

Папп Василь Васильович,
д.е.н., професор, професор кафедри туризму і рекреації,
Лужанська Тетяна Юрївна,
к.г.н., доцент, доцент кафедри туризму і рекреації,
Бошота Неля Василівна,
к.е.н., ст. викл. кафедри фінансів,
Мукачівський державний університет

БРЕНД ТЕРИТОРІЇ МІСТА В КОНТЕКСТІ СТРАТЕГІЧНОГО УПРАВЛІННЯ СФЕРОЮ ТУРИЗМУ

Актуальність теми дослідження обумовлена комплексним підходом до оцінки бренду території міста з позицій стратегічного управління туризмом. Нині в умовах зростаючої конкуренції необхідно визначити потенційну туристичну привабливість міста, створення сприятливого організаційно-правового та економічного середовища для розвитку даної галузі. Метою дослідження є визначення основних підходів до оцінки туристичного бренду міста Мукачево. Для отримання результатів дослідження використано загальнотеоретичні та спеціальні методи економічного дослідження: історичний, аналізу та синтезу, статистико-економічний, абстрактно-логічний, прогнозно-аналітичний та інші. У статті розглянуті питання розвитку туристичної дестинації з метою оцінки брендингу міста; за допомогою методу ітерації, SWOT-аналізу визначено програмно-цільові аспекти управління сферою туризму міста Мукачево; проаналізовано формування бренду міста Мукачево з позицій сукупності основних цінностей; оцінено взаємозв'язок між стратегічними, операційними цілями та завданнями у контексті розвитку туризму в місті Мукачево для подальшого формування іміджу міста. Запропоновано заходи щодо активізації розвитку туризму на території міста Мукачево. Це дало змогу визначити очікувані результати від реалізації стратегії розвитку туризму міста Мукачево на перспективу. Визначено, що стратегічною метою розвитку туризму в м. Мукачево є створення сприятливого організаційно-правового та економічного середовища для розвитку цієї галузі, формування конкурентоспроможного вітчизняного туристичного продукту на підставі ефективного використання природного та історико-культурного потенціалу, забезпечення соціально-економічних інтересів та екологічної безпеки. Саме тому надано практичні пропозиції по формуванню підприємницької діяльності в сфері туризму міста Мукачево. Це дозволить посилити інтеграційну оцінку туристичного потенціалу міста Мукачево з питань просування бренду території. Подальшого дослідження потребують питання удосконалення методики оцінки бренду території з позицій конкурентоспроможності.

Ключові слова: туристська дестинація, бренд території, бренд міста, стратегічні цілі, операційні цілі, інвестиційний імідж, привабливість території.

ВСТУП

З метою планування, регулювання та розробки програми розвитку туристичної галузі регіону необхідно визначити потенційну туристичну привабливість, тобто якого рівня розвитку може досягти туристична індустрія в певному регіоні та який можна в результаті отримати соціально-економічний ефект, а також чи доцільно розвивати туристичну галузь у певному регіоні, а якщо розвивати, то на які чинники є можливість впливати і які заходи слід вживати, щоб досягти максимального рівня туристичної привабливості території.

Стратегічною метою розвитку туризму в м. Мукачево є створення сприятливого організаційно-правового та економічного середовища для розвитку цієї галузі, формування конкурентоспроможного вітчизняного туристичного продукту на підставі ефективного використання природного та історико-культурного потенціалу, забезпечення соціально-економічних інтересів та екологічної безпеки.

Постановка проблеми. Обґрунтування розробки стратегій розвитку туризму повинно максимально враховувати регіональну специфіку розвитку суб'єктів туристичного бізнесу, наявний туристичний потенціал території, дотримання

відповідності стратегічних перспектив розвитку інших (суміжних до туризму) видів економічної діяльності. Ефективність стратегії залежить від того, наскільки правильно буде організований процес її розроблення, реалізації, контролю за її виконанням.

Запорукою успішного розвитку туризму на території м. Мукачево є вибір правильного стратегічного курсу. Звідси постає потреба у розробці механізму стратегічного управління розвитком туризму при організації та інфраструктурному облаштуванні туристичних маршрутів і інше. Особливо актуальним у сучасних умовах є розробка механізму обґрунтування та прийняття управлінських рішень з питань активізації туристичного бізнесу на території м. Мукачево через удосконалення форм і методів координування напрямів інвестиційного забезпечення при організації та розробці маршрутів і задіяння ефективних важелів управління інвестиційними процесами.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Теоретико-методологічні, економічні та управлінські аспекти розвитку туристичної сфери досліджують такі вчені, як: І. Ансофф, М. Бондаренко, М. Борушак, В. Кифяк, О. Колесник, В. Матюхін, К. Сіренко, І. Смирнов та інші.

Проблемам формування бренду території (міста,

регіону, країни), особливостям його просування присвячені праці таких дослідників, як: С. Анхольта, В. Єрмаченка, Н. Дехтяр, О. Соскіна та інших. Вони приділяли увагу аналізу брендингу території як адміністративно-територіального утворення, акцентуючи увагу на вивченні інвестиційних ресурсів, ділової активності, демографічної ситуації, кваліфікації робочої сили певної території тощо.

З числа науковців, які аналізували діяльність туристських дестинацій, слід виділити таких, як: Н. Влащенко, А. Головчан, О. Любіцева, Т. Ткаченко та інші. Вони досліджують територіальні межі туристських дестинацій, визначають особливості реалізації управлінських механізмів розвитку територіальних утворень.

Однак дані науковці не приділяли значної уваги процесу створення бренду та просуванню туристських дестинацій, як інструменту конкурентної боротьби.

Мета статті (постановка завдання). Метою даної публікації є оцінка бренду міста Мукачево з позицій стратегічного управління сферою туристичної діяльності. Для досягнення мети були поставлені такі завдання:

- дослідити поняття туристичної дестинації з метою оцінки брендингу території;
- за допомогою методу ітерації, SWOT-аналізу визначити програмно-цільові аспекти управління сферою туризму м. Мукачево;
- проаналізувати бренд міста з позицій сукупності основних цінностей;
- оцінити Стратегію розвитку туризму в м. Мукачево до 2020 року;
- проаналізувати взаємозв'язок між стратегічними, операційними цілями та завданнями у контексті розвитку туризму в м. Мукачево для подальшого формування іміджу міста;
- запропонувати шляхи удосконалення розвитку туризму на території м. Мукачево з метою покращення брендингу території міста.

РЕЗУЛЬТАТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Як відзначає Н. М. Влащенко, «...туристська дестинація, як самостійний об'єкт атракції, передбачає уточнення всього комплексу маркетингових комунікацій, який зазвичай використовується в процесі створення бренду та його просування – того набору змінних чинників маркетингу (структурних елементів; засобів; інструментів; характеристик; керованих параметрів маркетингу), які забезпечать зв'язок між органами муніципальної влади та споживачами (населенням, бізнесом, відвідувачами) [3, с. 92].

Основними завданнями щодо формування бренду туристської дестинації та її просування є організація співробітництва, при якому забезпечуватиметься партнерство міського самоврядування, бізнесу і держави з урахуванням дотримання інтересів кожного з учасників цього процесу.

Бренд міста розглядається як сукупність неминущих цінностей, що відбивають неповторні оригінальні споживчі характеристики даного міста й

співтовариства, широко відомі, що одержали суспільне визнання й користуються стабільним попитом споживачів. Одночасно бренд виступає як найважливіший чинник конкурентних переваг і доходів міста, цінний актив міської економіки [11, с. 27].

Слід відзначити, що м. Мукачево має значний туристичний потенціал, зумовлений географічним положенням, особливостями історичного розвитку, національно-культурним різноманіттям, специфічною архітектурою міста, природними об'єктами, наявністю потенційно брендів туристичних продуктів, унікальним поєднанням у межах міста урбанізованих та індустріалізованих майданчиків із заповідними територіями, що сприятиме розвитку туристичної інфраструктури та галузі загалом.

Основним методом у процесі просування до формування загальної мети і цілей розвитку території є *метод ітерації*, тобто поступового, покрокового наближення. Отже, базовий, інерційний, сценарій став підставою формування раціонального сценарію розвитку з умовою включення нових чинників впливу на траєкторію розвитку, сформовану існуючим соціально-економічним ландшафтом. Ці гіпотетичні чинники впливу – перше наближення до системи цілей і завдань Стратегії як активних дій місцевої влади, а кінцева мета сценарію – це Стратегічне бачення міста Мукачево на стратегічну перспективу.

Комплексний характер та взаємопов'язаність зазначених проблем із SWOT-аналізу із урахуванням сильних і слабких сторін та можливостей і загроз дозволяє визначити програмно-цільові аспекти їх вирішення, які передбачають узгодження в рамках єдиної програми комплексу заходів по напрямках, пріоритетних завданнях, виконавцях та ресурсах.

Як результат проведеного *SWOT-аналізу* було визначено:

порівняльні переваги розвитку туризму в місті Мукачево (зіставлення сильних сторін і можливостей):

1) вдале географічне розташування міста – близькість до кордонів держав-членів ЄС, гарна транспортна доступність міста, залізничне й автомобільне сполучення з генеруючими туристів регіонами України дає можливість залучати в якості відвідувачів міста жителів інших регіонів;

2) місто Мукачево має статус одного з найбільш безпечних і найчистіших районних центрів в Україні. Тому місто Мукачево вважається одним з найкомфортніших міст для проживання в Україні;

3) ресурсний потенціал міста Мукачево, його планування та підтримка з боку місцевої влади дозволяє розвивати кілька видів туризму, зокрема – подієвий (івентивний), відпочинковий, пізнавальний, сільський, а розширення інвестиційних можливостей – розбудовувати інфраструктуру названих видів туризму;

4) розташування об'єктів зі значним туристичним потенціалом, невичерпаний ринковий потенціал цільових ринків міста Мукачево, загальна активізація внутрішнього туризму в Україні, зростання попиту на відвідування маловідомих дестинацій з боку вітчизняних туристів і на короткострокову рекреацію з

боку жителів дозволяє розширювати присутність на тих цільових сегментах, які були для міста нестимульованими та виходити на нові цільові сегменти;

5) у місті Мукачево добре розвинута туристична інфраструктура, функціонує розгалужена й різнопланова мережа закладів харчування;

6) визнання міста Мукачево як туристичної дестинації через визначений бренд і його промоції у вітчизняних і закордонних ЗМІ;

виклики (зіставлення слабких сторін і можливостей):

1) розвиток міжнародної співпраці в економічній і культурній сферах дозволяє залучати додаткові ресурси для підтримки та розвитку місцевого туристичного продукту, зокрема, модернізації певних об'єктів культурної спадщини міста Мукачево, облаштування інфраструктури пішохідного, водного та велосипедного туризму; заохочення ремісництва, а також розбудовувати інституційний механізм розвитку туризму, запроваджувати заходи з вдосконалення якості людських ресурсів і популяризації туризму серед місцевого населення;

2) горизонтальна співпраця з іншими містами та регіонами України, а також з операторами ринку внутрішнього туризму дозволяє запровадити механізми співпраці в напрямі створення регіональних туристичних маршрутів, популяризації регіону, реалізації спільних інвестиційних проектів;

3) поживавлення інвестиційного середовища та залучення зовнішніх інвестицій у сферу туризму міста Мукачево дозволить розвивати об'єкти туристичної інфраструктури;

4) розвиток нових для міста Мукачево видів туризму разом із активізацією маркетингової політики сприятиме загальному збільшенню туристичних потоків, як за рахунок традиційних для міста, так і нових ринкових сегментів;

5) розвиток механізмів державно-приватного партнерства дозволить налагодити систему планування та моніторингу процесів розвитку туризму міста Мукачево, збору й обробки статистичних даних, реалізувати маркетингову політику;

6) використання нових технологій

облаштування міського простору, адаптації його до прийому відвідувачів робить місто Мукачево привабливим для туристів, вирішує проблему дизайну візуально непривабливих об'єктів;

7) налагодження співпраці з Мукачівським державним університетом з метою розвитку наукового туризму;

8) створення умов для надання туристичних послуг особам з обмеженими можливостями;

ризик (зіставлення слабких сторін і загроз):

1) закріплення за містом Мукачево статусу «транзитного міста»;

2) недосконала законодавча база, проблеми з власністю, недовіра з боку зовнішніх інвесторів не сприяють реалізації масштабних інвестиційних проектів у сфері туризму міста Мукачево, які могли б стати основою для диверсифікації місцевого турпродукту;

3) падіння реальних доходів населення України, зокрема, на генеруючих для міста Мукачево ринках, складна внутрішньополітична ситуація суттєво обмежує туристичний потік, туристичні обміни між її регіонами не дозволяють розвивати довгострокову рекреацію.

Враховуючи виключні культурні, історичні, рекреаційні, логістичні та інші особливості міста Мукачево, найбільш ефективним механізмом місцевого розвитку бачиться туризм і розвиток туристичного підприємництва, а тому головним планувальним документом розвитку туристичної сфери у місті Мукачево визначається «Стратегія розвитку туризму в місті Мукачево на період 2016 – 2020 рр.» (далі – СРТ або Стратегія).

Місія міста Мукачево у контексті розвитку туризму: забезпечення добробуту та високої якості життя теперішнього і майбутніх поколінь мешканців міста Мукачево, в умовах активного розвитку конкурентоспроможного туристичного продукту, на засадах збереження культурних традицій, природних особливостей та переваг міста.

Стратегія розвитку туризму м. Мукачево розроблена відповідно до Стратегії розвитку Закарпатської області до 2020 року, що враховує потреби її розвитку, та необхідність підвищення конкурентоспроможності [8].

Таблиця 1

Узгодженість цілей Стратегії розвитку туризму м. Мукачево з цілями Стратегії розвитку Закарпатської області до 2020 року

Стратегічні цілі (Закарпатська область)	Стратегічні цілі розвитку туризму м. Мукачево		
	1. Розвиток туристичного продукту м. Мукачево	2. Просування туристичного продукту м. Мукачево на внутрішньому та міжнародному ринках	3. Інституалізація управління туризмом у м. Мукачево
1. Конкурентоспроможність економіки та зростання ВРП	X	X	X
2. Зменшення територіальних диспропорцій у якості життя та поліцентричний розвиток	X	x	X
3. Ефективне управління місцевим розвитком	X	X	X

Примітка: Велика буква "X" означає більшу узгодженість/зв'язок, аніж маленька "x".

СРТ розроблена на підставі Закону України «Про стимулювання розвитку регіонів», з урахуванням Державної стратегії регіонального розвитку України на період до 2020 року (ДСРР-2020), затвердженої постановою Кабінету Міністрів України від 06.08.2014 № 385, відповідно до Порядку розроблення, проведення моніторингу та оцінки реалізації регіональних стратегій розвитку, затвердженого постановою Кабінету Міністрів України від 16.11.2011 № 1186.

Згідно даних Державної служби статистики протягом останніх 10 років середньорічний приріст в'їзного туризму в м. Мукачево становив 3,2%, разом з тим фіксується відносно стабільний розвиток виїзного

туризму. Це може свідчити про підвищення рівня конкурентоздатності туристичних підприємств м. Мукачево на ринку туристичних послуг. За період 2013-2016 рр., кількість туристів, що відвідали м. Мукачево збільшалась на 17%, відповідно збільшився і обсяг наданих послуг підприємствами туризму. Найбільша кількість жителів м. Мукачево відпочивала за турпутівками на курортах Угорщини, Болгарії, Туреччини, Чорногорії, Єгипту, Польщі. Натомість до країн СНД мукачівці подорожують рідше. Це пояснюється тим, що туристичні підприємства м. Мукачево реалізують путівки до Західної Європи і півдня, але менше приділяють увагу організації відпочинку на Сході.



Рис. 1. Стратегія підприємницької діяльності міста Мукачево

Станом на 01.01.2017 року в м. Мукачево працює чотири туроператори, два представництва

регіональних туроператорів, 16 туристичних агентств, Закарпатська обласна федерація водного туризму та велосипедний клуб «Велобайк Мукачево», які надають широкий спектр туристичних послуг. У м. Мукачево також працюють три картинні галереї, мережа постійно діючих салонів продажу сувенірних виробів, екуменічна церква та інші. У м. Мукачево функціонують мистецькі осередки, що дає змогу активно розвивати мистецько-фестивальний туризм.

Матеріальна база, призначена для розміщення туристів, посідає одне з перших місць при формуванні туристичної інфраструктури, оскільки якість проживання та відповідне обслуговування значно впливають на рівень туристичного сервісу. На території м. Мукачево діють 9 готелів, міні-готелів – 7, приватних пансіонів – 3, туркомплексів – 1, комплекс відпочинку – 1, хостел – 1. Також діють 14 ресторанів, кафе – 3, фаст фудів – 2. Неможливий розвиток туризму без системи зв'язку і комунікацій, функціонування різноманітних служб сервісу тощо.

Транспортна інфраструктура м. Мукачево містить систему зовнішнього транспорту (залізницю,

автобусний транспорт, мережу автошляхів), магістральну вулично-дорожню мережу й мережу масового пасажирського транспорту. З метою створення туристичної привабливості м. Мукачево, інтеграції у загальноєвропейську веломережу, поліпшення екологічної ситуації та збереження історико-архітектурного спадщини розроблена цільова Програма велосипедної інфраструктури у м. Мукачево.

У 2016 році запропоновано гостям і мешканцям м. Мукачево ще один новітній туристичний продукт – мобільний додаток до смартфонів і планшетів «Мукачево для туристів». Мобільний додаток містить загальну інформацію про м. Мукачево, телефони першої необхідності, інформацію про події та новини, перелік банківських відділень, урядові установи, медичні, освітні, спортивні та розважальні заклади, а також готелі та ресторани. Для оцінки шляхів удосконалення розвитку туризму в м. Мукачево необхідно насамперед проаналізувати взаємозв'язок між стратегічними та операційними цілями та завданнями у контексті розвитку туризму в м. Мукачево для подальшого формування іміджу міста.

Таблиця 2

Розвиток туристичного продукту м. Мукачево

Стратегічні цілі	Операційні цілі	Завдання
1. Розвиток туристичного продукту м. Мукачево	1.1. Підтримка та розвиток наявного туристичного потенціалу м. Мукачево	1.1.1. Підвищення атрактивності (привабливості) природних ресурсів м. Мукачево та околиць 1.1.2. Підвищення атрактивності (привабливості) історико-культурних ресурсів м. Мукачево та околиць 1.1.3. Переорієнтація масових заходів подієвого характеру (івентів) на зовнішнього споживача 1.1.4. Забезпечення екологічної безпеки м. Мукачево та сталого розвитку його туристичної сфери
	1.2. Розвиток нового туристичного продукту м. Мукачево	1.2.1. Розроблення екскурсійних маршрутів різної тематики 1.2.2. Розвиток івентивного туризму 1.2.3. Розвиток ремісництва 1.2.4. Розвиток активного туризму 1.2.5. Розвиток сільського туризму 1.2.6. Розвиток МІСЕ-туризму
	1.3. Розвиток інфраструктури туризму в м. Мукачево	1.3.1. Розвиток транспортної та комунальної інфраструктури 1.3.2. Розвиток інфраструктури проживання та харчування туристів 1.3.3. Розвиток розважальної інфраструктури та інфраструктури івентів
	1.4. Планування рекреаційного простору м. Мукачево	1.4.1. Облаштування внутрішнього простору міста 1.4.2. Розвиток курортно-рекреаційних зон
	1.5. Стимулювання залучення інвестицій до сфери туризму м. Мукачево	1.5.1. Підготовка інвестиційних продуктів у туристичній сфері міста 1.5.2. Формування позитивного інвестиційного іміджу міста

Операційна ціль 1.1. Очікувані результати: Забезпечення такого стану основних ресурсів туризму в м. Мукачево, що зробить їх придатними для туристичного використання в майбутньому. Підвищення атрактивності ресурсів м. Мукачево через облаштування туристичних стоянок, зони відпочинку з дотриманням санітарно-гігієнічних вимог, впорядкування туристичних стежок. Підвищення атрактивності культурно-історичних об'єктів і

пам'яток через реставрацію основних об'єктів показу з дотриманням автентичності та відповідності історичній епосі, збільшення їх пізнавальних можливостей. Підвищення зацікавленості з боку зовнішніх відвідувачів до подієвих заходів (масових свят), що проводяться в м. Мукачево.

Операційна 1.2. Очікувані результати: Урізноманітнення місцевого туристичного продукту за рахунок розширення пропозиції по традиційних для

міста видів туризму (пізнавальний), розвитку нових видів туризму (івентивний, активний), появи нових туристичних активностей (розваг) для туристів. Розроблення нових продуктів за рахунок міських і замських екскурсій, прокладання короткотривалих пішохідних, велосипедних і кінних прогулянково-споглядальних маршрутів у замській зоні міста. Розширення комплексності туристичного продукту м. Мукачево, за рахунок використання можливостей зони замської рекреації, наприклад обслуговування туристів за схемою – екскурсії + активний відпочинок за містом, що забезпечить зростання інтересу до м. Мукачево з боку потенційних відвідувачів, диверсифікації туристичного попиту, поступового збільшення тривалості перебування.

Операційна ціль 1.3. Очікувані результати: Модернізація та розвиток загальної та спеціалізованої інфраструктури туризму м. Мукачево через реконструкцію старих і відкриття нових туристичних об'єктів, підвищення якості надання їх послуг. Реконструкція та капітальний ремонт об'єктів комунальної інфраструктури. Розширення комплексу послуг, що надають заклади розміщення, за рахунок організації екскурсійних, анімаційних, спортивно-

рекреаційних і розважальних програм.

Операційна ціль 1.4. Очікувані результати: Задоволення побутових, рекреаційних і естетичних потреб місцевого населення та відвідувачів м.Мукачево через облаштування його простору, покращення зовнішнього вигляду. Упорядкування та облаштування парків і скверів з урахуванням потреб місцевого населення, потреб відвідувачів (у тому числі з особливими потребами). Облаштування оглядових майданчиків міста. Упорядкування територій навколо об'єктів туристичного показу.

Операційна ціль 1.5. Очікувані результати: поліпшення інвестиційного іміджу і привабливості м. Мукачево; створення сприятливих умов для діяльності інвесторів; підвищення рівня управління інвестиційною діяльністю. Проведення повної інвентаризації земельних ділянок й туристської інфраструктури, представлення інформації про ці об'єкти в єдиному форматі для потенційних інвесторів. Формування англомовної презентації інвестиційних можливостей міста у туристичній сфері. Розповсюдження презентації на спеціалізованих профільних web-ресурсах, міжнародних і національних форумах та виставках.

Таблиця 3

Промування туристичного продукту м. Мукачево на ринках

Стратегічні цілі	Операційні цілі	Завдання
Промування туристичного продукту міста Мукачево на внутрішньому та міжнародному ринках	2.1. Формування іміджу м. Мукачево та його брендінг	2.1.1. Брендінг м. Мукачево 2.1.2. Розвиток іміджу м. Мукачево через залучення відомих особистостей
	2.2. Популяризація туристичного продукту м. Мукачево на внутрішньому та міжнародному ринках	2.2.1. Рекламування туристичного продукту міста традиційними засобами 2.2.2. Робота з пресою та зв'язки з громадськістю 2.2.3. Інтернет-маркетинг м. Мукачево 2.2.4. Маркетинг м. Мукачево у соціальних мережах
	2.3. Формування збутової мережі для туристичного продукту м. Мукачево	2.3.1. Формування механізму включення м. Мукачево до туристичних маршрутів 2.3.2. Забезпечення представлення міста в провідних системах бронювання
	2.4. Розвиток туристичної інформаційної інфраструктури міста	2.4.1. Розвиток системи зовнішнього інформування туристів 2.4.2. Активізація діяльності туристсько-інформаційного центру; 2.4.3. Маркування та знакування туристичних і екскурсійних маршрутів міста

Операційна ціль 2.1. Очікувані результати: Розроблений туристичний імідж м. Мукачево дозволить сформувати у цільових аудиторій низку позитивних асоціацій, підвищить зацікавленість його відвідування. Брендуння міста та окремих складових його туристичного продукту підвищить рівень впізнання міста, допоможе налагодити емоційний зв'язок з відвідувачами. Формування нематеріального туристичного продукту (легенд, міфів тощо) з подальшим використанням його в різноманітних рекламних носіях. Розроблення сукупності туристичних брендів міста та їх складових (логотипів, слоганів тощо) – загальний, пов'язаний із замком «Паланок», кулінарний, спортивний, пов'язаний з розвитком ремісництва. Формування концепції участі

відомих особистостей у розвитку іміджу міста.

Операційна ціль 2.2. Очікувані результати: Підвищення рівня обізнаності цільових аудиторій про туристичні атракції м.Мукачево, забезпечення регулярних згадувань про місто в контексті його туристичної привабливості. Створення та оновлення банку даних матеріалів рекламно-інформаційного характеру про туристичні можливості м. Мукачево, фото- та відео- матеріалів щодо основних принад і туристичних об'єктів міста. Розроблення та виробництво сувенірної продукції з нанесеними елементами бренду міста. Запровадження регулярних промо-турів, семінарів, круглих столів, брифінгів, прес-конференцій із засобами масової інформації для залучення їх до загального процесу маркетингової

підтримки туристичної галузі.

Операційна ціль 2.3. Очікувані результати: Включення м. Мукачево до туристичних маршрутів внутрішнього туризму, зростання чисельності організованих туристів міста, підвищення активності гостей міста в системах бронювання. Проведення інформаційних семінарів про можливості представлення туристичного продукту м. Мукачево в системах бронювання.

Операційна ціль 2.4. Очікувані результати: Підвищення рівня інформаційного забезпечення відвідувачів м. Мукачево, формування атмосфери гостинності. Розроблення стендів з картами з основними туристичними та інфраструктурними об'єктами м. Мукачево. Розміщення табличок і покажчиків на основних туристичних об'єктах міста. Розроблення концепції розвитку туристсько-інформаційного центру.

Таблиця 4

Інституалізація управління туризмом у м. Мукачево

Стратегічні цілі	Операційні цілі	Завдання
3. Інституалізація управління туризмом у м. Мукачево	3.1. Формування ефективної системи управління туризмом у м. Мукачево	3.1.1. Формування організаційної структури управління туризмом в місті 3.1.2. Активізація місцевих ініціатив стосовно розвитку туризму в місті
	3.2. Розбудова партнерських стосунків	3.2.1. Покращення інструментів взаємодії з місцевим бізнесом 3.2.2. Покращення інструментів взаємодії з сусідніми містами

Операційна ціль 3.1. Очікувані результати: Створення організації управління туризмом в м. Мукачево (представництва ТАУ), до складу якої увійдуть представники влади, бізнесу, громадських організацій і місцеві активісти, з метою забезпечення процесу планування розвитку туризму, маркетингу місцевого туристичного продукту, залучення інвестицій та створення сприятливих умов для ведення бізнесу. Забезпечення розробки та впровадження щорічного плану дій (цільової програми) з виконання Стратегії розвитку туризму і відбір проектів за конкурсом. Розроблення міських проектів для участі м. Мукачево у конкурсах проектів на отримання міжнародної технічної допомоги у сфері туризму та суміжних сферах діяльності, які сприятимуть розвитку туризму.

Операційна ціль 3.2. Очікувані результати: Об'єднання зусиль бізнесу та влади в частині створення та просування на внутрішньому та міжнародному ринках туристичного продукту м. Мукачево призведе до синергетичного ефекту, сприятиме розвитку підприємницьких ініціатив. Організація заходів щодо обміну досвідом, розширенню ділових зв'язків і можливостей малого підприємництва в сфері туризму м. Мукачево. Розширення партнерських стосунків з містами-побратимами, українською діаспорою за кордоном.

На сьогодні важливим є підвищення місцевого патріотизму та соціальної активності городян, відновлення та формування традицій гостинності й екологічної культури жителів м. Мукачево, залучення різних соціальних груп населення до проведення культурно-просвітницьких міських заходів. Організація та проведення конкурсів серед молоді на кращу ідею стартапу у сфері обслуговування туризму. Організація та проведення конкурсів серед молоді на

кращу громадську або екологічну ініціативу в сфері туризму. Організація та проведення просвітницьких заходів, спрямованих на підвищення місцевого патріотизму серед молоді. Організація та проведення конкурсів на кращий бренд (у рамках запропонованих концепцій туристичних брендів міста).

ВИСНОВКИ І ПЕРСПЕКТИВИ ПОДАЛЬШИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

Перетворення м. Мукачево в туристичну принаду вимагає пошуку нових, творчих підходів, об'єднання зусиль місцевої влади та суб'єктів туристичної діяльності щодо розробки нових туристичних та екскурсійних маршрутів. Від іміджу м. Мукачево багато в чому залежить процес залучення інвестицій, туристів, реалізація перспективних бізнес-проектів, становище в державі. Необхідне всебічне глибоке вивчення різних аспектів іміджу, які закріплюються в масовій свідомості у вигляді емоційно забарвлених стереотипів, в очах різних референтних груп (населення, бізнесменів, представників державних інститутів, ЗМІ, іноземних громадян тощо).

Необхідним є створення індустрії організації ділових контактів на території «Міста компромісу й успіху» – центр ділових контрактів (ЦДК). У такому ЦДК можуть укладатися угоди, визначатися поставки, виробники можуть презентувати зразки своїх товарів, покупці або їхні представники з різних країн можуть знайти товари, які їх цікавлять, і укласти договори поставки. Місія ЦДК – скорочення відстані між країнами – стає частиною місії м. Мукачево.

Подальшого дослідження потребують питання удосконалення методики оцінки бренду території з позицій конкурентоспроможності.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бондаренко, М. П. Туристичний сектор економіки України: реалії та перспективи / М. П. Бондаренко // Економіка і прогнозування. Науковий журнал; Ін-т екон. та прогнозув. НАН України. – 2011. – № 1. – С. 104-119.

2. Борушак, М. Проблеми формування стратегії розвитку туристичних регіонів: Монографія / М. Борушак. – Львів: ІРД НАН України, 2006. – 288 с.
3. Влащенко, Н. М. Брендинг та просування туристської дестинації на основі транскордонного співробітництва // Економічний форум. Науковий журнал ЛНТУ. – № 3. – 2016. – С. 92-97.
4. Головчан, А. І. Теоретико-методологічні підходи до визначення сутності туристичних дестинацій та управління ними // Торгівля і ринок України: зб. наук. праць – 2009. – № 27. – С. 157-161.
5. Кифяк, В. Ф. Конкурентні переваги перспективного розвитку територіальної рекреаційної системи Карпатського регіону / В. Ф. Кифяк // Формування ринкових відносин в Україні. – 2011. – №1. – С. 199-204.
6. Колесник, О. О. Економічна оцінка туристичної привабливості України / О. О. Колесник // Економіка. Управління. Інновації. – 2010. – №1 (3). – С. 23-29.
7. Матюхін, В. О. Модель стратегії розвитку регіонального туризму / В. О. Матюхін, Я. М. Кашуба, О. В. Кобзєва // Соціально-економічні дослідження в перехідний період. Ресурсне забезпечення інтелектуально-інноваційного розвитку регіону: Зб. наук. пр. Вип.3(65) / НАН України. Львів: Інститут регіональних досліджень НАН України. – 2007. – С. 235-247.
8. Програма розвитку туризму і курортів у Закарпатській області на 2016-2020 роки [Електронний ресурс]: Розпорядження голови державної адміністрації 23.11.2015 № 426. – Режим доступу: www.zakarpat-rada.gov.ua/.
9. Сіренко, К. В. Аналіз туристичного ринку України в сучасних умовах розвитку економіки / К. В. Сіренко // Актуальні проблеми економіки. – 2010. – №12. – С. 70-74.
10. Смирнов, І. Г. Про привабливість та логістичність рекреаційно-туристичних об'єктів та ресурсів (в контексті логістичної моделі сталого розвитку туризму) / І. Г. Смирнов // Географія та туризм. – 2010. – Вип. 4. – С. 106-114.
11. Соскин, И. О. Роль брендинга городов в эпоху перемен / Под общей ред. О. И. Соскина. – К.: Институт трансформации общества, 2012. – 112 с.

REFERENCES

1. Bondarenko, M. P. (2011). Turystychnyj sektor ekonomiky Ukrainy: realii' ta perspektyvy [Tourism sector of Ukraine's economy: realities and prospects]. *Ekonomika i prognozuvannja*, 1, 104-119.
2. Borushhak, M. (2006). Problemy formuvannja strategii' rozvytku turystychnyh regioniv [Problems of forming a strategy for the development of tourist regions]. *L'viv: IRD NAN Ukrainy*, 288.
3. Vlashhenko, N. M. (2016). Brendyng ta prosuvannja turysts'koi' destynacii' na osnovi transkordonnogo spivrobotnyctva [Branding and Promotion of Tourist Destination on the Basis of Cross-Border Cooperation]. *Ekonomichnyj forum*, 3, 92-97.
4. Golovchan, A. I. (2009). Teoretyko-metodologichni pidhody do vyznachennja sutnosti turystychnyh destynacij ta upravlinnja nymy [Theoretical and methodological approaches to the definition of the essence of tourist destinations and their management]. *Torgivlja i rynek Ukrainy*, 27, 157-161.
5. Kyfjak, V. F. (2011). Konkurentni perevagy perspektyvnogo rozvytku terytorial'noi' rekreacijnoi' systemy Karpats'kogo regionu [Competitive advantages of the perspective development of the territorial recreational system of the Carpathian region]. *Formuvannja rynkovyh vidnosyn v Ukraini*, 1, 199-204.
6. Kolesnyk, O. O. (2010). Ekonomichna ocinka turystychnoi' pryvablyvosti Ukrainy [Economic Assessment of Ukraine's Tourism Attraction]. *Ekonomika. Upravlinnja. Innovacii'*, 1 (3), 23-29.
7. Matjuhin, V. O., Kashuba Ja. M., Kobzjeva, O.V. (2007). Model' strategii' rozvytku regional'nogo turizmu. Social'no-ekonomichni doslidzhennja v perehidnyj period [Model of strategy for the development of regional tourism]. *Resursne zabezpechennja intelektual'no-innovacijnogo rozvytku regionu*. *L'viv: Instytut regional'nyh doslidzen' NAN Ukrainy*, 235-247.
8. Programa rozvytku turizmu i kurortiv u Zakarpats'kij oblasti na 2016-2020 roky. Retrieved from www.zakarpat-rada.gov.ua/.
9. Sirenko, K. V. (2010). Analiz turystychnogo rynku Ukrainy v suchasnyh umovah rozvytku ekonomiky [Analysis of the tourist market of Ukraine in the current conditions of economic development]. *Aktual'ni problemy ekonomiky*, 12, 70-74.
10. Smyrnov, I. G. (2010). Pro pryvablyvist' ta logistychnist' rekreacijno-turystychnyh ob'ektiv ta resursiv (v konteksti logistychnoi' modeli stalogo rozvytku turizmu) [About the attractiveness and logistics of recreational and tourist objects and resources (in the context of the logistic model of sustainable tourism development)]. *Geografija ta turizm*, 4, 106-114.
11. Soskyn, Y. O. (2012). Rol' brendynga gorodov v epohu peremen [The role of branding of cities in the era of change]. *Kyi'v: Ynstitut transformacyi obshhestva*, 112.

Папп Василий Васильевич, Лужанская Татьяна Юрьевна, Бошота Неля Васильевна. БРЕНД ТЕРРИТОРИИ ГОРОДА В КОНТЕКСТЕ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ СФЕРОЮ ТУРИЗМА

Актуальность темы исследования обусловлена комплексным подходом к оценке бренда территории города с позиций стратегического управления туризмом. Сейчас, в условиях растущей конкуренции, необходимо определить потенциальную туристическую привлекательность города, создание благоприятного организационно-правовой и экономической среды для развития данной отрасли. Целью исследования является

определение основных подходов к оценке туристического бренда города Мукачево. Для получения результатов исследования использованы общетеоретические и специальные методы экономического исследования: исторический, анализа и синтеза, статистико-экономический, абстрактно-логический, прогнозно-аналитический и другие. В статье рассмотрены вопросы развития туристической дестинации для оценки брендинга города с помощью метода итерации, SWOT-анализа определены программно-целевые аспекты управления сферой туризма города Мукачево; проанализировано формирование бренда города Мукачево с позиций совокупности основных ценностей; оценен взаимосвязь между стратегическими, операционными целями и задачами в контексте развития туризма в города Мукачево для дальнейшего формирования имиджа города. Предложено меры по активизации развития туризма на территории города Мукачево. Это позволило определить ожидаемые результаты от реализации стратегии развития туризма города Мукачево на перспективу. Определено, что стратегической целью развития туризма в г. Мукачево является создание благоприятного организационно-правовой и экономической среды для развития этой отрасли, формирование конкурентоспособного отечественного туристического продукта на основании эффективного использования природного и историко-культурного потенциала, обеспечения социально-экономических интересов и экологической безопасности. Именно поэтому даны практические предложения по формированию предпринимательской деятельности в сфере туризма города Мукачево. Это позволит усилить интеграционную оценку туристического потенциала города Мукачево по вопросам продвижения бренда территории. Дальнейшего исследования требуют вопросы совершенствования методики оценки бренда территории с позиций конкурентоспособности.

Ключевые слова: туристская дестинации, бренд территории, бренд города, стратегические цели, операционные цели, инвестиционный имидж, привлекательность территории.

Papp Vasyl V., Luzhanska Tetyana Yu., Bochota Nelja V. THE BRAND OF THE TOWN TERRITORY IN THE CONTEXT OF STRATEGIC MANAGEMENT OF THE TOURISM SPHERE

The relevance of the research topic is due to the comprehensive approach to assessing the brand of the town's territory from the point of view of strategic tourism management. Nowadays, in the face of growing competition, it is necessary to determine the potential tourist attractiveness of the town, creating a favorable organizational, legal and economic environment for the development of this industry. The purpose of the study is to determine the main approaches to the assessment of the tourist brand in the town Mukachevo. To obtain the results of the study, the general theoretical and special methods of economic research have been used: historical, analysis and synthesis, statistical-economic, abstract-logical, forecast-analytical and others. The issues of development of tourist destination with the aim of assessing town branding have been considered in the article; with the help of the iteration method, SWOT-analysis, the program-target aspects of tourism management in the town Mukachevo have been determined; the formation of the brand of the town Mukachevo from the point of view of the set of basic values has been analyzed; the relationship between strategic, operational goals and tasks in the context of tourism development in the town Mukachevo have been assessed for further development of the town's image. Measures to increase tourism development in the town Mukachevo have been proposed. This made it possible to determine the expected results from the implementation of the tourism development strategy of the town Mukachevo for the future. That is why practical suggestions for business development in the tourism sector of Mukachevo town have been provided. This will strengthen the integration assessment of the tourist potential of the town Mukachevo on the promotion of the brand territory. Further research needs improving the methodology of brand rating of the territory from the point of view of competitiveness.

Key words: tourist destination, brand of territory, city brand, strategic goals, operational objectives, investment image, attractiveness of the territory.

Одержано 09.10.2017 р.