

DOI : 10.33274/2079-4819-2023-79-2-23-31

JEL : L 83, R 22

УДК 332.122:379.84

Лохман Н. В.,
д-р екон. наук,
доцент

Донецький національний університет економіки і
торгівлі імені Михайла Туган-Барановського,
м. Кривий Ріг, Україна,
e-mail: lokhman@donnuet.edu.ua

Берідзе Т. М.,
д-р екон. наук,
доцент

Криворізький національний університет,
вул. Віталія Матусевича, 11, м. Кривий Ріг, Україна
e-mail: beridzet2016@gmail.com

Баранник З. П.,
д-р екон. наук,
професор

Київський національний економічний університет
імені Вадима Гетьмана,
м. Київ, Україна.
e-mail: beridzet2016@gmail.com

Барабанова В.В.,
канд. екон. наук,
доцент

Донецький національний університет економіки і
торгівлі імені Михайла Туган-Барановського,
м. Кривий Ріг, Україна,
e-mail: barabanova@donnuet.edu.ua

ПРОСУВАННЯ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ ЗАКАРПАТТЯ ЯК АКТИВАТОР РОЗВИТКУ РЕГІОНУ

UDC 332.122:379.84

Lokhman N. V.,
Doctor of Economic Sciences,
Associate Professor

Mykhailo Tuhun-Baranovskyi Donetsk National
University of Economics and Trade,
Kryvyi Rih, Ukraine,
e-mail: lokhman@donnuet.edu.ua

Beridze T. M.,
Doctor of Economic Sciences,
Associate Professor

Kryvyi Rih National University,
Kryvyi Rih, Ukraine,
e-mail: beridzet2016@gmail.com

Barannyk Z. P.,
Doctor of Economic Sciences,
Professor

Kyiv National Economic University named after
Vadym Hetman,
Kyiv, Ukraine,
e-mail: beridzet2016@gmail.com

Barabanova V. V.,
PhD in Economic Sciences,
Associate Professor

Mykhailo Tuhun-Baranovskyi Donetsk National
University of Economics and Trade,
Kryvyi Rih, Ukraine,
e-mail: barabanova@donnuet.edu.ua

PROMOTION OF TRANSCARPATHIAN TOURISM SERVICES AS AN ACTIVATOR OF THE REGION'S DEVELOPMENT

Мета. Визначити значення, напрямки та наслідки просування туристичних послуг Закарпаття як активатора розвитку регіону.

Методи. У процесі дослідження використано такі методи та прийоми пізнання: теоретичне узагальнення і порівняння, аналіз і синтез, індукція та дедукція, узагальнення та систематизація.

Результати. У статті представлено значення просування туристичних послуг Закарпаття як активатора розвитку регіону, яке полягає в тому, що без нього, туристичні послуги регіону не зможуть вийти на належний рівень розвитку і отримати конкурентоспроможню

позицію, що для зазначеного регіону передбачає втрату економічних та соціальних можливостей використання природно-рекреаційних можливостей та ресурсного потенціалу (для Закарпатської області туризм є галуззю стратегічного значення, про що свідчить реалізація стратегічних цілей, передбачених відповідною стратегією соціально-економічного розвитку області); охарактеризовані конкретні напрямки активізації просування туристичних послуг Закарпаття, які представлені як реалізація завдань (просвітницька діяльність та науково-освітнє забезпечення розвитку туризму та діяльності курортів, популяризація туристичного потенціалу Закарпаття) «Програми розвитку туризму і курортів у Закарпатській області на 2021 – 2023 роки»; визначені наслідки реалізації зазначених заходів щодо просування туристичних послуг Закарпаття як ті, що сприяють розвитку туристичної галузі, та її інфраструктури, яка охоплює готельно-ресторанну, транспортну, торговельну, розважальну і інші сфери господарської діяльності регіону.

Ключові слова: просування туристичних послуг, розвиток регіону, Закарпаття, туристична галузь, програма розвитку.

Постановка проблеми. Туризм є однією з високорентабельних галузей економіки, яка найдинамічніше розвивається та виступає в числі найважливіших чинників соціально-культурного прогресу, що сприяє підвищенню рівня й якості життя населення багатьох країн світу. Спектр виконуваних функцій туризму дозволяє використовувати його як дієвий інструмент стимулювання соціально-економічного зростання окремих регіонів [1].

Для Закарпатської області туризм є галуззю стратегічного значення, про що свідчить реалізація стратегічних цілей, передбачених відповідною стратегією соціально-економічного розвитку області [2]. Ефективне просування туристичних послуг має забезпечити розвиток регіону в сучасних умовах.

Аналіз останніх досліджень. Теоретичні аспекти понять просування туристичних послуг, просування туристичних послуг регіону та характеристики інструментів просування туристичних послуг на рівні регіона розглядаються рядом авторів (Грошова О., Семак Б., Глушко В., Ковальчук О., Петлін І., Проскура В., Максютова О. та інші), однак погляди на питання щодо впливу просування туристичних послуг на розвиток регіону є неоднозначними.

Просування туристичних послуг сьогодні розглядається вченими як найважливіше завдання маркетингу [3].

В свою чергу, маркетинг туристичних послуг регіону визначається як напрям регіональної стратегії розвитку, в рамках якого на основі співпраці влади, бізнесу та громадськості визначаються цільові групи туристів, встановлюються з ними комунікації.

В рамках зазначеного підходу можливо відмітити особливості просування туристичних послуг. На думку Семак Б.Б. ці особливості

полягають «у значній специфіці, адже просувається здебільшого не одна, а цілий комплекс взаємопов'язаних послуг, від екскурсій та проживання у готелях і до покупки квитків на літак та страхування учасників подорожі» [4].

Автори Антоненко І.Я., Михайліченко Г.І. пропонують розглядати просування туристичних послуг як елемент збуту, а саме: «Просування туристичних послуг – одна зі складових збуту туристичного продукту, до якого також входять визначення форм і каналів збуту та розподіл продукту» [5].

Інша точка зору щодо визначення просування туристичних послуг, яка характеризує просування як елемент комунікаційної політики, представлена Глушко В., який під просуванням туристичних послуг розуміє не лише систему маркетингових комунікацій (рекламу, PR, інтернет-маркетинг, стимулювання збуту, прямий маркетинг тощо), спрямованих безпосередньо на споживача, а й комплекс заходів, розроблених туристичним підприємством та направлених на суб'єкти туристичного бізнесу для формування його конкурентних переваг поміж інших туристичних підприємств (підтримка у процесі збуту, підвищена винагорода, пільгові умови співпраці тощо)» [6].

Заячківська Г. А. розглядає просування вітчизняних туристичних послуг на ринки шляхом визначення пріоритетних туристичних регіонів і продуктів, формування стратегій просування туристичних продуктів регіонів, їх реалізації на міжнародних ринках, що сприятиме динамічному розвитку та нарощенню конкурентоспроможності вітчизняних туристичних підприємств [7]. Отже, в даному випадку має місце стратегічне розуміння просування туристичних послуг.

Ми вважаємо, що просування туристичних послуг необхідно розглядати як елемент маркетингової комунікаційної політики, який вимагає

прийняття стратегічних рішень на рівні регіонів і має забезпечити сталий розвиток регіону.

Мета статті. Визначення значення, напрямків та наслідків просування туристичних послуг Закарпаття як активатора розвитку регіону.

Виклад основного матеріалу досліджень. Особливість економічно-географічного розташування, розвинута транспортна мережа, сприятливі природно-кліматичні умови, наявність пам'яток природи, історії та культури створюють сприятливі умови для формування на Закарпатті високорентабельної туристично-рекреаційної сфери [1].

Закарпаття в структурі рекреаційно-туристичних комплексів регіонів України має ряд конкурентних переваг, оскільки єдина з областей країни, яка межує з чотирма державами Карпатського Євросередині: Польщею, Словаччиною, Угорщиною, Румунією. Саме вигідне гео економічне та геополітичне розташування, багатий природно-ресурсний потенціал, самобутня культура багатонаціональних народів краю сприяє збільшенню внутрішніх туристичних потоків та туристичних потоків з ближнього зарубіжжя [8] (рисуюнок 1).

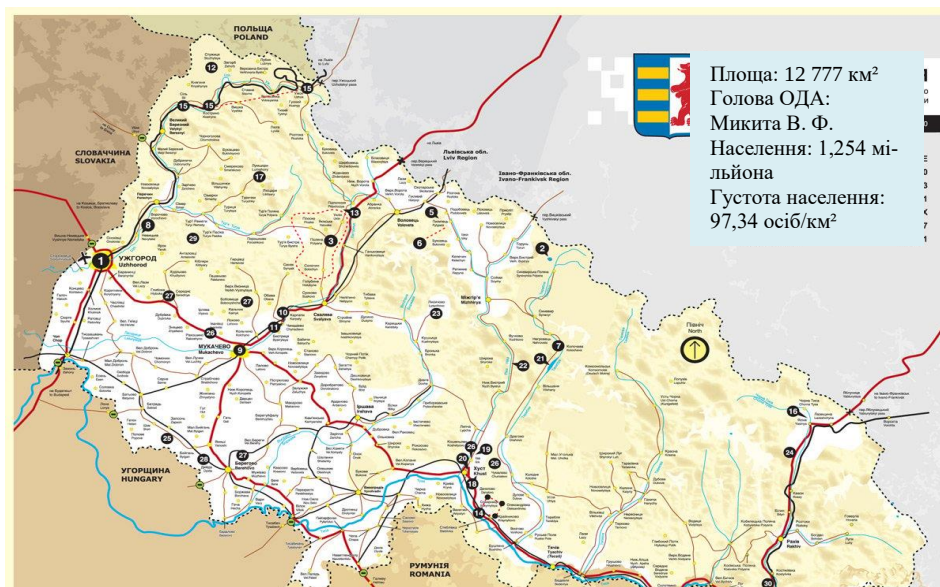


Рис. 1. Геополітичне розташування Закарпаття [9]

В регіоні розвинуті майже всі види рекреаційної діяльності: від санаторно-курортного лікування до активного відпочинку і різних видів туризму, що здійснюються практично протягом цілого року.

Забезпечення розвитку Закарпаття за рахунок активізації туристичних послуг – складна, багатогранна проблема. Вирішення цієї проблеми залежить як від природно-рекреаційних можливостей та ресурсного потенціалу регіону так і від зусиль з просування туристичних послуг як з боку туристичних підприємств, так і з боку місцевої громади.

Існує ряд недоліків, які гальмують розвиток туристичних послуг закарпатського регіону, а саме: високий ступінь зношеності і низька якість більшої частини об'єктів розміщення; нестача кваліфікованих кадрів і неконкурентоспроможна якість сервісу, а

також незначна популярність туристичних об'єктів і відсутність системи просування.

В рамках даних досліджень, просування туристичних послуг виступає активатором, який забезпечує розвиток регіона. Значення просування туристичних послуг Закарпаття як активатора розвитку регіону полягає в тому, що без якісного просування, регіональні туристичні послуги не зможуть вийти на належний рівень розвитку і отримати конкурентоспроможну позицію, що для зазначеного регіону передбачає втрату економічних та соціальних можливостей використання природно-рекреаційних можливостей та ресурсного потенціалу. Просування туристичних послуг - це один із самих складних та важливих етапів діяльності на туристичному ринку [10].

Але для успішного просування туристичних послуг повинні бути забезпечені такі попередні заходи і умови: розроблення цікавих турів, підкріплених низкою послуг; організація продажу турпродукту з урахуванням особливостей туристичного ринку; пошук нових можливостей, розроблення нових туристичних пропозицій; оновлення турпродукту через удосконалення послуг, урахування моди, ринкових тенденцій; врахування співвідношення «ціна-якість» турпродукту; збільшення частки ринку через покращення якості туристичних послуг та залучення кваліфікованих працівників; залучення інвестицій; розширення турпродуктного ряду; маркетингова і рекламна стратегії і ін. [11].

Щодо конкретних напрямків активізації просування туристичних послуг Закарпаття, то на рівні місцевої громади був прийнятий нормативний документ «Програма розвитку туризму і курортів у Закарпатській області на 2021 – 2023 роки» [12], який передбачає реалізацію напрямів просування туристичних послуг Закарпаття як активатора розвитку регіону через вирішення низки завдань (таблиця 1).

Як видно з таблиці 1, на регіональному рівні вирішуються конкретні завдання щодо просування туристичних послуг Закарпаття за допомогою таких інструментів як участь у виставках, форумах, конференціях, PR (випуск інформаційних видань та фільмів про туристично-рекреаційну індустрію області), формування туристичного бренду (іміджу регіону), залучення і підготовка кадрів для організації туристичних послуг.

В рамках реалізації зазначеної Програми з метою популяризації туристичного потенціалу Закарпатської області, постійно оновлюється офіційний туристично-інформаційний портал «Вітаємо на Закарпатті». Також, виготовлено відеоролики про іміджеві туристичні продукти Закарпаття англійською та українською мовами, а саме: «Драйове Закарпаття», «Історико-архітектурне Закарпаття», «Туристична Тячівщина». Крім цього, на території області нараховується 25 туристично-інформаційних центрів, які надають інформацію щодо наявного туристично-рекреаційного потенціалу Закарпаття [13].

За для представлення туристичного

потенціалу та покращення туристичного іміджу області на вітчизняному та міжнародному туристичних ринках представники облдержадміністрації спільно з представниками структурних підрозділів з питань розвитку туризму райдержадміністрацій (міськвиконкомів), об'єднаних територіальних громад та суб'єктами туристичної діяльності у 2020р. взяли участь у наступних спеціалізованих заходах: Міжнародній виставці туристичних можливостей у регіоні «Regiontour» (січень, м. Брно, Чеська Республіка); туристичній виставці-ярмарку «Infotour&cykloturistika» (березень, м. Градец Кралове, Чеська Республіка); 25-й Міжнародній туристичній виставці UITT «Україна – Подорожі та туризм» (березень, м. Київ); українсько-польських Днях Добросусідства (травень та серпень, с. Лубня Великоберезнянський район); словацько-українських Днях Добросусідства (травень, с. Убля Словацька Республіка); XXVII Міжнародній виставці-ярмарку «TT Warshawa» (листопад, м. Варшава, Республіка Польща) та ін. [13].

Для залучення більшої кількості туристів в регіоні проводиться велика кількість гастрономічних і культурних фестивалів та свят: «Червоне вино» (м. Мукачево), «Огінь і м'ясо» (м. Мукачево), «Фестиваль Бограчу» (с. Косино, Берегівський р-н), «Гуцульська бриндзя» (м. Рахів), «Угочанська лоза» (м. Виноградів), «Берлибашський бануш» (с. Костилівка, Рахівський р-н), Закарпатський фестиваль пряників (м. Ужгород), «Срібний Татош 2017» (с. Чинадієво, Мукачівський р-н), Історична реконструкція весілля Ілони Зріні і Імре Текелі (замок «Паланок, м.Мукачево), Свято меду (м. Мукачево), Парад наречених (м. Ужгород) тощо [1].

Важливо звернути увагу на той факт, що заходи з просування в туристичному бізнесі спрямовуються не тільки на існуючих та потенційних споживачів, але й на виробників туристичних послуг, спеціалізованих посередників (турагентів, туроператорів, перевізників), а також на інші важливі контактні аудиторії, які функціонують на туристичному ринку (регулятори - органи державної влади, засоби масової інформації, інвестиційні та страхові компанії, громадські організації тощо) [4].

Деякі завдання розвитку Закарпатської області у сфері туризму та подорожей
(складено авторами на основі [12])

Завдання	Зміст завдання	Очікуваний результат від реалізації завдання
Просвітницька діяльність та науково-освітнє забезпечення розвитку туризму та діяльності курортів	Формування сучасного ефективного конкурентоспроможного професійного управлінського, кадрового та педагогічного потенціалу	Забезпечення сфери туризму і діяльності курортів кваліфікованими кадрами, підвищення якості обслуговування туристів
	Обмін кращими практиками туристичної діяльності, у тому числі з питань сталого туризму, під час проведення науково-практичних конференцій, семінарів, засідань за круглим столом та інших заходів	Вивчення досвіду розвитку туристичної сфери на прикладі інших регіонів України та країн, вирішення нагальних проблем туристично-рекреаційної галузі
	Розроблення нових туристично-екскурсійних маршрутів для учнівської та студентської молоді, національно-патріотичне виховання дітей та молоді засобами туристично-краєзнавчої та екскурсійної роботи	Поліпшення виховної роботи, виховання у молоді почуття патріотизму, любові до рідного краю та розвиток сталого туризму
	Розроблення науково-обґрунтованих концепцій та програм регіонального розвитку перспективних туристично-рекреаційних територій	Підготовка локальних інвестиційних проектів у туристичній сфері, забезпечення збереження та раціонального використання цінних рекреаційних ресурсів області
	Удосконалення системи підготовки кадрів для сфери туризму та діяльності курортів	Забезпечення сфери туризму і діяльності курортів кваліфікованими кадрами, підвищення якості обслуговування туристів
Популяризація туристичного потенціалу Закарпаття	Презентація області як туристичного регіону на національному та міжнародному рівнях через участь у виставках, форумах, конференціях, засіданнях за круглим столом, семінарах, днях добросусідства	Формування сприятливого туристичного іміджу, розширення географії туристичних потоків в область, активізація туристичного бізнесу в регіоні
	Створення умов для формування області як центру міжнародного туризму в Україні	Підтримка і консолідація профільної виставкової діяльності, створення на регіональному туристичному ринку однієї з найбільших національних туристичних виставок, розширення географії туристичних потоків в область, активізація туристичного бізнесу в регіоні
	Випуск інформаційних видань та відеофільмів про туристично-рекреаційну індустрію області тощо	Поліпшення туристичного іміджу області, збільшення туристичних потоків, збільшення відрахувань до бюджетів усіх рівнів
	Розроблення та виготовлення туристичної презентаційно-довідкової та сувенірної продукції з туристичним логотипом Закарпаття	Поліпшення туристичного іміджу області, збільшення туристичних потоків

Наслідками реалізації представлених заходів просування туристичних послуг Закарпаття є те, що вони сприяють розвитку туристичної галузі, та її інфраструктури, яка охоплює готельно-ресторанну, транспортну, торговельну, розважальну і інші сфери господарської діяльності регіону. Отже, туристична галузь забезпечує підвищення рівня зайнятості, збереження і розвиток культурного потенціалу, збереження екологічно безпечного навколишнього природного середовища, а також сприяє гармонізації відносин між різними країнами і регіонами [12].

Цей факт підтверджують очікування підприємств сфери послуг Закарпаття щодо перспектив розвитку їх ділової активності: у IV кварталі 2023р. індикатор ділової впевненості у сфері послуг підвищився порівняно із III кварталом 2023р. на 0,9 в.п. [14].

Висновки. Просування туристичних послуг слід вважати одним із пріоритетних

завдань, які стоять як перед туристичними підприємствами та підприємствами туристичної інфраструктури, так і перед місцевими органами влади туристичних компаній. Виконання цих завдань з боку Закарпатської державної обласної адміністрації передбачає реалізацію «Програми розвитку туризму і курортів у Закарпатській області на 2021 – 2023 роки» і спрямовані на просвітницьку діяльність та науково-освітнє забезпечення розвитку туризму та діяльності курортів і популяризацію туристичного потенціалу Закарпаття. Результатом реалізації зазначених завдань має стати покращення соціально-економічних показників розвитку регіону і створення привабливого туристичного бренду Закарпаття.

Перспективами подальших досліджень є визначення детермінаційних зв'язків між показниками розвитку туристичних послуг та показниками розвитку регіону в цілому.

Список літератури

1. Проскура В. Ф., Максютінова О. В. Актуальні проблеми розвитку туристично-рекреаційного комплексу регіону. *Науковий вісник Мукачівського державного університету. Серія Економіка*. 2018. Вип. 1(9). С. 131-136.
2. Гринькевич О. С., Біль М. М. Удосконалення оцінки конкурентоспроможності туристичного продукту регіону. *Регіональна економіка*. 2009. № 4. С. 40-46.
3. Грошова О., Атаманюк Д. Шляхи просування туристичного продукту на ринку. *Проблеми активізації рекреаційно-оздоровчої діяльності населення : зб. матеріалів XIII Міжнародної науково-практичної конференції (7–8 жовтня 2022 року, м. Львів)*. Львів : ЛДУФК ім. Івана Боберського, 2022. 288 с. С. 211 - 215.
4. Семак Б. Б. Просування туристичних послуг як ключовий маркетинговий інструмент стимулювання попиту на них. *Матеріали I Міжнар. наук.-практ. конф. «Сталий розвиток туризму на засадах партнерства: освіта, наука, практика» (м. Львів, 31 жовтня - 1 листопада 2018 р.)*. Львів: ЛТЕУ, 2018. 342 с. С. 17-20. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/semak.htm.
5. Антоненко І.Я., Михайліченко Г.І. Логістична стратегія як управлінська інновація завдань, які стоять як перед туристичними підприємствами та підприємствами туристичної інфраструктури, так і перед місцевими органами влади туристичних компаній. Виконання цих завдань з боку Закарпатської державної обласної адміністрації передбачає реалізацію «Програми розвитку туризму і курортів у Закарпатській області на 2021 – 2023 роки» і спрямовані на просвітницьку діяльність та науково-освітнє забезпечення розвитку туризму та діяльності курортів і популяризацію туристичного потенціалу Закарпаття. Результатом реалізації зазначених завдань має стати покращення соціально-економічних показників розвитку регіону і створення привабливого туристичного бренду Закарпаття.
6. Глушко В. Просування туристичних послуг. *Зовнішня торгівля: економіка, фінанси, право*. 2018. № 1. С. 86-96.
7. Заячківська Г.А. Ринок міжнародних туристичних послуг: конструювання категорії та класифікація. *Інноваційна економіка*. 2015. № 1 (56). С. 153-157.
8. Габчак Н.Ф. Основні тенденції в'їзного туристичного потоку до Закарпаття. *Збірник наукових праць Військового інституту Київського національного університету ім. Т. Шевченка*. 2014. Вип. 45. С. 279-284. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/gabchak3.htm.
9. ТОП-30 туристичних «родзинок» Закарпаття (карта). URL: https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Fzak.depo.ua%2Fukr%2Fzak%2Ftop-30-turistichnih-rodzinok-zakarpattya-karta--16012016100300&psig=AOvVaw2Gej0QbbUg0_mx-mjIF97Y&ust=1704790524296000&source=images&cd=vfe&ved=0CBEQjRxqFwoTCKDm0961zYMDFQAAAAAdAAAAABAE.
10. Ковальчук О.А. Інструменти просування регіонального туристичного бренду. *Бізнес, інновації, менеджмент: проблеми та*

перспективи: зб. тез доп. I Міжнародної наук.- практ. конф., 23 квіт. 2020 р. Київ : КПП ім. Ігоря Сікорського, Вид-во «Політехніка», 2020. 232 с. С. 118-120.

11. Петлін І.В. Формування, структура туристичного продукту карпатського регіону та просування його на ринку. *Науковий вісник Національного лісотехнічного університету України*. 2008. Вип. 18.1. С. 194-200.

12. Програма розвитку туризму і курортів у Закарпатській області на 2021 – 2023 роки. URL: [https://oda.carpathia.gov.ua/dokument/pro-](https://oda.carpathia.gov.ua/dokument/pro-programu-rozvytku-turyzmu-i-kurortiv-u-zakarpatskiy-oblasti-na-2021-2023-roky)

[programu-rozvytku-turyzmu-i-kurortiv-u-zakarpatskiy-oblasti-na-2021-2023-roky](https://oda.carpathia.gov.ua/dokument/pro-programu-rozvytku-turyzmu-i-kurortiv-u-zakarpatskiy-oblasti-na-2021-2023-roky).

13. Туристична галузь – це потужний чинник розвитку області. URL: <https://zakarpattya.gov.ua/zakarpattya/infrastruktura/turyzm-i-rekreatsiya/>

14. Очікування підприємств сфери послуг у IV кварталі 2023 року щодо перспектив розвитку їх ділової активності. URL: https://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2015/fin/rp/arj_tpprda_2021.htm.

References

1. Proskura, V. F. & Maksyutova, O. V. (2018). *Aktualni problemy rozvytku turystychno-rekreatsiynoho kompleksu rehionu* [Actual problems of the development of the tourist and recreational complex of the region]. *Naukovyi visnyk Mukachivskoho derzhavnoho universytetu. Seriya Ekonomika* [Scientific Bulletin of Mukachevo State University. Series: Economics], no. 1(9), pp.131-136.

2. Hrynkevych, O. S. & Bil, M. M. (2009). *Udoskonalennia otsinky konkurentospromozhnosti turystychnoho produktu rehionu* [Improving the assessment of the competitiveness of the region's tourist product]. *Rehionalna ekonomika* [Regional economy], no. 4, pp. 40-46.

3. Hroshova, O. & Atamaniuk, D. (2022). *Shliakhy prosuvannia turystychnoho produktu na rynku* [Ways of promoting a tourist product on the market]. *Problemy aktyvizatsii rekreatsiino-ozdorovchoi dialnosti naseleennia: zbirnyk materialiv XIII Mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii* [Problems of intensification of recreational and health activities of the population: proceedings of the XIII International Scientific and Practical Conference]. Lviv, Ivan Bobersky Lviv State University of Physical Education and Sports Publ., pp. 211-215.

4. Semak, B. B. (2018). *Prosvannia turystychnykh posluh yak kliuchovyi marketynhovyi instrument stymuliuvannia popytu na nykh* [Promotion of tourist services as a key marketing tool for stimulating demand for them]. *Materialy I mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii «Stalyi rozvytok turyzmu na zasadakh partnerstva: osvita, nauka, praktyka»* [Proceedings of the 1st international

scientific and practical conference "Sustainable development of tourism on the basis of partnership: education, science, practice"]. Lviv, LTEU Publ., pp. 17-20. Available at: https://tourlib.net/statti_ukr/semak.htm.

5. Antonenko, I. Ya. & Mykhailichenko, H. I. (2011). *Lohistychna stratehiia yak upravlianska innovatsiia v industrii turyzmu* [Logistics strategy as a managerial innovation in the tourism industry]. *Visnyk natsionalnoho universytetu «Lvivska politekhnika»* [Bulletin of the Lviv Polytechnic National University], no. 714, pp. 281-291.

6. Hlushko, V. (2018). *Prosvannia turystychnykh posluh* [Promotion of tourism services]. *Zovnishnia torhivlia: ekonomika, finansy, pravo* [Foreign trade: economy, finance, law], no. 1, pp. 86-96.

7. Zaiachkovska, H. A. (2015). *Rynok mizhnarodnykh turystychnykh posluh: konstruiuvannia katehorii ta klasyfikatsiia* [Market of international tourist services: category construction and classification]. *Innovatsiina ekonomika* [Innovative economy], no. 1(56), pp. 153-157.

8. Habchak, N. F. (2014). *Osnovni tendentsii viiznoho turystychnoho potoku do Zakarpattia* [The main trends of the inbound tourist flow to Transcarpathia]. *Zbirnyk naukovykh prats Viiskovoho instytutu Kyivskoho natsionalnoho universytetu im. T. Shevchenka* [Collection of scientific works of the Military Institute of Taras Shevchenko National University of Kyiv], no. 45, pp. 279-284. Available at: https://tourlib.net/statti_ukr/gabchak3.htm.

9. *TOP-30 turystychnykh «rodzynok» Zakarpattia (karta)* [TOP-30 tourist highlights Zakarpattia (karta)]

of Transcarpathia (map)] Available at: https://www.google.com/url?sa=i&url=https%3A%2F%2Fzak.depo.ua%2Fukr%2Fzak%2Ftop-30-turistichnih-rodzinok-zakarpattya-karta--16012016100300&psig=AOvVaw2Gej0QbbUg0_mx-mjIF97Y&ust=1704790524296000&source=images&cd=vfe&ved=0CBEQjRxqFwoTCKDm0961zYMDFQAAAAAdAAAAABAE.

10. Kovalchuk, O. A. (2020). *Instrumenty prosvannia rehionalnoho turystychnoho brendu* [Tools for promoting the regional tourism brand]. *Biznes, innovatsii, menedzhment: problemy ta perspektyvy: zb. tez dop. I Mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii, 23 kvitnia 2020 roku* [Business, innovations, management: problems and prospects: proceedings of 1st International Scientific and Practical Conference, April 23, 2020]. Kyiv, Igor Sikorsky Kyiv Polytechnic Institute Publ., 2020. 232 p. P. 118-120.

11. Petlin, I. V. (2008). *Formuvannia, struktura turystychnoho produktu karpatskoho rehionu ta prosvannia yoho na rynku* [Formation, structure of the tourist product of the Carpathian region and its promotion on the

market]. *Naukovyi visnyk Natsionalnoho lisotekhnichnoho universytetu Ukrainy* [Scientific bulletin of the National Forestry University of Ukraine], no. 18.1, pp. 194-200.

12. *Prohrama rozvytku turyzmu i kurortiv u Zakarpatskii oblasti na 2021 – 2023 roky* [The program for the development of tourism and resorts in Zakarpattia Oblast for 2021-2023] Available at: <https://oda.carpathia.gov.ua/dokument/pro-programu-rozvytku-turyzmu-i-kurortiv-u-zakarpatskiy-oblasti-na-2021-2023-roky>.

13. *Turystychna haluz – tse potuzhnyi chynnyk rozvytku oblasti* [The tourism industry is a powerful factor in the development of the region] Available at: <https://zakarpata.gov.ua/zakarpattya/infrastruktura/turyzm-i-rekreatsiya/>

14. *Ochikuvannia pidpriemstv sfery posluh u IV kvartali 2023 roku shchodo perspektyv rozvytku yikh dilovoi aktyvnosti* [Expectations of service sector enterprises in the IV quarter of 2023 regarding the prospects for the development of their business activity] Available at: https://www.ukrstat.gov.ua/operativ/operativ2015/fin/rp/arj_tpprda_2021.htm.

Objective. The objective of the article is to determine the significance, directions and consequences of the promotion of tourism services in Transcarpathia as an activator of the region's development.

Methods. The following methods and techniques of cognition are used in the research process: theoretical generalization and comparison, analysis and synthesis, induction and deduction, generalization and systematization.

Results. The importance of promoting tourism services in Transcarpathia as an activator of regional development lies in the fact that without high-quality promotion, regional tourism services will not be able to reach the appropriate level of development and gain a competitive position, which for this region implies the loss of economic and social opportunities to use natural and recreational opportunities and resource potential.

Promotion of tourism services is one of the most difficult and important stages of activity in the tourism market. For the successful promotion of tourism services, the following preliminary activities and conditions must be ensured: development of interesting tours, supported by a number of services; organizing the sale of tourism products taking into account the characteristics of the tourism market; searching for new opportunities, developing new tourism offers; updating the tourism product by improving services, taking into account fashion, market trends; taking into account the price-quality ratio of tourism products; increasing market share by improving product quality and attracting qualified employees; attracting investments; expansion of the tourism product range; marketing and advertising strategies, etc.

As for specific areas for intensifying the promotion of tourism services in Transcarpathia, at the regional level a regulatory document “Program for the development of tourism and resorts in the Transcarpathia region for 2021 – 2023” was adopted, providing for the implementation of directions for promoting tourism services in Transcarpathia as an activator of the development of the region through solving a number of problems. At the regional level, specific tasks are solved to promote

tourism services in Transcarpathia with the help of such tools as participation in exhibitions, forums, conferences, PR (production of information publications and films about the tourism and recreational industry of the region), formation of a tourism brand (image of the region), attraction and preparation personnel for organizing tourism services.

The consequences of the implementation of the presented directions for promoting tourism services in Transcarpathia is that they contribute to the development of the tourism industry and its infrastructure, which covers hotel, restaurant, transport, trade, entertainment and other areas of economic activity in the region. The tourism industry ensures an increase in employment levels, the preservation and development of cultural potential, the preservation of an environmentally friendly natural environment, and also contributes to the harmonization of relations between different countries and regions.

Key words: *promotion of tourist services, development of the region, Transcarpathia, tourism industry, development program.*

Надійшла до редакції: 06.12.2023