та центри лікувального туризму: міста-курорти, розташовані на береговій лінії; міста-рекреаційні центри, розташовані поблизу рекреаційних ресурсів. Відповідно, рекреаційний / спортивний / лікувальний туризм.

- Центри паломництва: релігійні туристичні центри, центри архітектурного паломництва, де розвиваються релігійний / архітектурний туризм.
- Центри міжнародного туризму (багатофункціональні)

Запропонована типологізація туристичних центрів в залежності від умов організації туристичної діяльності (Е.К. Булатова, О.Ю. Кульчицький, 2016) дозволяють співвідносити наявність ресурсів та туристичної мотивації:

1. Концентрація видів туристичної діяльності:

- Спеціалізовані – розвиток одного виду туристичної діяльності;
- Універсальні – здійснення кількох видів туристичної діяльності;
- Полі функціональні – значний спектр реалізації туристичної діяльності

2. Функціонально-зональна організація:

- Централізована – наявність головного туристичного комплексу в якості інформаційно-розподільчого центру за тематичними підкомплексами
- Поліцентричні – наявність кількох інформаційно-розподільчих комплексів, які є тематичними ТК

3. Сезонність:

- Сезонні: моно сезонність видів туристичної діяльності;
- цілорічні – реалізація всесезонних видів туристичної діяльності
- комбіновані – пік туристичної активності приходить на конкретні сезони

4. Залежність від туристичної індустрії

- полі функціональні – тур індустрія не виконує містобудівну функцію, але виступає невід'ємною складовою частиною міської економіки
- монофункціональні – міста з вузькою спеціалізацією, повністю залежні від ситуації на туристичному ринку
- туристичний центр надає увесь комплекс послуг, які реалізують рекреаційні цілі, мотиви та потреби туристів.

В одному регіоні може бути декілька туристичних центрів. Наприклад, м. Берегово і м. Рахів розташовані в одній області, але це різний комплекс рекреаційних можливостей, які є по різному цікаві для туриста і їх не можна перенести в будь-яке інше місце. Тобто вони є унікальними, Берегово славиться своїми термальними водами, а Рахів-гірськолижним спортом, горами, водоспадами.

Транспорт - це засіб пересування, за допомогою якого турист має можливість добратися до туристичного центру. Це може бути будь-який вид транспорту : літак,

теплохід, поїзд, туристичний автобус, автомобіль та ін. Значну частину витрат вартості турпакету складають саме витрати на перевезення. Ціна залежить від комфорту, який надається пасажирові, швидкості та виду транспорту.

Послуги розміщення - це послуги, що надаються туристу для його тимчасового перебування в туристичному центрі. Найчастіше послуги харчування не включаються окремим елементом в туристичний пакет, оскільки вони можуть складати частину послуг розміщення, тобто входить у вартість проживання, та не всі заклади розміщення надають її. Також турист може не потребувати цієї послуги, якщо має можливість забезпечувати себе харчуванням самостійно, що не буде входить до вартості туру.

Виходячи з цього, клієнту пропонуються декілька комбінацій розміщення і харчування:

- OB (only bed), — без харчування;
- RO (room only), — без харчування;
- Харчування по меню — обмежене число блюд з меню;
- «A-la carte» — меню, в якому кожне блюдо вказане з ціною;
- BB (bed & breakfast) — у вартість проживання включений тільки сніданок (шведський стіл).
- Додаткове харчування — за окрему плату в ресторанах і барах готелю;
- HB (half board) — напівпансіон — у вартість проживання включено сніданок і вечеря (шведський стіл), безкоштовний чай, кава, вода на сніданок;
- HB + (half board +, extended half board) — розширений напівпансіон — сніданок і вечеря (шведський стіл), а також безалкогольні напої місцевого виробництва весь день;
- FB (full board) — повний пансіон — сніданок, обід і вечеря (шведський стіл);

FB +, Ext FB (full board +, extended half board) — розширений повний пансіон — сніданок, обід і вечеря (шведський стіл), а також напої під час прийому їжі. (М.П.Мальська, І.Г.Пандяк 2009, 59 с.)

Трансфер – це послуга переміщення від місця прибуття туриста (аеропорт, залізничний або автобусний вокзал) до місця розміщення (готель, мотель, кемпінг), де він буде проживати. Після закінчення гостювання - послуга зворотної доставки до місця відправлення.

Види та умови трансферу узгоджуються з туристом при створенні турпакету. Це можуть бути різні види транспорту: автомобіль, автобус, таксі. Засіб пересування має бути замовлений наперед.

Отже туристичний пакет, який складається з обов'язкових туристичних послуг, відрізняється від туристичного продукту. Пакет – це основний набір послуг, які розширюються додатковими послугами та товарами, в результаті чого стає туристичним продуктом.

Туристичний пакет - це обов'язкова частина туру, який може бути більшим або рівним турпакету.

Та для просування туристичного пакету та розвивання турцентру діє маркетинг туристичного регіону. Його можна охарактеризувати як співпрацю влади, бізнесу та громадськості з якими туристи встановлюють комунікації, а також формується туристичний продукт, виходячи з потреб туристів, для їх максимального задоволення.

Основними складовими маркетингу туристичного регіону прийнято вважати: маркетинг туристичного іміджу регіону; маркетинг визначних пам'яток (атракцій); маркетинг інфраструктури; маркетинг підтримки; маркетинг персоналу. (Л.М.Черчик 2006, 45-52 с.)

Головною ціллю маркетинг туристичного іміджу регіону є створення та розповсюдження доброго враження та ставлення до регіону з точки зору туризму. Маркетинг іміджу регіону залежить від кожної визначної пам'ятки, що доповнюють один одного і створюють загальну картину туристичної індустрії регіону. Та для якнайкращого позиціонування DESTINAЦІЙ потрібна добре розвинена туристична інфраструктура – для цього створений маркетинг інфраструктури. Він складається з системи транспортування, індустрії розміщення й харчування туристів, мережі туроператорів і турагентств та сфери розваг. Основою туристичної інфраструктури є загальна інфраструктура регіону, а саме: система зв'язку, енерго- і водопостачання, безпеки тощо. Для підтримки туристичної сфери існує маркетинг підтримки - робота органів влади, інвесторів, окремих громадян. Щодо громадян: важливим є те, щоб туристів сприймали щиро, доброзичливо та радісно.

Отже, маркетинг туристичного регіону спрямований на вирішення ряду задач:

- аналіз туристичних можливостей;
- визначення та аналіз найбільш привабливостей території;
- аналіз сильних і слабких сторін території,
- аналіз конкурентів;

- розробка комплексного турпродукту регіону який забезпечує потреби туристів;
- створення та управління іміджем території;
- захист та удосконалення історично-архітектурних пам'яток;
- просування туристичного регіону;
- формування і підтримка стратегічного партнерства влади, бізнесу та місцевого населення для успішного розвитку території.

Суть маркетингу території, складається з розгляду та підходу до туристичного регіону як до окремого товару на туристичному ринку. Тобто ця територія є виключенням для потенційного туриста, що призводить про просування об'єкту як туристичного продукту. Привабливість території, заключається не в самому місці, а в туристичних об'єктах та дестинаціях, що в ньому знаходяться.

Тобто можна сказати, що туристичний регіон - це інтегрований комплексний продукт, який складається з трьох рівнів:

- основний продукт - туристичні ресурси - це те, що безпосередньо приваблює туристів і для чого вони відвідують туристичний регіон (природні ресурси, культурні, історичні та інші);

- супутній продукт - туристична інфраструктура (засоби розміщення, система харчування, транспорт, магазини, телекомунікації та ін.);

- додатковий продукт - те, що не створюється спеціально для туристів, але споживається ними (система охорони порядку, система охорони здоров'я та ін.) (Л. Кирьянова Л.Г. 2010). (Л.Г.Кирьянова 2010, 35-40 с.)

Отже, туристичний регіон – це єдиний взаємопов'язаний комплекс, функцією якого є реалізація туристичних ресурсів для задоволення потреб туриста. Основною ціллю маркетингу якого є створення конкурентоспроможного та привабливого для подорожуючих туристичного регіону.

1.2. Сутність та роль позиціонування в туризмі

Туристичний центр це одна з найважливіших складових турпаketу. Його вид залежить від рекреаційної діяльності, яку бажає отримати турист.

В залежності від обраного циклу туристично-рекреаційної діяльності, існує типологія терцентрів. Можуть бути : культурно-історичні, паломницькі, курортні, приморські, альпійські, активно-оздоровчі, комерційно-ділові, екологічні, фестивально-конгресні, водні, спортивні, альпіністські, мисливсько-рибальські, пригодницькі, екзотичні, етнографічні, розважальні центри. Звичайно ж всі різновиди та цикли

туристично-рекреаційної діяльності можуть об'єднуватися в основу підкомплексів та підсистем.

Основою привабливостей будь якого туристичного регіону складає природна та культурна спадщина, без яких рекреаційна діяльність не може бути реалізована. Та тільки наявність дестинацій і привабливостей є недостатнім для розвитку туризму в даній території, тому розмаїття діяльності в туризмі є вкрай великим. Кожна діяльність відображає різноманітні потреби людей в подорожах.

З цього випливає, що типологія туристичних центрів складається з можливостей території (дестинації) та співвідношення з можливостями населення надати всі необхідні послуги, що потребує турист. І.В. Зоріну виокремив три групи факторів формування туристичних центрів: генеруючі (пов'язані з потребами), реалізуючі (пов'язані з ресурсами) локалізуючі (пов'язані з поінформованістю населення). (І.В. Зорін, В.А. Квартальнов 2003.)

При статистичному аналізі сімнадцяти типів туристських центрів були виявлені чотири первинних типи: аксіологічний (ціннісний), екологічний (природний), рекреаційний (оздоровчий) і гірський (В. Квартальнов 2002)

- Аксіологічний (ціннісний) тип об'єднує велику групу туристських центрів, відвідування яких пов'язане з вивченням культурної спадщини і цінностей, релігійних святинь, етнографічних промислів, проведенням фестивалів та конгресів;

- Екологічні (природні) туристські центри формуються завдяки природним цінностям. Вони включають найбільш привабливі акваторії, мисливсько-рибальські ресурси, національні парки і заповідні території, природні ландшафти, унікальні екзотичні території, в яких проходять маршрути самодіяльного та екологічного туризму;

- Рекреаційні (оздоровчі) туристські центри орієнтуються на оздоровчі ресурси. Виділяє райони вже освоєних рекреаційно-туристських інфраструктур, що склалися в туристичних та курортних місцевостях. Узагальнюючи фактичні характеристики, слід інтерпретувати даний фактор як оздоровчий, а туристські центри, що формуються під його впливом, іменувати туристськими центрами рекреаційного типу. Особо сприятливі для рекреаційних туристських центрів приморські ландшафти;

- Гірські центри туризму мають свої особливості, пов'язані з вертикальною зональністю. Це зона інтенсивної і екстремальної рекреації (В. Квартальнов 2002).

Та після довгих дискусій всі вчені дійшли висновків, що найкраще класифікувати центри туризму слід так: історико-культурні, лікувально-оздоровчі, гірські, водні, приморські («Рекреація та туризм» В. Ріттер і С.В. Одессер)

1. Історико-культурні. Великі міста - є найбільш привабливими для туристів, які забезпечують подорожуючого широкими можливостями для огляду визначних пам'яток, розваг, походів за покупками, а також відповідними умовами для проведення всіляких зібрань і, крім того, дають змогу познайомитися з культурою та звичками життя громадян. У деяких випадках такі міста, які багаті на культурне життя, яке в свою чергу є незвичним для туриста привертають його увагу навіть при відсутності значного числа історичних пам'яток. Також вони можуть стати цікавими завдяки сучасній інфраструктурі. Крім того, до цієї категорії належать центри культури і мистецтва, а також велика кількість малих поселень, які стали відомими завдяки культурній спадщині.

2. Приморські. Ці центри приваблюють як вітчизняних так і іноземних відвідувачів. Зазвичай, це може стати основною причиною привабливостей для туриста. Одним з недоліків є сезонність, так як туристичні компанії віддають перевагу цілорічним курортам, а не сезонним. Та цей факт не лякає держав з тропічними островами, а навпаки це стає для них шансом виділитися поміж іншими своєю унікальністю – все сезонність - та активно розширювати туристичний бізнес в приморській території для іноземних відвідувачів. Чим далі від тропічної зони, тим менше поширення пляжного відпочинку, у зв'язку зі зменшенням температури води та повітря і більш короткою тривалістю сезону.

3. Водні центри. Запитавши будь кого: «де і коли ти проведитимеш свою відпустку?» - то в більшості випадків почуємо, що влітку і десь біля водойми (море, річка, озеро...). Курорти на берегах водойм отримали найбільший розвиток у тих регіонах, для яких характерна наявність добре розвиненої туристичної інфраструктури.

4. Гірські центри. Для розвитку та функціонування цих туристичних центрів необхідний суворий зимній клімат, адже вони пов'язані саме із зимовими видами спорту. Зазвичай це лижні курорти.

5. Лікувально-оздоровчі центри. Це центри, що можуть надати лікувально-оздоровчі послуги, наприклад: лікувальні грязі, мінеральні та термальні води, чиста природа із сприятливим кліматом, адже саме від природи людині черпає своє здоров'я. Найбільш популярними вони є між особами похилого віку.

1.3. Специфіка позиціонування туристичного центру

Позиціонування - це дієвий управлінський механізм, що дає змогу одночасно вирішувати декілька проблем, ефективніше використовувати потенціал регіону, а відповідно і місцевих громад. Розширення сфер діяльності місцевих громад спонукає до пошуку можливих варіантів використання наявних ресурсів для досягнення тим чи іншим населеним пунктом своїх цілей, передусім - для одержання прибутку та зростання зайнятості. Наявність підприємницького резерву чи ресурсів дає змогу місцевим громадам гнучко реагувати на коливання економічної кон'юнктури. (Х. Годфри, М. Кац, 2000).

Позиціонування – це логічне продовження процесу ринкової сегментації, пошук місця турпродукту, послуги гостинності, бренду, фірми на ринку.

Позиціонування туристичного продукту – це розташування цього продукту на певному туристичному ринку, котрий допомагає туристичним компаніям досягти значної конкурентної переваги для розвитку всього туристичного центру або всього регіону.

Від просування та розвитку туристичного продукту й залежить конкурентоспроможність та позиціонування всього туристичного центру на туристичному ринку.

Для розвитку регіонального туристичного ринку слід здійснювати підвищення привабливості туристичної галузі, а це вже в свою чергу, впливає на збільшення притоку туристів та інвестицій у регіон. Головним спонуканням для розвитку та просування свого туристичного регіону для персоналу з туризму, стає конкурентна боротьба із сусідніми територіями, які також приваблюють туриста. Саме цей метод стає найбільш прогресуючим.

За думкою Л.М. Шульгіної, маркетинг туристичного регіону - це система формування атрактивних туристичних центрів, шляхом постійного визначення та розвитку існуючих і потенційних туристичних переваг, а також розроблення на їх основі шляхів диференціації та просування туристичного регіону. (Л.М. Шульгіна 2006)

За твердженням А.П. Дуровича, маркетинг регіонів повинен слугувати не тільки для забезпечення прибуття потоку туристів у цей регіон, а й його регулювання, щоб запобігти перевантаженню екологічних систем та негативному впливу на навколишнє середовище. (А.П. Дурович 2001).

Л.М. Черчик ж затверджує, що маркетинг рекреаційних територій - елемент регіонального маркетингу, характеризується як вид діяльності, спрямований на

формування попиту та задоволення потреб у природних рекреаційних ресурсах та територіях шляхом дослідження наявного природно-ресурсного потенціалу з урахуванням необхідності його збереження та відтворення, недопущення деградації та погіршення рекреаційних властивостей. (Л.М. Черчик 2006, 45-52 с.)

О.В. Музиченко-Козловської визначила, що маркетинг туристичного регіону - це «система заходів маркетингової стратегії щодо конкретних туристичних послуг в межах певного регіону, спрямованих на приваблення туристів, регулювання туристичних потоків з урахуванням рекреаційного навантаження на територію та реакції місцевих жителів на присутність туристів з метою досягнення економічно оптимального рівня туристичної привабливості регіону». (О.В.Музиченко-Козловська, 2007, 123-128 с.).

РОЗДІЛ 2

Берегове – туристичний центр Закарпаття

2.1. Загальна характеристика міста Берегова

Берегово або Берегове (угор. Beregszász) – місто обласного підпорядкування в Закарпатській області, районний центр Берегівського району. Місто розташоване в межах Закарпатської низовини, на заході Берегівського низькогір'я, над каналом Верке, в 7 кілометрів від міжнародного пункту перетину кордону з Угорщиною «Лужанка-Берегшурань».

Площа Берегова: 19,01 км².(станом на 1 березня 2019 р.) [Інформацію надав головний спеціаліст у відділі економічного розвитку і торгівлі Берегівської міської ради - Павлов Андрій Миколайович].

Населення : 24 022 о.

Історія міста. У 1499 р. місто вперше згадується під назвою Берегсас. В 1522 р. угорський король Лайош подарував місто своїй дружині Марії Габсбург, у 1595 Берегсас переходить до рук трансільванського князя Жигмонда Ракоці. В 1657 р. рейтари польського князя Любомирського, під час карального походу в якості помсти князю Ракоці, разом із великою кількістю сіл краю понищили й Берегсас, спаливши католицький костел, в якому ховалися жителі міста. В 1661 р. місто Піддалося нападу кримських татар, які були союзниками Туреччини у війні з Угорщиною. В 1686 р. місто стало ареною боїв між австрійськими військами та угорськими повстанцями (куруцями), очолюваними графінею Ілоною Зріні. Під час вилазки осадженого Мукачівського замку до Берегсасу, куруци підпалили католицький храм, знищуючи габсбурзьких військових, які ховалися за стінами костелу. Пожежею було охоплено все місто.

У 1703-1711 рр. під час національно-визвольної війни угорців під проводом князя Ференца Ракоці II Берегсас, разом з двома меншими містами Березького комітату, Вари та Торпо, був одним з вогнищ, з яких почалось повстання. В 1728., після поразки угорської революції, Берегсас переходить до рук єпископа, графа Лотара Франца Шонборна, чим було покладено початок пануванню династії Шонборнів в регіоні.

У 1848-1849 рр. 60 мешканців міста вступили в ряди гонведів (захисників Батьківщини) в ході визвольної боротьби угорців проти австрійських Габсбургів. В 1852 р. в місті з візитом перебував австрійський імператор Франц Йосип I. В 1872 р. із залізничної станції Берегсас відправився перший потяг за маршрутом Берегсас-Чоп-

Будапешт. В 1880 р. в Берегсасі сталася величезна пожежа, більшість будівель міста згоріла. Значну частину коштів на відновлення міста було отримано завдяки сім'ї Ліннер, яка заклала для цього свої виноградники. Обличчя «старого Берегсасу» було сформоване здебільшого після цього відновлення, переважним стилем нових будівель став класицизм.

В 1919 р., після поразки у Першій світовій війні та розвалу Австро-Угорської імперії, в березні в місті проголошено радянську владу, в квітні його окупували румунські війська, наприкінці року згідно Сен-Жерменського та Тріанонського договорів, Берегсас разом із сучасною Закарпатською областю переходить до Чехословацької республіки. 29 лютого 1920 р. територія Закарпаття в якості окремої адміністративної одиниці отримала назву «Підкарпатська Русь», під якою знаходилась до 1938 р. В період належності до Чехословаччини місто перейменували в Берегово, воно втратило статус адміністративного центру. В місті була побудована сучасна на той час лікарня, а також кілька будівель в новому стилі «конструктивізм».

В листопаді 1938 р. внаслідок рішень Віденського арбітражу Берегово разом з частиною Закарпаття увійшло до складу Угорщини, було повернуто його ім'я Берегсас. В квітні-травні 1944 р., після державного заколоту в Угорщині, коли влада в цій союзниці нацистської Німеччини перейшла безпосередньо до нацистів, на території держави почався геноцид єврейського населення. Євреї Берегова та Закарпаття також були в короткий час депортовані до таборів смерті, де більшість з них загинула. В жовтні 1944 р., з приходом радянської Червоної Армії на Закарпаття, була проведена депортація угорських та німецьких чоловіків до концтаборів (під проводом так званої триденної «маленької роботи»). Третина депортованих загинула. В 1945 р. прорадянська Чехословаччина відмовилась від Підкарпатської Русі на користь СРСР, і 22 січня 1946 р. на території краю була створена Закарпатська область у складі Української РСР. Тоді ж місто знов перейменували в Берегово, воно стало центром Берегівського району.

В радянській період (1946-1991 р.) у місті було побудовано багато промислових підприємств, створені нові житлові райони багатоквартирних будинків. В місті було розміщено Закарпатську геолого розвідувальну експедицію, для сотень працівників якої був створений новий житловий мікрорайон. Вина виноробного підприємства «Радгосп-завод «Берегівський», створеного в 1954 р. на базі колишньої літньої резиденції графа Шонборна, стали відомими на території всього Радянського Союзу. Отримали широкого визнання виробу меблевої фабрики. В 1967р. в місті було відкрито

навчально-спортивну базу "Закарпаття" на базі термальних вод (кремнієво-азото-вуглекисло-хлоридно-натрієві води високої мінералізації), що виходять на поверхню зі свердловин півтора кілометрової глибини.

З 1991 р. місто є районним центром в складі незалежної держави Україна. В 2001 р. Берегово отримало статус міста обласного підпорядкування, того ж року тут було відкрито консульство Угорської Республіки. (О.Супруненко 2013, 12-30 с.)

2.2. Туристичний потенціал міста Берегова

Перелік історико-культурних туристичних ресурсів міста я склала за їхнім розположенням, почавши з центральної площі Берегова – пл. Л. Кошута.

Найвідомішою будівлею міста на центральній площі Л.Кошута є приміщення Закарпатського угорського інститут ім.Ференца Ракоці II (див. рис. 1). В минулому інститут був Палацом комітатського суду. Його збудували всього за два роки (1908-1909 рр.), за проектом архітектора Міклоша Ібла – у стилі французького бароко. При вході в будівлю збереглася мармурова дошка, присвячена авторам цієї споруди. З 1944 по 1971 рр. в історичній будівлі розміщувалася військова казарма, з 1971 по 2001 рр. – «Завод точної механіки». Тепер тут діє Закарпатський угорський інститут ім. Ференца Ракоці II з 1996 року згідно ліцензій МОН України. (О.Супруненко 2013, 12-30 с.)



Рис.1

Закарпатський угорський інститут ім.Ференца Ракоці II (2019)

Джерело : <http://kmf.uz.ua/uk/>

Навпроти інституту розташована реформатська церква (див. рис. 2), збудована в 1775 р. В 1918 р. храм згорів. 1922 р. – реставрація церкви.



Рис. 2

Реформатська церква (2019)

Джерело : власне фото

Центральною будівлею площі Л.Кошута є будинок культури (див. рис. 3), в минулому – Велика синагога, збудована наприкінці XIX ст. У 1970-х рр., після реконструкції, синагога перетворилася на будівлю в стилі соцреалізму. На стіні будинку в 1944 р. розмістили мармурову дошку з написом трьома мовами (українською, угорською та івритом) – «Пам'яті багатьох тисяч євреїв з Берегова та Березької жупи, яких вивезено та знищено в фашистських концентраційних таборах в 1944 році». (О.Супруненко 2013, 12-30 с.)



Рис. 3

Будинок культури (2019)

Джерело: власне фото

За колишньою синагогою по вул.Сечені знаходиться двоповерхова будівля колишньої єврейської ритуальної лазні (міква)(див. рис.4), збудована в 1912 р. в стилі сецесія. Тепер тут розміщується банк та інші установи.



Рис. 4

Будівля колишньої єврейської ритуальної лазні (2019)

Джерело: власне фото

Також цікаво, що навпроти лазні, на місці районного управління поліції, колись знаходився готель «Донат», збудований в чехословацький період.

Також по цій вулиці розташовані один навпроти одного два дзеркальні будинки в стилі модерн, відомі як Палац Кубовича (див. рис. 5) (названий за колишнім власником Гейзо Кубовичем) та Палац Мейгеша (див. рис. 6) (будинок міського архітектора Шамуела Мейгеша). Обидва збудовані на початку ХХст. (О.Супруненко 2013, 12-30 с.)



Рис. 5

Палац Мейгеша (2019)

Джерело: власне фото



Рис. 6

Палац Кубовича (2019)

Джерело : власне фото

На сусідній вулиці – Зріні знаходиться єдина діюча в Берегові синагога (див. рис. 7) , збудована в 1920-х рр. (О.Супруненко 2013, 12-30 с.)



Рис. 7

Синагога (2019)

Джерело : власне фото

Вулиця Зріні виводить на вулицю Хмельницького. Тут розміщена будівля міської ради (див. рис. 8), яка діє з середини XIX ст. В минулому це була міська пожежна частина, збудована в 1860-х рр. (О.Супруненко 2013, 12-30 с.)



Рис. 8

Міська рада (2019)

Джерело: власне фото.

Навпроти міської ради знаходиться будівля колишньої угорської королівської чоловічої гімназії (див. рис. 9), зведена в 1898-1901 рр. за проектом Лехнера Едена. Сьогодні це загальноосвітня школа №4 з угорською мовою навчання. На подвір'ї школи встановлено в 1991 р. погруддя угорського діяча Лайоша Кошута (скульптор Арпад Шомоді). (О.Супруненко 2013, 12-30 с.)



Рис. 9

ЗОШ №4 (2019).

Джерело: власне фото.

Однією з найгарніших будівель вулиці є будівля колишньої угорської гімназії королівської гімназії зведеної в 1895 р. в стилі романтизму. Сьогодні тут розміщується українська гімназія та ЗОШ №1. (див. рис. 10) На стінах гімназії є безліч пам'ятних дошок на честь людей, які навчалися чи викладали в цьому закладі : архітектору МігаюТомашу, хірургу БертолонуЛіннеру, археологу та етнографу Федору Потушняку, українському поету Василю Пачовському. (О.Супруненко 2013, 12-30 с.)



Рис. 10

Берегівська українська гімназія та ЗОШ №1 (2019)

Джерело: власне фото.

Сусідньою пл. Кошута є площа Героїв на якій є безліч пам'ятників, центральний із них зведений наприкінці 1930-х рр. на честь загиблих Першої світової війни. В 1945 р. на місці пам'ятника було зведено обеліск радянським військам 138-ї стрілецької дивізії, які загинули в бою за місто. В 2008 р. на площі встановили мармурову стелу з написом «на честь берегівчан-жертв Чорнобильської катастрофи», а також пам'ятник на честь жертв війни в Афганістані. Минулого року на цій же площі встановили пам'ятник акторці та співачці – Шарі Федак.

На перехресті площі Героїв та вул.Мукачівської знаходиться Закарпатський угорський драматичний театр, який розмістився в колишньому готелі «Орослан» (угорськ.-лев) (див. рис. 11), збудований наприкінці XVII ст. в стилі бароко. Також на будівлі розташовані меморіальні дошки на честь письменника Ференца Казінці та поета Шандора Петефі. (О.Супруненко 2013, 12-30 с.)



Рис. 11

Закарпатський угорський драматичний театр (2019)

Джерело: власне фото

На цій вулиці знаходиться в минулому будівля управління Березького комітату, нині Берегівський медичний коледж (див. рис. 12), котра була зведена в 1880 – 1890 рр. На фасаді будівлі висять меморіальні дошки на честь жупана Березького комітату Віктора Магошлігеті-Гогоро та історика Тиводара Лигоцького, який в актовому залі комітатського управління презентував свою працю «Монографія Березького комітату». (О.Супруненко 2013, 12-30 с.)



Рис. 12

Берегівський медичний коледж (2019)

Джерело: власне фото

По вулиці Мукачівській також розташований будинок, який був збудований в 1912 р. Тепер тут розмістилася школа мистецтв. На її фасаді встановлено меморіальні дошки угорському поету Дьєрі Дежеву, композитору Бейло Бартоку та оперній співачці Анні Баті.

Також тут знаходиться розкішний палац, збудований в 1912 р. для видатної оперної співачки та актриси Шарі Федак (див. рис. 13). Тепер будівля розміщена у власність єпископату Закарпатської реформатської церкви, та за радянський час в палаці розмістили дитячий садок санаторного типу. На території палацу встановлено меморіальний пам'ятник на честь реформатський священників, а також меморіальна дошка в честь власниці палацу. (О.Супруненко 2013, 12-30 с.)



Рис. 13

Палац Шарі Федак (2019)

Джерело: власне фото

Останньою видатною спорудою міста по вулиці Мукачівській є маєток Жигмонда Перені (див. рис. 14). Садиба збудована в XVIII ст. На стіні будівлі встановлено пам'ятний знак на честь власника. (О.Супруненко 2013, 12-30 с.)



Рис. 14

Маєток Жигмонда Перені.

Джерело: <https://castles.com.ua/chopivka.html>

Площа Ференца Ракоці ІІ.

Найстарішим мостом Закарпаття є центральний так званий Горбатий міст в місті Берегово (див. рис. 15). Кам'яний міст був побудований в 1853 році. Міст перебуває під

загрозою руйнування через щільний транспортний потік. Тепер в'їзд вантажівкам більше як 8 тонн заборонено. (О.Супруненко 2013, 12-30 с.)



Рис. 15

Горбатий міст (2019)

Джерело: власне фото

Поблизу мосту розташована будівля колишнього панського казино, яка була збудована в 1912 р. за проектом Дюди Бешенського (див. рис. 16). З радянських часів і до сьогодні тут працює ресторан. На стіні будівлі встановлені меморіальні дошки на честь перебування в місті угорського графа Іштвана Сечені та письменника Ференца Мори. (О.Супруненко 2013, 12-30 с.)



Рис. 16

Ресторан «Золота Пáva» (2019)

Джерело: власне фото

Перед будівлею колишнього казино в 1991 р. встановлено бронзову скульптуру угорського поета Шандора Петефі (див. рис. 17), роботи Томаша Керешені та в 2011 р. – мармурове погруддя Томаша Есе. (О.Супруненко 2013, 12-30 с.)



Рис. 17

Скульптура Шандора Петефі (2019)

Джерело: власне фото

Навпроти казино знаходиться Пам'ятка архітектури національного значення – католицький костел Воздвиження Святого Хреста (див. рис. 18). Вважається, що вперше його звели в 1100 р. Та в 1241 р. храм був знищений татарами і знову зведений в 1418-му. В 1657 р. був практично зруйнований польськими військами. Був також підпалений повсталими куруцями в 1686 р. Відродження храму почалося в 1839 р. за допомогою графа Шонборна. Архітектор Альбін Тишлер відновив форми храму, які він мав у XV-му ст. Цікавим елементом храму є сонячний годинник, котрий показує середньоєвропейський час. На подвір'ї біля костелу в 2001 р. встановлено погруддя засновника угорської держави, короля Святого Іштвана, скульптор – Лайош Імре Надь. (О.Супруненко 2013, 12-30 с.)



Рис. 18

Католицький костел Воздвиження Святого Хреста(2019)

Джерело: власне фото

Наступною будівлею, яка приваблює туристів – музей Берегівщини, в минулому Графський двір Габора Бетлена (див. рис. 19), який збудований в 1629 р., як одна з резиденцій графа. В 1686 р., під час повстання угорців під проводом Імре Текелі, палац згорів, пізніше був відбудований Ференцем Ракоці II. У 2001 р. палац віднесений до Пам'яток архітектури національного значення. А також з 2011 р. у реставрованій частині палацового підвалу розташований Музей виноградарства та виноробства. (О.Супруненко 2013, 12-30 с.)



Рис. 19

Музей Берегівщини (2019)

Джерело: власне фото

На площі Ф.Ракоці II знаходиться приміщення пошти, яке розмістилося в колишній будівлі Королівської пошти (див. рис. 20), збудованої в 1836 році. Тут встановлені меморіальні дошки угорському поету Ференцу Кельчеї та видатному діячу Томашу Есе. (О.Супруненко 2013, 12-30 с.)



Рис. 20

Пошта (2019)

Джерело: власне фото

По вулиці Мужайська, на яку можна вийти з іншої сторони лікарні, недоходячи до цвинтаря, в 1999 р. встановлений пам'ятник (див. рис. 21), автором якого є Петер Вереш, на честь померлих у Другій світовій війні та жертв сталінської депортації в 1944 р. (О.Супруненко 2013, 12-30 с.)



Рис. 21

Пам'ятник , на честь померлих у Другій світовій війні та жертв сталінської депортації (2019).

Джерело: власне фото.

Пройшовши біля цвинтаря можна вийти на доріжку, яка виведе до гори Керек, на якій в 2001 р. було встановлено 12-метровий кам'яний Хрест (див. рис. 22). Місце дуже приваблює туристів, адже саме з цієї висоти відкривається гарний вид на все місто. (О.Супруненко 2013, 12-30 с.)



Рис. 22

Кам'яний Хрест (2019)

Джерело: власне фото

Сусідньою вулицею Мужайської є Виноградна, де знаходиться угорська гімназія ім.Г.Бетлена (див. рис. 23), розміщена в колишньому інтернаті та гуртожитку, побудований в 1936 р. Перед будівлею в 1995 р. встановлено погруддя трансільванського князя Габора Бетлена, робота Іштвана Петровича. (О.Супруненко 2013, 12-30 с.)



Рис. 23

Угорська гімназія ім.Г.Бетлена (2019)

Джерело: власне фото

В іншу сторону від площі Ракоці, навпроти пошти, на розі вулиць Шевченко та Есе Томаша стоїть ЗОШ №5 ім.Т.Шевченка (див. рис. 24), в минулому – будівля фінансово-митного управління Березького комітату, зведена в 1904 р., за проектом Томаша Мігая. Біля школи в 2016 р. встановили пам'ятник славному українському поету Тарасу Шевченкові (див. рис. 25). На стіні школи в 1989 р. встановлено меморіальну дошку на честь поета Тараса Шевченка, а також дошку в пам'ять жертв сталінського терору, оскільки саме в цій будівлі в 1944 р. збирали чоловіків для депортації в табори. (О.Супруненко 2013, 12-30 с.)



Рис. 24

ЗОШ №5 ім.Т.Шевченка (2019)

Джерело: власне фото



Рис. 25

Пам'ятник Тарасу Шевченкові (2019).

Джерело: власне фото.

На вулиці Шевченка знаходиться угорська школа № 6 (див. рис. 26), збудована в 1874 р. На стіні школи встановлено пам'ятну дошку на честь видатного педагога та перекладача з російської та української на угорську мову Гізели Дравої-Легези. (О.Супруненко 2013, 12-30 с.)



Рис. 26

ЗОШ №6 (2019)

Джерело: власне фото

Навпроти школи знаходиться греко-католицька церква, збудована в 1825 р. (див. рис. 27).



Рис. 27

Греко-католицька церква (2019)

Джерело: власне фото

Вулиця Шевченка веде до літньої резиденції графа Шонборно (див. рис. 28), збудованої наприкінці XIX ст. В 1913 р. на території палацу було відкрите угорське державне винне господарство, в радянський час в 1954 р. тут було створено Берегівський винзавод. Підвали господарства простягаються на сотні метрів. Сьогодні доступ до палацу закритий. (О.Супруненко 2013, 12-30 с.)



Рис. 28

Лігня резиденція графа Шонборна (2019)

Джерело: власне фото

Для функціонування та розвитку туристичної галузі, одна з найважливіших складових є туристична інфраструктура.

Туристична інфраструктура – це сукупність соціальних інститутів, організаційних структур та нормативно оформлених процедур, а також стан соціально - політичного клімату і суспільної свідомості в країні, що забезпечують безпечне функціонування та взаємодію суб'єктів туристичної діяльності, регулюють рух матеріальних, фінансових, інформаційних потоків між ними та навколишнім (соціальним і природним) середовищем і використовуються для задоволення потреб туристів. (К.В.Кривега 2005)

Інфраструктуру, з однієї сторони - це створення умов для реалізації туристських послуг, а з іншої - це сукупності різноманітних об'єктів, що використовуються для задоволення потреб туристів. Детальніше, то це сукупність суб'єктів туристичної діяльності, підприємств харчування, транспорту, торгівлі, закладів культури, освіти, спорту тощо, які забезпечують надання послуг, виробництво та реалізацію товарів для задоволення потреб туристів. Туристична інфраструктура сприяє виробництву туристичного продукту - попередньо розробленому комплексу туристичних послуг, який поєднує не менше, ніж дві такі послуги, що реалізується або пропонується для реалізації за визначеною ціною, до складу якого входять послуги перевезення, послуги розміщення та інші туристичні послуги, не пов'язані з перевезенням і розміщенням, наприклад, послуги з організації відвідувань об'єктів культури, відпочинку та розваг, реалізації сувенірної продукції тощо. (І.М.Мініч 2002, 16 с.)

Складові туристичної інфраструктури :

- Інституційна;
- Інформаційна;
- Регламентуюча.

Інституційна складова – це транспорт, готелі, банки, страхові компанії, митниця, інвестиційні фонди, а також туристичні фірми, рекламні підприємства, служби маркетингу тощо.

Інформаційна складова- це розповсюдження інформації, рекламні агенства та бізнес.

Регламентуюча складова туристичної інфраструктури містить в собі нормативно-правові акти, що регулюють відносини в цій сфері життєдіяльності суспільства.

Таким чином, туристична інфраструктура міста включає в себе всі установи, що потрібні туристу для відвідання та відпочинку на данній території.

А тепер, що стосується Берегова. Транспортне сполучення є проблематичним, адже перевезення часто бувають нерегулярними, а в деяких селах району зовсім немає громадського транспорту. Що стосується закладів розміщення, то в місті їх вистачає, але в селищах вони майже відсутні, крім приватних садиб. Інформаційна складова інфраструктури теж малорозвинута, так як інформації про місто, історично-архітектурні та інші об'єкти відпочинку, крім інтернету ніде більше не можна знайти. Ні стендів для рекламних оголошень, ні знаків про місцезнаходження туристичних привабливостей, ні їх описів, що так важливо з точки зору пізнавального туризму, на жаль, немає.

Можна зробити висновки, що інфраструктура має найбільший вплив на розвиток потенціалу. Кожний фактор, що стосується її має безпосередній вплив на туристичну діяльність території.

2.3. Використання туристичного потенціалу міста на сучасному етапі. Промоція міста. Аналіз сайтів туристичних підприємств міста.

Туристично-рекреаційний потенціал Березівського району :

- термальні родовища
- виноградарство та виноробство краю
- історично-архітектурна спадщина (охорона та збереження пам'яток архітектури)
- розвиток екотуризму та збереження природи

Візитною карткою Берегова є термальні басейни : ТОВ «Закарпаття», який має готель на 150 місць, плавальний басейн із термальною водою, спортивні та тренувальні зали та ТОВ «Жайворонок» (Берегово), до послугів відвідувачів якого: кафе біля басейнів , прісний басейн, дитячий термальний басейн, термальний басейн, критий термальний басейн, тренажерний зал, 4 корпуси готелю, кафе, лазня, косметичний салон, ресторан, винний погріб, пивний бар, літня тераса і соляна кімната.

Також Берегівщина славиться виноробством. Тут безліч винних погребів. Найзручніше туристам, які завітали до Берегова з метою оздоровитися, відвідати винний дегустаційний зал на території готельно-ресторанного комплексу «Жайворонок». Не тільки на території рекреаційних комплексів, а й безліч сімей з покоління в покоління займаються виноробством. Більшість з них проводять екскурсії та дегустації, як наприклад сім'я Гаврильченко, яка є найвідвіданішою в місті Берегово (вул.Виноградній 37/2). Тут виготовляються виключно сухі марочні вина з історичних районів сортів винограду Берегівського виноробного краю за традиційними технологіями, які витримуються у дубових бочках, також відвідавши так званий «Старий Підвал» ви зможете дізнатись які це білі вина, яка користь від червоного вина та які традиції має виноробство Закарпаття та Берегівщина. На цій же вулиці є ще одна виноробня, яка зветься «Nota Bene». Тут також виноград вирощений на власних виноградниках, площа яких 2 гектари. (О.Супруненко 2013)

Охочим спробувати традиційну закарпатську їжу, запивавши справжнім вином слід відвідати ресторан «Союз» на території якого також є дегустаційний зал.

Для прихильників вина є можливість відвідати щорічний фестиваль в центрі міста Берегово. В цьому році, це був 16-й фестиваль вина, що має статус міжнародного. Берегівщина, це край сухого білого вина, через це й фестиваль зветься «Біле вино», який проводився 8-10 березня. Родзинкою фестивалю вина в Берегово – святкова хода лицарів винного ордену Святого Венцела та посвячення нових членів. Участь у фестивалі прийняли 40 кращих виноробів з Берегівщини, гості з інших районів та винороби з Угорщини, Словаччини. Для тих хто не вживає вино, були запропоновані сир, бринза, м'ясні делікатеси, виноградний сік.

Велику роль винного туризму краю грає унікальний музей вина на території виноробного комплексу Чизай, а ще тут можна замовити екскурсію комплексом та продегустувати вино в спеціально відведеному залі. У музеї зберігся старовинний інвентар, а саме: винні преса для вичавлення винограду з дубу ще 17-18 ст.,

різноманітні дробарки, первинні ножі для обрізки винограду, велика бочка для топтання винограду та ін. предмети. (О.Супруненко 2013)

Інший винзавод повного циклу виробництва – це COTNAR, що знаходиться недалеко від міста. Звичайно, до складу комплексу входить дегустаційний зал, у гостей якого є можливість спробувати різні вина та замовити цікаву екскурсію на виноробню COTNAR та побачити на власні очі весь процес виноробства.

Що стосується історично-архітектурної спадщини, то Берегово є багатим на різноманітні культурні пам'ятки. Для вдосконалення туристичної галузі, в першу чергу, об'єкти мають бути під охороною. Архітектурні пам'ятки є найціннішими в туризмі, адже відновити їх вкрай важко, а частіше неможливо, в залежності від їхнього стану. Та на жаль, невелика їх кількість охороняється країною. Є такі, що претендують на статус Пам'ятки архітектури. (див. табл. 1) (О.Супруненко 2013)

Таблиця 1

**Об'єкти, які можуть претендувати на статус Пам'ятки архітектури
місцевого або національного значення міста Берегова**

№	Назва об'єкту	Дата побудови
1	Горбатий міст через р.Верке	1853 р.
2	Родинна садиба барона Жігмонда Перені	поч. XVIII ст.
3	Будівля ЗОШ №6	1874 р.
4	Будівля Берегівської школи мистецтв	1912 р.
5	Колишній палац Шарі Федак	1912 р.

Джерело: О.Супруненко 2013, 121 с.

Отже, охорона та збереження пам'яток архітектури, що є конче необхідно в розвитку туристичної галузі, бажає кращого. Держава не піклується про архітектурну спадщину, адже майже у всіх історично цінних спорудах розміщуються державні установи, що дуже негативно впливають на їхній стан.

Щодо використання природних ресурсів у туристичній галузі, то крім бальнеологічних ресурсів в районі більше нічого так інтенсивно не використовується. Тільки на окремих озерцях, що знаходяться на окраїнах міста, надаються послуги обслуговування для рекреації гостей. А саме на озері Дідово є 2 платні пляжі (Бумеранг та ВогаВога) та один з вільним входом, платні сектора для кемпінгу з альтанками та

виходом до озера і велика кількість дач або будиночків, які здаються в оренду. Також в селі добре функціонує сільський туризм. Селяни люб'язно приймають туристів.

В околицях міста є велика кількість маленьких озерців, які також створені зазвичай штучним шляхом. Велика кількість з них використовуються як рибники, до яких вхід є платним. Для рибалків надаються всі комфортні умови для відпочинку, більшість мають в наявності мангали, альтанки, човни, рибальське приладдя та інше.

Хоча об'єктів природно-заповідного фонду є достатньо, та інформацію про ці зони, туристу який зацікавлений екотуризмом отримати вкрай важко, адже вони маловідомі.

Можемо зробити висновок, що і багатство природних ресурсів теж не використовується достатньо.

Аналіз сайтів туристичних підприємств міста.

Для чіткого аналізу використання потенціалу також необхідно було дослідити туричні підприємства міста та їх пропозиції. Як добре вони рекламують та пропонують місто Берегово? Місто як туристичне містечко має декілька туристичних підприємств. Хоч їх кількість невелика та вони грають важливу роль в розвитку туризму міста. Загальна їх кількість – 6:

- Туристичне агентство «Club Thermal Peregium Kft.»
- Туристична агенція «Світ Карпат»;
- Туристичне бюро «Верецке-Тур»;
- Туристичне бюро «Captain Fux (Капітан Фукс)»;
- Туристичне бюро «Paprika wellness Travel».

Проаналізувавши всі сайти підприємств я помітила, що найбільше надається пропозицій про виїзд за кордон, тобто тури за межами міста та держави. Та в цій роботі я роблю акцент на позиціонування міста як туристичного центру і для цього потрібно звернути увагу на пропозицію, характеристику міста описаних у веб-сайтах туристичних бюро. А також використання цінностей Берегівщини для створення та збуту турів районом та розвитку туристичної галузі загалом.

На офіційному сайті туристичного агентства «Club Thermal Peregium Kft.» (Режим доступу: <https://club-thermal-peregium-kft.business.site>) вся інформація надана виключно на угорській мові. На головній сторінці описується історія створення та розвитку агентства. Також читач може знайти адресу, позначку на карті, графік роботи та має можливість зателефонувати в офіс. Щодо пропозицій турів, реклам то на цьому

сайті вони відсутні, але велику їх кількість бажаючі можуть знайти на офіційному сайті у соціальній мережі Facebook (Режим доступу: <https://www.facebook.com/Club-Thermal-Peregium-Ltd-162262647118993/>).

Переглянувши пропозиції турів, на жаль я не знайшла жодного, що був би пов'язаним із в'їзним туризмом до міста. Всі тури тільки закордонні. Берегово не пропонується ні для внутрішніх туристів, ні для закордонних.

Другою давно всім відомою туристичною агенцією в місті Берегово є «Світ Карпат». На жаль офіційного веб-сайту в інтернет мережі немає, та є сторінка в соцмережі Facebook, де так само як і в попередньому агентстві я, на жаль, не знайшла жодного туру, що привів би туристів до нашого краю. Всі тури тільки виїзні за кордон (Режим доступу: <https://www.facebook.com/svitkarpat.net.ua/>). І на цьому свої пошуки я хотіла завершити, та раптом знайшла пропозицію туру по Берегівщині, яка створена саме цим турагентством, але опублікована на іншому сайті «КарпатыInfo» (Режим доступу: <https://www.karpaty.info/ua/uk/zk/br/berehove/tourservice/>).

Інформаційно-туристичне агентство «Верецке-тур» або «Берегово-тур». Це перший сайт з усіх вище перерахованих, на якому пропонується відпочинок в Берегівщині. (Режим доступу: <http://www.karpataljaturizmus.hu/index.php?p=p&a=158>) А саме, надається інформація про: туристичний потенціал Берегівського району та Закарпаття в цілому; проживання в готелях, пансіонатах, сільських садибах, мотелях; туристичні маршрути районом та областю; сільський туризм Берегівського району; фестивалі; термальні басейни – родзинка оздоровчого туризму району; музеї з багатою історією; народні угорські традиції; свята.

Також на сайті є перелік послуг агенції : складання туристичних маршрутів по замовленню; бронювання житла в готелях, пансіонатах, мотелях, сільських садибах; проведення екскурсій по Закарпаттю у супроводі екскурсовода (перелік яких є на сайті); організація дегустації вин; забезпечення транспортом для перевезення туристів; гастрономічні тури та дегустація угорських страв у Берегівському районі та організація зимніх турів.

Наступним сайтом для аналізу став сайт туроператора «Капітан Фукс». (Режим доступу: <http://captain-fux.com/zakarpattiatours/>) Сайт мене приємно здивував, в порівнянні з іншими тут все зрозуміло і гармонійно запропоновано туристу. На сайті є такі сторінки: головна, про агентство, тури, авіа- та автобусні тури, тури на Закарпатті, контакти та гарячі пропозиції. Ми розглянемо вікно «Тури на Закарпаття», адже нас

цікавить саме позиціонування Берегова на туристичному ринку та використання його потенціалу місцевими туроператорами.

Для яскравої подорожі по Закарпаттю туроператор пропонує 7 турів на різну тривалість та за різними маршрутами, темою і ціллю подорожі. Крім програми туру, надається детальний опис кожного міста чи дестинації, що пропонуються туристу для відвідування. Саме це і грає важливу роль у реалізації продукту. Переглянувши всі тури, помітила, що в кожному Березівщина займає свою частинку і грає важливу роль у проведенні екскурсій та оздоровчого туризму. Оздоровлення в термальних басейнах і є візитною карткою краю.

Далі по списку - туристичне бюро «Paprika wellness Travel». (Режим доступу: <http://paprikawellness.com.ua/ua/>) Так само як і попередній туроператор, на сайті пропонуються тури як закордон так і по Закарпаттю. Проаналізувавши сайт та знайшовши 6 подорожей по області, прийшла до висновків, що місто та Березівський район грає важливу роль у розвитку туристичної сфери району, області та всієї країни, так як це обличчя краю не тільки для вітчизняного, а й для закордонного туриста. У кожному турі є зупинка в місті Берегово.

Важливо згадати про Туристично Інформаційний центр Берегова, який має надавати відповідну інформацію туристу для відвідування міста. (Режим доступу: http://www.berehovo-tour.info/index.php?option=com_content&view=article&id=53&Itemid=65).

Мережу ТІЦ було сформовано в кожній області, а потім уже в усіх містах та районних центрах. Так і досі функціонує ТІЦ Закарпаття. (Режим доступу: <https://tourinform.org.ua/#>) Березівський туристичний інформаційний центр (ТІЦ) відкрився 17 листопада 2006 року для розвитку туризму на Закарпатті та Березівщини зокрема. Інфоцентр має добре обладнаний конференц-зал для проведення семінарів, навчань, ділових зустрічей, конференцій тощо.

Цілі інфоцентру

- сприяння розвитку туризму в Закарпатській області;
- надання інформації місцевим та іноземним туристам і туристичним організаціям;
- сприяння співпраці між туристичними організаціями Закарпаття;
- проведення навчань і семінарів для фахівців у галузі туризму;
- розвиток туристичних можливостей Закарпаття, зокрема у Березівському р-ні;

Послуги Березівського туристичного інфоцентру:

- надання інформації про туристичний потенціал Карпатського регіону;
- організація маршрутів, програм тощо та їх координування;
- попереднє замовлення кімнат для туристів;
- розробка та оновлення туристичної бази даних про Закарпаття та сусідні прикордонні регіони;
- видання інформаційних матеріалів, путівників, карт та їх розповсюдження;
- створення інтернет-сторінки;
- організація навчань та навчальних турів;
- організація виставок закарпатських митців;
- продаж сувенірів, карт, путівників, відкриток.

Тепер Берегівський Туристичний Інформаційний Центр розташований за адресою: м. Берегове, площа Ракоці Ференца, 6.

Отже, слід зробити висновок, що рівень позиціонування є середнім, так як не всі туроператори дбають про розвиток туризму саме в місті Берегове. З всіх проаналізованих сайтів найкраще туроператори «Верецке-Тур» та «Captain Fux (Капітан Фукс)» рекламують та реалізують тури до міста. На сайтах запропоновані різного виду та теми екскурсії.

РОЗДІЛ 3

Інноваційні технології промоції м. Берегова як туристичного центру

3.1. «Карта гостя» – як інноваційний інструмент просування туристичного місця

Інновації в туризмі - це новий тренд, який пронизує всі аспекти туристської сфери сьогодення. Працівники туристичного підприємства та держава змушені переглядати підходи до менеджменту туристичного продукту через зміну та збільшення потреб туриста. Наявність інноваційної бази у тій чи іншій туристичній послуги робить пропоновані тури, маршрути, екскурсії більш конкурентоспроможними на туристському ринку. Крім того, ці нововведення здатні відкривати нові туристичні напрямки і інші, які значно відрізняються від вже існуючих, наприклад, віртуалізація музеїв, електронний туризм, квест-туризм та інші (С.А.Щербаков 2015, 25-37 с.)

Новиков В. С. визначає інновацію як «... конкретний результат будь-якої творчої, пов'язаної з ризиком діяльності, яка забезпечує просування і впровадження на ринок нових, істотно відрізняються від колишніх, благ, більш повно задовольняючих потреби; відкриття та освоєння нових ринків або досягнення інших конкретних цілей » (В.С.Новиков 2010, 43 с.)

З цього випливає, що інновації в туризмі - це результат не тільки процесу введення якісно нових туристичних продуктів і послуг, але і трансформації процесів, що забезпечують функціонування туристської системи.

По-перше, це пов'язано з організаційними нововведеннями, які поліпшують структуру і систему управління туристських компаній, які виражаються в перетворенні, розширенні ієрархії управлінських взаємодій, злиття декількох фірм, у тому числі - конкуруючих при використанні новітніх технічних пристроїв і технологічних методик; зміні кадрової політики (модернізація кадрових рішень в області мотивації, навчання персоналу); автоматизації та раціоналізації фінансово-економічних сторін підприємства (освоєння нових форм обліку, придбання сучасних фінансових інструментів).

По-друге, інновації відіграють величезну роль в маркетингових компаніях туристських організацій. На сьогоднішній день інновації в рекламі і просуванні туристичних продуктів пов'язані, перш за все, з віртуалізацією реального простору і переходом реклами в глобальну мережу Інтернет, оскільки механізми роботи всесвітньої павутини пропонують вигідні переваги, наприклад, величезну кількість потенційних покупців (близько 4 млрд. людей) з можливістю безперешкодного виходу

на міжнародний ринок, цілодобова робота мережі Інтернет, оперативність, наявність модулів зворотного зв'язку і багато іншого. (В.С.Костинский 2011, 38 с.)

По-третє, інновації можуть бути і тимчасовими, спрямованими на зміну споживчих рис туристичного продукту і підсилюючими його конкурентоспроможність. Однією з маркетингових інновацій, яка вже відносно давно користується популярністю в європейських країнах, є програма «Карта гостя» (від англ. «Guest Card» або «Guest Chart»). (С.А.Щербакова 2015, 129 с.)

Як правило, вона являє собою програму лояльності у ставленні до туриста, функціональність якої представлена на пластиковій дисконтній картці, дозволяючої отримувати всю інформацію про туристичний об'єкт, заклади розміщення, харчування в місті та можливі знижки (іноді - стовідсоткові) на певних об'єктах туристської інфраструктури, а також в дозвіллевих закладах.

Переваги «карти гостя»:

1. Фізично малі розміри самої карти, здатної поміститися в кишеню або гаманець, подібно банківській картці.

2. Можливість отримати не тільки знижки, наприклад, при відвідуванні природного парку, а й подарунки, які відображатимуть символіку місцевого спадщини, суверніри.

3. Можливість оплачувати послуги та надані товари картою в громадському транспорті, музеях, театрах, клубах, парках, торгових центрах, готелях і т. п.

4. Позначення «високого статусу» власника карти в порівнянні з іншими гостями міста і надання йому сервісу найбільш екстра-класу, а також певних привілеїв.

Зазначені гідності «карти гостя» забезпечують найважливіші аспекти подорожі туриста - швидкість проведення розрахункових операцій, економічність і зручність. Виходячи з цього, в даній роботі ми пропонуємо розробити проект «карти гостя» під назвою «Beregovo», яку планується реалізувати на території міста Берегове, Закарпатської області з метою залучення найбільшого потоку туристів і розвитку туризму в його межах.

3.2. Розробка «Карти гостя» для гостей м. Берегова

3.2.1. Визначення туристичних об'єктів, які будуть внесені в карту

Визначення туристичних об'єктів, які будуть внесені в карту залежить від складових туристично-рекреаційного потенціалу.

Туристично-рекреаційний потенціал Берегова:

- історично-архітектурна спадщина

- термальні родовища та виноробство – як візитна картка краю

Посилаючись, на дані з 2 розділу про історико-культурні туристичні ресурси міста, можна обрати такі, для внесення до «карти гостя» :

- Закарпатський угорський інститут ім.Ференца Ракоці II – в минулому Палац комітатського суду (1908-1909 рр.)
- Реформатська церква (1775 р.)
- Будинок культури, в минулому – Велика синагога (XIX ст., 1970-ті рр.)
- Будівля колишньої єврейської ритуальної лазні (міква) (1912 р.)
- Палац Мейгеша (початок XX ст.)
- Палац Кубовича (початок XX ст.)
- Синагога (1920-ті рр.)
- Міська рада - в минулому міська пожежна частина (1860-ті рр.)
- Берегівська українська гімназія та ЗОШ №1 (1895 р.)
- Закарпатський угорський драматичний театр (XVII ст.)
- Берегівський медичний коледж- в минулому управління Березького комітату (1880 – 1890 рр.)
- Палац Шарі Федак (1912 р.)
- Маєток Жигмонда Перені (XVIII ст.)
- Горбатий міст (1853 р.)
- Ресторан «Золота Пава» (1912 р.)
- Скульптура Шандора Петефі (1991 р.)
- Католицький костел Воздвиження Святого Хреста (1100 р., 1418 р, 1836 р.)
- Пошта – в минулому Королівська пошта (1936 р.)
- Пам'ятник , на честь померлих у Другій світовій війні та жертв сталінської депортації (1999 р.)
- Кам'яний Хрест на горі Керек (2001 р.)
- Угорська гімназія ім.Г.Бетлена (1936 р.)
- ЗОШ №5 ім.Т.Шевченка (1904 р.)
- Пам'ятник Тарасу Шевченкові (2019 р.)
- ЗОШ №6 (1874 р.)
- Греко-католицька церква (1825 р.)
- Літня резиденція графа Шонборна (наприкінці XIX ст)

Щодо термальних вод краю – то можна сміливо сказати, що це є візитною картою краю. Саме оздоровлення в термальних басейнах є найчастішою причиною відвідування міста туристами. Якщо ж записати до пошуку в Інтернеті «Берегово» - то відразу з'являються дані про басейни та пропозиції про розміщення поряд з ними, це можуть бути різні готелі або ж приватні будинки, квартири, кімнати.

В місті розташовуються такі басейни: ТОВ «Закарпаття», який має готель на 150 місць, плавальний басейн із термальною водою, спортивні та тренувальні зали; ТОВ «Жайворонок» (Берегово), до послуг відвідувачів якого: кафе біля басейнів, прісний басейн, дитячий термальний басейн, термальний басейн, критий термальний басейн, тренажерний зал, 4 корпуси готелю, кафе, лазня, косметичний салон, ресторан, винний погріб, пивний бар, літня тераса і соляна кімната. А на території району, в селі Косонь, що неподалік від міста, знаходиться санаторій «Косино», на території якого розміщено 7 басейнів із лікувальною водою, а саме : басейни-близнюки, «смарагдовий басейн», басейн «H2O», «Золотий кран здоров'я «Косино»», плавальний, дитячий басейн, басейн «Інь-Ян», Ванна Кнайпа; готель «Ivánco Birtok» та ресторан «Чарда». На території комплексу «Термальні води Косино» у весняний період проводять Чемпіонат Бограча. А у літній період, проводиться День Нептуна в Косино. Це саме той час, коли можна розпочати марафон літнього відпочинку.

Більшість туристів, що відвідують місто, не можуть його залишити без дегустації унікального вина краю, адже Берегівщина – є однією з найголовніших об'єктів «Винного шляху Закарпаття». Найзручніше туристам, які завітали до Берегова з метою оздоровитися, відвідати винний дегустаційний зал на території готельно-ресторанного комплексу «Жайворонок». Не тільки на території рекреаційних комплексів, а й безліч сімей з покоління в покоління займаються виноробством. Більшість з них проводять екскурсії та дегустації, як наприклад сім'я Гаврильченко, яка є найвідвіданішою в місті Берегово (вул.Виноградній 37/2). Тут виготовляються виключно сухі марочні вина з історичних районуваних сортів винограду Берегівського виноробного краю за традиційними технологіями, які витримуються у дубових бочках, також відвідавши так званий «Старий Підвал» ви зможете дізнатись які це білі вина, яка користь від червоного вина та які традиції має виноробство Закарпаття та Берегівщина. На цій же вулиці є ще одна виноробня, яка зветься «Nota Bene». Тут також виноград вирощений на власних виноградниках, площа яких 2 гектари.

Велику роль винного туризму краю грає унікальний музей вина на території виноробного комплексу Чизай, а ще тут можна замовити екскурсію комплексом та

продегустувати вино в спеціально відведеному залі. У музеї зберігся старовинний інвентар, а саме: винні преса для вичавлення винограду з дубу ще 17-18 ст., різноманітні дробарки, первинні ножі для обрізки винограду, велика бочка для топтання винограду та ін. предмети.

Інший винзавод повного циклу виробництва – це COTNAR. Звичайно, до складу комплексу входить дегустаційний зал, у гостей якого є можливість спробувати різні вина та замовити цікаву екскурсію на виноробню COTNAR та побачити на власні очі весь процес виноробства.

Та не тільки, ж в самому місті розвинене виноробство, а сприятливими територіями району для вирощування винограду та вироблення вина є, звичайно ж, села. Найпопулярнішою сім'єю, яка займається виноградарством є родина Урсти, яка проживає в с.Бене. Їхні підвали висічені у підніжжі гори, що дозволяє зберегти прохолоду, а площа виноградників становить 4 гектари. В цьому ж селі розташований Винний підвал братів Параски. Брати успадкували родинну справу після смерті їхнього батька. Дегустація вин проходить у великій печері, довжина якої сягає близько 17 метрів. А в селі Кідьош знаменитими виноградарями є родинна Шош. Дегустація вин проводиться в затишному залі на 25-30 гостей, облаштованому поряд з винним погребом, де можна погостувати до 20 сортів неповторних закарпатських вин власного виробництва. В сусідньому селі Великі Береги знаходиться пивниця «Шюмегі», а будинок вина «Берегвідек» в с.Яноші (Дегустаційні зали [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://zaktour.gov.ua/tasting/wine/>).

Отже, з точки зору термальних вод та виноробства до складу «карти гостя» входить:

- ТОВ «Закарпаття»
- ТОВ «Жайворонок» + дегустаційні зали вина
- Винороби Гаврильченко, «Старий підвал»
- Приватна виноробня «Nota Bene»
- Виноробний комплекс «Чизай»
- Дім дегустації «Шато Чизай»

За містом:

- Санаторій «Косино»
- Винзавод «COTNAR»
- Винороби сім'ї Урсти, с.Бене
- Винний підвал братів Параски, с.Бене

- Винороби родини Шош, с. Кідьош
- Будинок вина «Берегвідек» в с.Яноші

3.2.2. Визначення закладів туристичної інфраструктури, які будуть представлені в карті

Заклади туристичної інфраструктури:

- об'єкти розміщення
- харчування
- заклади культури
- розважальні заклади
- спортивні
- заклади оздоровлення та охорони здоров'я

В місті є безліч різних закладів розміщення – це можуть бути різного типу готелі, мотелі або ж приватні будинки, садиби, квартири, кімнати.

Рекомендованими з усіх є:

- Готель «Жайворонок»
- Родинний маєток "Ламберт"
- Готель «Золота Пава»
- Готель на території розважального комплексу «Магнум»
- Готель «Міраж»
- Готель «Практик»
- Готельно-ресторанний комплекс «Доміно»
- Готель «GoldenLuxe»
- Готель «ФКока»
- Готель – вілла «Магнат»
- Садиба "Вікторія"
- Садиба «Мапа»
- Готель «Chagari»
- Приватний будинок «Lizak house»

Щодо закладів харчування, то в місті є ресторани, кафе, піцерії, їдальні.

- Ресторан «Жайворонок»
- Ресторан «Золота Пава»
- Ресторан «Чизай.Мала гора»
- Ресторан «Союз»
- Ресторан «Шеркерт»

- Ресторан «Міраж»
- Ресторан «Magnum»
- Чарда «Паприка»
- Їдальня «Олеся»
- Піцерія «Кармен»
- Піцерія «Brendi»
- Піцерія «Parise1»
- Кафе «Меделін»
- Кафе «Кемепсе»
- Кафе «Старе місто»

Заклади культури в місті:

- Будинок культури
- Угорський національний театр імені Д. Йіеша
- Музей Берегівщини

До розважальних комплексів а Берегові відноситься готельно-розважальний комплекс «Магнум»

Що стосується спортивних закладів то це:

- Спортивна база "Закарпаття"
- Спортивний футбольний клуб на території стадіону «Дружба»
- Спортивний зал на території стадіону «Дружба»
- Спортивний зал на території готельно-розважальний комплекс «Магнум»
- Спортивний Клуб "Мустанг"
- Спортивна зала «Crossfit»

Заклади оздоровлення та охорони здоров'я:

- Оздоровчі термальні басейни

ТОВ «Закарпаття»

ТОВ «Жайворонок».

3.2.3. Розробка, поширення та використання карти

Інформацію про дану карту необхідно розмістити на сайтах туроператорів Берегова, на офіційному сайті адміністрації міського округу, а також на туристичному порталі Закарпатської області. Крім того, важливим є створення програмного забезпечення та електронної бази, на якій будуть міститися дані про всі картки користувачів і відправлятися до контролюючого органу.

Надалі можливе створення мобільного застосування, де турист зможе не тільки замовити даний продукт, але і стежити за своїми витратами по карті і проводити оплати або активації через термінали за допомогою смартфона, подібно функціоналом систем ApplePay, Google Pay, Samsung Pay та ін.

Сама карта надається разом із спеціально оформленим бюлетенем, на якому будуть зображуватися об'єкти, де можна скористатися привілеями учасника програми. Також передбачається створення англomовної версії як самої карти, так і інформаційного блоку на ній, в бюлетені і в глобальній мережі Інтернет для того, щоб залучити не тільки вітчизняних туристів, але і закордонних.

Умови використання «Beregovo»:

1. Користування послугами карти можливе тільки в період її терміну дії;
2. Карта не підлягає відновленню при її втраті, псуванні або знищенню з вини власника;
3. Карту при використанні тієї чи іншої послуги або покупки продукту необхідно пред'явити перед здійсненням операції;
4. Сервіс «AF» (absolutely free) доступний один раз на кожний об'єкт чи послугу, що передбачає безкоштовне відвідування, квиток і т.д. протягом терміну дії карти;
5. Для використання карти в тому чи іншому місці туристського інтересу гостю необхідно докласти карту до банківського pos-терміналу, або назвати ідентифікаційний номер карти. Таким чином, продавець отримує необхідні відомості для відправки до органу контролю, який розробив карту гостя.

Таким чином, система лояльності «Beregovo» має можливість залучити туристичний потік в місто Берегово, позитивно вплинути на просування бренду невеликого містечка, який має достатній туристичний потенціал, а також активізувати збільшення витрат власників карток в сферах туризму, гостинності, сервісу та інше, що вплине на збагачення та розвиток туризму в регіоні.

ВИСНОВКИ

В процесі проведеного дослідження встановлено, що місто Берегове – колоритне туристичне українсько-угорське містечко з цілющими термальними водами та славнозвісним закарпатським вином. Місто та весь район надзвичайно багаті на туристичний потенціал. Візитною карткою цієї дестинації є термальні води та виноробство, адже в кожного туриста назва міста Берегова асоціюється з «цілющими басейнами».

Іншою характерною рисою регіону є виноробство. На території району розташовані 2 винзаводи, повного циклу виробництва – це «Чизай» та COTNAR. Крім цього в селах майже кожен другий має свої маленькі виноградники і виготовляє власне домашнє вино. Та є виноробці, які задіяли до свого покликання і туристичну галузь також. Найпопулярніші сім'ї, які проводять дегустації в себе вдома описані в 2 розділі.

Також встановлено, що одним з туристичних магнітів міста є його історико-культурна спадщина. Завітавши до нашого краю, гості захоплюються колоритом архітектури, місцевими традиціями, гастрономією.

Та одним із найголовнішим завданням роботи було охарактеризувати Берегове як туристичне містечко та розробити проект «Карта гостя» для просування міста. Адже, доведено, що карта має інноваційний інструмент просування туристичних територій.

А саме, як правило, вона являє собою програму лояльності у ставленні до туриста, функціональність якої представлена на пластиковій дисконтній картці, що дозволяє отримувати всю інформацію про туристичний об'єкт, заклади розміщення та підприємства харчування міста, пропонує можливі знижки (іноді - стовідсоткові) на певних об'єктах туристської інфраструктури, а також в дозвілєвих закладах.

В результаті визначення переваг карти, був розроблений проект «карти гостя» під назвою «Beregovo», яку планується реалізувати на території міста Берегове, Закарпатської області з метою залучення більшого потоку туристів і розвитку туризму в його межах.

Для розробки були визначенні туристичні об'єкти, які будуть внесені в карту, а саме, туристично-рекреаційний потенціал Берегова: історично-архітектурна спадщина, термальні родовища та виноробство краю; а також були визначенні заклади туристичної інфраструктури: об'єкти розміщення та харчування, заклади культури, розважальні, спортивні та оздоровчі.

І останнім підрозділом роботи є визначення типу поширення карти та умови її використання. Таким чином, система проекту лояльності карти «Beregovo» має

можливість залучити туристичний потік в місто Берегово, позитивно вплинути на просування бренду невеликого містечка, який має достатній туристичний потенціал, а також активізувати збільшення витрат власників карток у сферах туризму, гостинності, сервісу та інше, що вплине на збагачення та розвиток туризму в регіоні.

ПІДСУМКИ

В ході проведеної роботи всі поставлені завдання було виконано і заявлену мету досягнуто.

А саме, мета роботи – на основі наявних туристично-рекреаційних ресурсів м. Берегова розробити проект "Карти гостя" як інноваційного інструменту просування туристичного міста.

Відповідно до мети було встановлено наступні завдання, які в результаті дослідження успішно виконані:

- визначили теоретичні основи просування туристичного міста;
- охарактеризували Берегове як туристичний центр Закарпаття;
- дослідили туристичний потенціал міста та рівень його використання;
- визначили цілі, завдання та функції «Карти гостя» для просування туристичного міста;
- розробили «Карту гостя» для гостей м. Берегова.

В процесі дослідження були застосовані наступні методи дослідження: теоретичний аналіз краєзнавчої та спеціальної літератури, інтернет-джерел (при написанні основної частини роботи), опису (при характеристиці природного потенціалу) і спостереження (при визначенні рівня його використання), історичний та порівняльний методи (при визначенні основних історико-культурних привабливостей), систематизації та узагальнення (при написанні висновків), метод проектів (при формуванні «Карти гостя»).

На основі аналізу наукової літератури (Л.О. Сміковська, М.М. Орлова, О.М. Колеснікова, В.Т. Герасименко) було встановлено, що туристичне центр – це велике рекреаційне утворення, яке містить різноманітні комплекси закладів туризму, об'єднані розвиненою системою спортивно-оздоровчих, культурно-масового, господарського обслуговування в одному з вузлових пунктів подорожі – місті. Одним з етапів розвитку туристичного міста є позиціонування його як туристичної дестинації, коли туристичне місто саме виступає туристичним продуктом.

Позиціонування туристичного продукту – це розташування цього продукту на певному туристичному ринку, котрий допомагає туристичним компаніям досягти значної конкурентної переваги для розвитку всього туристичного центру або всього регіону. Від просування та розвитку туристичного продукту й залежить конкурентоспроможність та позиціонування всього туристичного центру на туристичному ринку.

Місто Берегове – колоритне туристичне українсько-угорське містечко з цілющими термальними водами та славнозвісним закарпатським вином. Завдяки своїй неповторній змішаній культурі та цілющими басейнами, існує багатий туристичний потенціал міста. Та на жаль, рівень використання потенціалу є недостатній. Для максимального його використання недостатньо розвинена туристична інфраструктура.

Встановлено, що ще однією з головних причин того, що наявний потенціал використовується недостатньо є слабка інформованість туристів про туристичний потенціал міста. В місті відсутні рекламні брошури, туристичні карти, стенди або вказівники. Також замало інформації про місто, як туристичний центр, в Інтернеті.

З метою ознайомлення і зацікавлення гостей з туристичними ресурсами та інфраструктурою міста було розроблено «Карту гостя».

Карта представлена на пластиковій дисконтній картці і дозволяє отримати всю інформацію про туристичний об'єкт, заклади розміщення, харчування в місті та можливі знижки на певних об'єктах туристської інфраструктури, а також в дозвілєвих закладах.

«Карту гостя» під назвою «Beregovo» планується реалізувати на території міста Берегове з метою залучення найбільшого потоку туристів і розвитку туризму в його межах.

Результати дослідження були представлені на науково-практичній конференції молодих учених, аспірантів та студентів в рамках святкування 75-ліття Львівського державного університету фізичної культури імені Івана Боберського за темою: «Інновації, гостинність туризм: наука, освіта, практика » і отримали схвальний відгук наукової спільноти. Перспективи подальших досліджень полягають у вивченні та впровадження механізмів формування лояльності туриста м. Берегове.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ:

1. Алешугіна П.Ф. 2010: В'їзний туризм: навчальний посібник / Авторський колектив: Коваль П. Ф., Андрєєва Г. П. та інші. – ніжин, Видавництво Лук'яненко В. В., – 304 с.
2. Бабяк З. 2010: Термальні скарби Березівщини / Золтан Бабяк. – Берегово. – 33 - 45 с.
3. Булатова Е.К. 2016: Архитектура и туризм: возрождение малых и средних городских поселений / Е.К. Булатова, О.А. Ульчицкий // Новые идеи нового века: материалы международной научной конференции : Хабаровск. — Т. 1. 36-42 с.
4. Гайдук А. 1999 : Формування туристичної ринкової інфраструктури як фактор підвищення ефективності функціонування ринку туристичних послуг // Регіональна економіка. - №2. - 172-178 с.
5. Герасименко В. Т. 1997 : Основы туристического бизнеса. - Одесса, 25-30 с.
6. Гуляев В. Г. 1996 : Организация туристической деятельности. - Москва.
7. Годфри Х. 2000: Стимулирование международного туризма в XXI веке / Х. Годфри, М.
8. Дурович А.П. 2001: Маркетинг в туризме: Учебное пособие / А.П. Дурович. - Мн.: Новое знание, 496 с.
9. Зорін, В.А. Квартальнов В. 2003 :Енциклопедія туризму: Довідник. - М: Фінанси і статистика, 368 с.
10. Колясніков О.М. 2012 :Маркетинг туризму - Харків: Харківська національна академія міського господарства, 87 с.
11. Кирьянова Л.Г. 2010 : Маркетинг дестинаций как современный подход к управлению туристским регионом / Л.Г. Кирьянова // Известия Томского политехнического университета. - №6. - 35-40 с.
12. Квартальнов В.А. 2002 : Туризм, Учебник. М.: Финансы и статистика, 320 с.
13. Кац. - М.: Финансы и статистика, 240 с.
14. Кривега К.В. 2005: Туристична інфраструктура: поняття та складові / Гуманітарний вісник ЗДІА. – випуск 21. – 124 с.
15. Костинский В. С. 2011: Интернет-реклама как инновационное звено рекламной деятельности предпринимательских структур / В. С. Костинский // Вестник ТГУ— № 2, 34-39 с. ; 38 с.
16. Мальська М.П., Пандяк І.Г. 2009 : Готельний бізнес: теорія та практика- Київ, 59 с.

17. Музиченко-Козловська О.В. 2007 : Територіальний маркетинг як чинник формування туристичної привабливості регіону / О.В. Музиченко-Козловська // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». - №594. - 123-128 с.
18. Мініч І.М. 2002: Соціальні чинники і функції інфраструктури туризму: соціологічний аналіз: автореф. дис. к.с.н.: 22.00.04 - економічна соціологія. - К.: Інститут соціології НАН України, - 16 с.
19. Новиков В. С. 2010 : Инновации в туризме: учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / В. С. Новиков. – 3-е изд., испр. и допол. – М.: Издательский центр «Академия» – 208 с., 43 с.
20. Супруненко О. 2013: Архітектурні, історичні та природні цінності Берегівщини / Олег Супруненко, Дмитро Кобринський, Маріанна Мигаль, Габор Туровці, Андрій Мигаль, Генрієтта Молнар-Пасуля, Жужанна Торпої, Йосип Торпої, Елеонора Якаб. – Берегово – 173 с.
21. Торпої Йосип. 2011 : Туристичний путівник по Берегову – Ужгород, Берегово.
22. Федака С. 2014 : Населені пункти і райони Закарпаття (Історично-географічний довідник) / С. Федака. – Ужгород: Поліграфцентр «Ліра».
23. Фийнеш Е. 2011 : Географічний словник Угорщини (Опис населених пунктів Закарпаття середини ХІХ ст.) / Переклад, упоряд. Йосипа Кобаля. – Ужгород: ТОВ «ІВА», – 96 с.
24. Черчик Л.М. 2006: Маркетинг рекреаційних територій як інструмент становлення, розвитку та регулювання ринку рекреаційних ресурсів / Л.М. Черчик // Актуальні проблеми економіки. - №1. - 45-52 с.)
25. Шульгіна Л.М. 2006 :Маркетинг підприємств туристичного бізнесу: монографія / Л.М. Шульгіна. - К.: Київ. націон. торг-екон. ун-т, 536 с.
26. Щербакова С. А. 2015: Программа «Карта гостя» как туристско-сервисная инновация / А. С. Щербакова // Сервису и туризму – инновационное развитие: материалы VII междунар. науч.-практ. конф., 20 апр. 2015 г./ отв. ред. Т. С. Комиссарова. – СПб.: ЛГУ им. А.С. Пушкина, 2015 – С. 129-132, 25-37 с., 129 с.
27. Дегустаційні зали [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://zaktour.gov.ua/tasting/wine/>.



Історично-архітектурні пам'ятки міста

Закарпатський угорський інститут ім. Ференца Ракоці II (1908-1909 рр.)

Католицький костел Воздвиження Святого Хреста (1100 р., 1418 р., 1836 р.)

Палац Мейгеша (початок XX ст.)

Палац Кубовича (початок XX ст.)

Музей Берегівщини, в минулому - Графський двір князя Габора Бетлена (XVII ст.)

Реформатська церква (1775 р.)

Більше інформації тут:

Унікальні термальні басейни краю

Оздоровчий комплекс «Жайворонок» м.Берегове

Навчально-спортивна база «Закарпаття» м.Берегове

Комплекс «Термальні води Косино» (с. Косонь, Берегівський район)

Більше інформації тут:





Виноробство краю

Будинок дегустацій
«Шато Чизай» м.Берегове

ТзОВ
"Котнар-М",
с.Мужієве

Винні підвали
сім'ї Урста,
с.Бене

Винний підвал
сім'ї Шош,
с.Кідьош

Більше
інформації
тут:



ЕКСКЛЮЗИВ!!!

Ви тримаєте в руках акційну картку туриста для незабутнього відпочинку в місті **Берегове Закарпатської області**.

ПРАВИЛА ВИКОРИСТАННЯ КАРТИ ГОСТЯ «BEREGOVO»:

Дана акція діє на території міста Берегове та його околицях, що входить до акційного списку.

Умови отримання знижки по акції: В наявності 12 BEREGOVO-Жетонів:

4 BEREGOVO-Жетони діють в закладах харчування наданих в переліку вище за схемою 1+1 – при замовленні страви та за наявності цієї картки. Ви отримуєте другу страву БЕЗКОШТОВНО, за умови, що вартість другої страви не перевищує вартості оплачуваної;

5 BEREGOVO-Жетони діють на вхід до термальних басейнів краю, що надані вище в переліку за схемою 1+1: при купівлі одного квитка за наявності цієї картки, інший квиток надається БЕЗКОШТОВНО;

1 BEREGOVO-Жетон діє на готель: при оплаті номеру ви отримуєте знижку 20%;

2 BEREGOVO-Жетони діють на проведення винних дегустацій у вище згаданих закладах зі знижкою 50%.


СХЕМА ВИКОРИСТАННЯ:

 + 	=	 	 + 	=	 
 + 	=	-20%	 + 	=	-50%

УМОВИ ВИКОРИСТАННЯ КАРТИ ГОСТЯ «BEREGOVO»:

- Користування послугами карти можливе тільки в період її терміну дії;
- Карта не підлягає відновленню при її втраті, псуванні або знищенні з вини власника;
- Карту при використанні тієї чи іншої послуги або покупки продукту необхідно пред'явити перед здійсненням операції;
- Сервіс «AF» (absolutely free) доступний один раз на кожний об'єкт чи послугу, що передбачає безкоштовне відвідування, квиток і т.д. протягом терміну дії карти;
- Для використання карти в тому чи іншому місці туристського інтересу гостю необхідно пред'явити цю картку адміністратору закладу, який є учасником акції. Таким чином, продавець отримує необхідні відомості для відправки до органу контролю, який розробив картку гостя.

Місце положення всіх запропонованих об'єктів позначено на карті. Будь ласка скануйте QR код:



Акція діє в межах території міста Берегове та його околиць. Акція діє з 01.07.2019 по 31.12.2019 року.

Додаток Ж

Титульна сторона дисконтної картки гостя «Берегово»



Додаток З

Зворотня сторона дисконтної картки гостя «Берегово»



СПИСОК ІЛЮСТРАЦІЙ:

Ілюстрація 1.....	19
Ілюстрація 2.....	20
Ілюстрація 3.....	20
Ілюстрація 4.....	21
Ілюстрація 5.....	21
Ілюстрація 6.....	22
Ілюстрація 7.....	22
Ілюстрація 8.....	23
Ілюстрація 9.....	23
Ілюстрація 10.....	24
Ілюстрація 11.....	25
Ілюстрація 12.....	25
Ілюстрація 13.....	26
Ілюстрація 14.....	26
Ілюстрація 15.....	27
Ілюстрація 16.....	27
Ілюстрація 17.....	28
Ілюстрація 18.....	29
Ілюстрація 19.....	29
Ілюстрація 20.....	30
Ілюстрація 21.....	30
Ілюстрація 22.....	31

Ілюстрація 23.....	31
Ілюстрація 24.....	32
Ілюстрація 25.....	32
Ілюстрація 26.....	33
Ілюстрація 27.....	33
Ілюстрація 28.....	34

СПИСОК ТАБЛИЦЬ:

Таблиця 1.....37

ÖSSZEFOGLALÓ

A kutatás során megállapítottuk, hogy Beregszász városa egy színes ukrán-magyar turisztikai város, mely híres gyógyvizeiről és zamatos kárpátaljai borairól. A város, valamint az egész terület, rendkívül gazdag turisztikai potenciállal rendelkezik. A település ismérve nem más, mint a különféle termálvizek és a borászat, ez pedig megerősíti egy, a turisták körében végzett felmérés eredményeit, mely szerint Beregszász város neve számukra leggyakrabban a "gyógyvizekkel" azonosul.

A régió másik jellemző ágazata a borászat. A járás területén 2 teljes termelési ciklussal dolgozó borászat működik, a "Chizai" és a COTNAR. Ezenkívül a falvakban szinte minden második lakosnak megvan a maga kis szőlőültetvénye, így az embereknek lehetőségük saját házi bor készítésére. Ezenkívül vannak olyan borászok is, akik idővel csatlakoztak és elmélyültek a turisztikai iparban is. A legismertebb családokat, akik borkóstolókat tartanak otthonaikban, ugyancsak részletesebben ismerteti a 2. fejezet.

A kutatás során azt is megállapítottuk, hogy Beregszász városának egyik legjelentősebb turisztikai vonzereje nem más, mint annak történelmi és kulturális öröksége. Meglátogatva régiókat, a vendégek csodálják az építészet jellegzetességét, a helyi hagyományokat, gasztronómiát.

Mindemellett munkánk egyik legfőbb feladata az volt, hogy Beregszászt turisztikai városként jellemezzük és elkészítsük a város népszerűsítésére szolgáló "Vendégkártya" projektet, hiszen bebizonyosodott, hogy a vendégkártya egy innovatív eszköz, mely a turisztikai területek népszerűsítésének célját szolgálja.

A kutatásunk során meghatározott célkitűzéseinknek megfelelően a következő feladatokat sikeresen teljesítettük:

- meghatároztuk a turisztikai város népszerűsítésének elméleti alapjait;
- Beregszászt úgy jellemeztük, mint Kárpátalja turisztikai központját;
- tanulmányoztuk a város turisztikai potenciálját és annak kiaknázási szintjét;
- meghatároztuk a "Vendégkártya" céljait, lényegét és funkcióit a turisztikai város népszerűsítése érdekében;
- egy projekt keretén belül kifejlesztettünk egy "vendégkártyát" Beregszász városának vendégei számára.

A kutatás során a következő kutatási módszereket alkalmaztuk: a helyismereti irodalom és a szakirodalom elméleti elemzése, internetes források felhasználása (a munka tárgyalásának megírásakor), leírás (a természeti potenciál jellemzésénél) és megfigyelés (felhasználási szintek meghatározásakor), történelmi és összehasonlító módszerek (fő

történelmi és kulturális vonzerők meghatározásakor), rendszerezés és általánosítás (következtetések megírásakor), projekt módszer (a "Vendégkártya" kialakítása során).

A fent említett kártya műanyag kedvezménykártyaként lesz használatos és lehetővé teszi, hogy a vendég minden információt megkapjon egy adott turisztikai létesítményről, valamint a szálláslehetőségekről, étkezési lehetőségekről és az esetleges kedvezményekről egyes turisztikai infrastrukturális, valamint szabadidős létesítményekben. A tervezeteknek megfelelően, a "Beregovo" nevű "vendégkártya" Beregszász városában kerülne bevezetésre és terjesztésre a turisztikai fejlesztések és a turisztikai vonzás gyakorlása érdekében.

Ім'я користувача:
Моца Андрій Андрійович

ID перевірки:
1007779470

Дата перевірки:
08.05.2021 00:03:31 EEST

Тип перевірки:
Doc vs Internet

Дата звіту:
08.05.2021 00:47:44 EEST

ID користувача:
100006701

Назва документа: Черняк Діана-Марія Йосипівна_ТУРИЗМ

Кількість сторінок: 67 Кількість слів: 11759 Кількість символів: 89966 Розмір файлу: 1.77 MB ID файлу: 1007833349

9.52% Схожість

Найбільша схожість: 2.3% з Інтернет-джерелом (https://tourlib.net/statti_ukr/kalchenko6.htm)

9.52% Джерела з Інтернету

212

Сторінка 69

Пошук збігів з Бібліотекою не проводився

0% Цитат

Вилучення цитат вимкнене

Вилучення списку бібліографічних посилань вимкнене

0% Вилучень

Немає вилучених джерел

Модифікації

Виявлено модифікації тексту. Детальна інформація доступна в онлайн-звіті.

Замінені символи

15