

залежностей для кожного показника, а також дозволяє сформулювати принципи визначення переваги моделі.

Список використаних джерел

1. Балашова Р. Методичні засади аналізу та прогнозування ринку туристичних послуг в Україні з використанням математичного моделювання / Р. Балашова, Л. Івченко // Економіка. - 2011. - №3(110). – С.3 - 9.

2. Барна М.Ю., Миронов Ю.Б. Економетричне моделювання динаміки туристичних потоків / М.Ю.Барна, Ю.Б.Миронов // Науковий вісник Полісся. – 2017.- № 4 (12).- Ч.1.- С.165 - 170.

УДК 911.486.41(043.2)

Лужанська Т.Ю.
Мукачівський державний університет
м. Мукачево
turizm305@ukr.net

МОНІТОРИНГОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ В ТУРИЗМІ

На початку ХХІ ст. туризм залишається найдинамічнішою сферою діяльності. Тема моніторингу туристичної галузі у світі є вкрай актуальною. Провідні країни світу проявляють значний інтерес до ринку туристичних послуг, прагнуть якнайкраще розвинути туристичну сферу, створюють національні бренди, промо-кампанії, презентують власний потенціал на міжнародних виставках, форумах, обговорюють важливі проблеми і перспективи розвитку туризму на конференціях, з'їздах. Кожна держава зацікавлена не просто розвинути цю прогресивну сферу, але й отримати чималий дохід від цього.

У світовій науковій літературі термін «моніторинг» є не новим, адже торкається практично всіх форм та видів діяльності, суспільних процесів, науки тощо. Вперше воно мало практичне застосування в природничій науці. З огляду на велику увагу науковців до даного топоніму склалось об'єктивне, хоча і дещо дискусійне, трактування поняття. Топонім «моніторинг» походить від

латинського «monitor», що означає нагадувати, спостерігати. Це систематичний (багатократний) нагляд за станом процесів чи явищ [2].

Моніторинг – система постійного нагляду за явищами і процесами, які проходять в навколишньому середовищі і суспільстві, результати якого слугують для обґрунтування управлінських рішень по забезпеченню безпеки людей і об'єктів. Оскільки межі використання моніторингу розширюються, то відповідно він знайшов широке застосування і в туризмі [5].

Під туристичним моніторингом науковці розуміють збір, обробку, зберігання і передачу інформації про стан суб'єктів і об'єктів туристичного ринку на різних рівнях, проведення оцінки туристично-рекреаційного потенціалу природних територій (природно-заповідного фонду та унікальних місць, які можна використати в рекреаційній чи туристичній площині). Предметом моніторингу в туризмі виступають механізми функціонування суб'єктів господарства, що діють в туристичні галузі та запобігання негативних наслідків, які пов'язані із веденням людиною економічної діяльності.

Нині при проведенні моніторингових спостережень необхідно врахувати вимоги до його організації, а саме: 1) комплексний характер (досліджується сукупність природних об'єктів та факторів, що на них впливають, а також використання арсеналу методів); 2) систематичність спостереження (за станом природного середовища і оперативність одержання інформації); 3) репрезентативність (при виборі об'єктів дослідження необхідно враховувати типовість або унікальність фізико-географічних умов, напрямок та ступінь антропогенного впливу як на регіональному, так і на локальному рівнях).

Проведення моніторингу ринку туристичних послуг дозволяє обґрунтувати ефективність управлінських дій органів виконавчої влади у сфері туризму. В системі моніторингу ринку туристичних послуг суб'єкти моніторингу виступають носіями моніторингових функцій. Суб'єкти моніторингу ринку туристичних послуг умовно розділяють на дві групи: суб'єкти, що надають інформацію, та ті, що збирають і обробляють інформацію.

Суб'єкти моніторингу повинні діяти як взаємопов'язані елементи моніторингової системи. Єдність та плідність їх дій залежить від наявного організуючого «ядра» – спеціального моніторингового підрозділу органів виконавчої влади в сфері туризму, яке здійснює координацію організаційно-методичного та програмно-технічного забезпечення всіх процедур моніторингу.

Запровадження моніторингу в туризмі є інструментом управління та якістю за наданням туристичних послуг, який здійснюватися на місцевому, національному, регіональному, загальнодержавному та світовому рівнях. Це різні туристичні ринки, що складають цілу систему туристичних послуг.

Моніторинг виступає важливим елементом туристичного бізнесу. Він є підґрунтям для прогнозів розвитку туризму, пошуком для вирішення проблем, дозволяє відреагувати на зміни у процесі розвитку індустрії. На сьогодні він охопив всі види економічної діяльності. Моніторингові дослідження передбачають виявлення стану внутрішнього ринку, відповідності та збалансованість галузевої та територіальної структури пропозиції відповідно структурованості попиту населення з метою впровадження туристичної політики, яка б дозволила країні зайняти певні позиції на регіональному та світовому ринках туристичних послуг [1].

Таким чином, ефективність діяльності всіх суб'єктів моніторингу залежить від якості розробки та ступеня впровадження регіональних програм моніторингу ринку туристичних послуг, що дозволяють з високим ступенем достовірності зробити кількісні оцінки туристського комплексу, оцінити його внесок і вплив на економіку регіону.

Список використаних джерел

1. Біль М. М. Механізм державного управління туристичною галуззю на регіональному рівні: теоретико-прикладний аспект [Текст]: монографія /Мар'яна Біль. - Львів : ЛРІДУ НАДУ, 2011. - 226 с.

2. Близнюк А.М., Н.Й., Давиденко Л.І. Механізми державного регулювання сфери туризму: сутність та шляхи удосконалення // Вісник ДІТБ. - 2007. -№11. - С. 76-84.

3. Євдокимова Н.М. Економічна діагностика [Навчально-метод. посібник] / Н.М. Євдокимова, А.В. Кірієнко. - К.: КНЕУ, 2005. - 110 с.

4. Матвієнко А. Державна політика у сфері туризму: документальне забезпечення / А. Матвієнко// Наукові праці Національної бібліотеки України ім. В. І. Вернадського. - 2011. - Вип. 31. - С. 312-323.

5. Павлов В. І. Політика регіонального розвитку в умовах ринкової трансформації (теоретико-методологічні аспекти та механізми реалізації) / В. І. Павлов – Луцьк: Настир'я, 2000. – 580 с.

УДК 338.486.1-027.541(043.2)

Матвійчук Л.Ю., Лепкий М.І.

lepkiym@gmail.com

Луцький національний технічний університет

м. Луцьк

ОЦІНКА РЕГІОНАЛЬНОГО ТУРИСТИЧНОГО МОНІТОРИНГУ

Нині розкриття змісту поняття *«регіональний ринок туристичних послуг»* потребує уточнення дефініцій туристичних послуг в цілому. Під поняттям «регіональний ринок туристичних послуг» слід розуміти соціально-економічну систему. Її основу становлять взаємовідносини, що безпосередньо пов'язані з виробництвом, наданням, споживанням туристичних послуг чи комплексного туристичного продукту в ареалах певної місцевості – регіону [3].

Зовнішні фактори, що діють на функціонування ринку туристських послуг: економічна та політична урівноваженість стабільність держави; представлення інтересів держави на міжнародних конференціях; державна роль в міжнародних організаціях; розвиток міжнародних відносин; інтеграція держави в світове господарство тощо.

Внутрішні фактори стимулюють розвиненість національного та регіонального рівнів розвитку туризму: соціально-економічні особливості регіонів; історичні особливості; розвиток господарств; показник розвиненості



МУКАЧІВСЬКИЙ ДЕРЖАВНИЙ УНІВЕРСИТЕТ

89600, м. Мукачево, вул. Ужгородська, 26

тел./факс +380-3131-21109

Веб-сайт університету: www.msu.edu.ua

E-mail: info@msu.edu.ua, pr@mail.msu.edu.ua

Веб-сайт Інституційного репозитарію Наукової бібліотеки МДУ: <http://dspace.msu.edu.ua:8080>

Веб-сайт Наукової бібліотеки МДУ: <http://msu.edu.ua/library/>