

УДК 388.488.2(477.87)

**Діана-Марія Черняк**студентка IV курсу  
спеціальності «Туризм»*Науковий керівник:***Галина Щука**д.пед.н., професор,  
Закарпатський угорський інститут імені Ференца Ракоці II

## «КАРТА ГОСТЯ» ЯК ІННОВАЦІЙНИЙ ІНСТРУМЕНТ ПРОСУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО МІСТА (НА ПРИКЛАДІ М. БЕРЕГОВОГО)

**Вступ.** Місто Берегове відоме далеко за межами регіону та й цілої України завдяки національному складу населення, своєму історичному минулому та термальним басейнам. Незважаючи на той факт, що в процесі обслуговування туристів задіяна значна кількість мешканців, Берегове не вважає місцева влада туристичним містом, програма розвитку туризму в місті відсутня, туристичні ресурси не обліковані. Частина туристів, які приїхали відпочити в термальних басейнах, не знає чим зайнятися на дозвіллі, а місцеві мешканці надають перевагу курортам сусідньої Угорщини, вони пропонують дешеві тури й туристам міста, що негативно впливає на його економічний розвиток.

**Мета роботи** – на основі наявних туристично-рекреаційних ресурсів м. Берегового розробити проєкт «Карти гостя» як інноваційного інструмента просування туристичного міста.

Місто Берегове – колоритне туристичне українсько-угорське містечко з цілющими термальними водами та славнозвісним

закарпатським вином. Місто та весь район мають надзвичайний туристичний потенціал. Візитною карткою цієї дестинації є термальні води та виноробство. У кожного туриста місто Берегове асоціюється з «цілющими басейнами». На території району розташовані 2 винзаводи повного циклу виробництва – це «Чизай» та COTNAR. Крім цього, у селах майже кожен другий має свої маленькі виноградники і виготовляє домашнє вино. Та є винороби, які задіяли до свого ремесла і туристичну галузь також. Найпопулярніші сім'ї, які проводять дегустації в себе вдома, проживають у таких селах: Бене, Кідьош, Мужієво.

Також установлено, що одним із туристичних магнітів міста є його історико-культурна спадщина. Завітавши до нашого краю, гості захоплюються колоритом архітектури, місцевими традиціями, гастрономією. Адже саме наш край є унікальним завдяки поєднанню двох народів: українського та угорського. Тож для українців беруть щось нове з угорської культури, кухні та звичаїв, а для іноземців-угорців цікавим є знайомство з нашими традиціями.

**Результати.** Одним із найголовніших завдань роботи було охарактеризувати Берегове як туристичне містечко та розробити проєкт «Карта гостя» для просування міста. Адже доведено, що карта є інноваційним інструментом просування туристичних територій.

Як правило, вона є собою програмою лояльного ставлення до туриста, функціональність якої представлено на пластиковій дисконтній картці, що дає змогу 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 у закладах для проведення дозвілля.

Після визначення переваг карти був розроблений проєкт «Карти гостя» під назвою «Beregovo», яку планується реалізувати на території міста Берегового Закарпатської області для залучення більшого потоку туристів і розвитку туризму в його межах.

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

спортивні та оздоровчі. Зовнішній вигляд карти можна розглянути на зображеннях.

Для поширення карти було запропоновано залучити всі заклади, які зацікавлені в цьому, і звичайно ж місцевих туроператорів та міську раду. Крім цього, є ідея поширити інформацію онлайн, створивши застосунок для Android та Apple, тому вони будуть доступними в App Store, Apple Store, Play Market. Таким чином, система проєкту лояльності карти «Beregovo» має можливість залучити туристичний потік у місто Берегове, позитивно вплинути на просування бренду невеликого містечка, яке 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.

*Ключові слова:* туристичне місто, туристичний продукт, інновація, карта гостя.

### Список використаних джерел

1. Алешугіна П. Ф. В'їзний туризм : навч. посіб. / авт. кол.: Коваль П. Ф., Андреева Г. П. [а ін.]. – Ніжин: Видавництво Лук'яненко В. В., 2010. – 304 с.
2. Бабяк З. Термальні скарби Берегівщини / Золтан Бабяк. – Берегове, 2010. – 33–45 с.
3. Булатова Е. К. Архитектура и туризм: возрождение малых и средних городских поселений / Е. К. Булатова, О. А. Ульчицкий // Новые идеи нового века : материалы междунар. науч. конф.: Хабаровск, 2016 – Т. 1. – С. 36–42.
4. Гайдук А. Формування туристичної ринкової інфраструктури як фактор підвищення ефективності функціонування ринку туристичних послуг / А. Гайдук // Регіональна економіка. – 1999. – № 2. – С. 172–178.
5. Герасименко В. Т. Основы туристического бизнеса / В. Т. Герасименко. – Одесса, 1997. – С. 25–30.
6. Гуляев В. Г. Организация туристической деятельности / В. Г. Гуляев. – Москва, 1996.
7. Годфри Х. Стимулирование международного туризма в XXI веке / Х. Годфри. – Москва, 2000.
8. Дурович А. П. Маркетинг в туризме : учеб. пособие / А. П. Дурович. – Минск : Новое знание, 2001. – 496 с.
9. Зорин В., Квартальнов В. Энциклопедия туризма : справочник / В. Зорин, В. Квартальнов. – Москва : Финансы и статистика, 2003. – 368 с.

10. Колясніков О. М. Маркетинг туризму – Харків : Харківська національна академія міського господарства, 2012. – 87 с.
11. Кирьянова Л. Г. Маркетинг дестинацій как современный подход к управлению туристским регионом / Л. Г. Кирьянова // Известия Томского политехнического университета, 2010. – № 6. – С. 35–40.
12. Квартальнов В. А. Туризм : учебник / В. А. Квартальнов. – Москва : Финансы и статистика, 2002. – 320 с.
13. Кривега К. В. Туристична інфраструктура: поняття та складові / Кривега К. В. // Гуманітарний вісник ЗДІА. – 2005. – Вип. 21. – С. 124.
14. Костинский В. С. Интернет-реклама как инновационное звено рекламной деятельности предпринимательских структур / В. С. Костинский // Вестник ТГУ. – 2011. – № 2. – С. 34–39.
15. Мальська М. П. Готельний бізнес: теорія та практика / М. П. Мальська, І. Г. Пандяк. – Київ, 2009. – 59 с.
16. Музиченко-Козловська О. В. Територіальний маркетинг як чинник формування туристичної привабливості регіону / О. В. Музиченко-Козловська // Вісник Національного університету «Львівська політехніка». 2007. – № 594. – С. 123–128.
17. Мініч І. М. Соціальні чинники і функції інфраструктури туризму: соціологічний аналіз : автореф. дис. канд. соціол. наук : [спец.] 22.00.04 «Економічна соціологія» / Мініч І. М.; Інститут соціології НАН України. – Київ, 2002. – 16 с.
18. Новиков В. С. Інновації в туризмі : учеб. пособие для студ. высш. учеб. заведений / В. С. Новиков. – 3-е изд., испр. и доп. – Москва : Академия, 2010. – 208 с.
19. 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, 2013. – 173 с.
20. Торпої Й. Туристичний путівник по Берегову / Й. Торпої. – Ужгород; Берегово, 2011.
21. Федака С. Населені пункти і райони Закарпаття (істор.-геогр. довід.) / С. Федака. – Ужгород : Ліра, 2014.
22. Фийнеш Е. Географічний словник Угорщини (опис населених пунктів Закарпаття середини ХІХ ст.) / пер. і упоряд. Йосипа Кобаля. – Ужгород : ІВА, 2011. – 96 с.
23. Черчик Л. М. Маркетинг рекреаційних територій як інструмент становлення, розвитку та регулювання ринку рекреаційних ресурсів / Л. М. Черчик // Актуальні проблеми економіки. – 2006. – № 1. – С. 45–52.
24. Шульгіна Л. М. Маркетинг підприємств туристичного бізнесу : монографія / Л. М. Шульгіна. – Київ : Київ. націон. торг-екон. ун-т, 2006. – 536 с.

25. Щербакова С. А. 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. – Санкт-Петербург : ЛГУ им. А. С. Пушкина, 2015. – С. 129–132.

26. Дегустаційні зали [Електронний ресурс]. – URL: <http://zaktour.gov.ua/tasting/wine/>.