

УДК 338.48-44 (477) (045)

DOI <https://doi.org/10.32782/geochasvnu.2025.6.10>

Галина Щука

доктор педагогічних наук, професор, професор кафедри географії та туризму,
Закарпатський угорський університет імені Ференца Ракоці II
galina_shchuka@ukr.net, ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-4368-5081>

Ігор Несторишен

кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи,
Хмельницький національний університет
nestor_nema@ukr.net, ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-0765-195X>

МАЛЕ МІСТО ЯК ТУРИСТИЧНА ДЕСТИНАЦІЯ: РЕСУРСИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Анотація. Проаналізовано туристичні ресурси міста Берегове та визначено організаційні механізми їх ефективного використання для створення привабливої туристичної дестинації. Виявлено, що місто Берегове має більшість складників, які дають змогу йому розвиватися як туристичній дестинації: наявність туристичного потенціалу, суб'єктів туристичної інфраструктури, попиту на місцеві туристичні продукти, відповідний розвиток загальної та спеціальної рекреаційно-туристичної інфраструктури й інше. Визначено, що наявний потенціал використовується не повною мірою через низьку координацію між владою, бізнесом і громадою, відсутність стратегічного планування та обмежену промоцію. Розроблено конкретні рекомендації щодо інтеграції ресурсів і підвищення привабливості міста, серед яких: запровадження комплексного підходу та розроблення стратегічного плану розвитку міста як туристичної дестинації, що передбачає формування іміджу території, активна взаємодія громади, бізнесу та влади, упровадження в міськраді посади спеціаліста з туризму тощо.

Ключові слова: мале місто, місто Берегове, туризм Закарпаття, туристична дестинація, туристичні ресурси, розвиток туризму.

Shchuka Halyna, Nestoryshen Ihor. SMALL TOWN AS A TOURIST DESTINATION: RESOURCES AND DEVELOPMENT PROSPECTS

Abstract. Relevance of the research: Tourism can be a significant driver of economic and sociocultural development for a small city, and there are many successful examples of this. However, in practice, most small towns in Zakarpattia do not fully realize their potential. This creates a need for a systematic study of the available resources and organizational approaches to developing tourist destinations in the region. Subject of the research: The tourist resources of the city of Berehove and the organizational mechanisms for their effective use to create an attractive tourist destination. The purpose of the study: To analyze the challenges of utilizing the tourism potential of Berehove and to propose practical solutions that will help make the city more attractive to tourists. Methodology: A comprehensive scientific approach that combines statistical analysis, a comparative review of tourist resources, infrastructure observation, and expert surveys of representatives from government, business, and public organizations. Research findings: The study found that Berehove has most of the components necessary for its development as a tourist destination, including tourism potential, tourism infrastructure entities, demand for local tourism products, and adequate general and specific recreational and tourism infrastructure. It was determined that the existing potential is not fully utilized due to low coordination among government, business, and the community, a lack of strategic planning, and limited promotion. Practical implications: Specific recommendations were developed for integrating resources and enhancing the city's attractiveness, including: implementing a position for a tourism specialist, uniting the efforts of all stakeholders, forming the territory's image, and developing a brand. Conclusions: The effective development of Berehove as a tourist destination is only possible with a comprehensive approach, strategic planning, and active cooperation among the community, businesses, and the government. Prospects for further research: The possible creation of models for evaluating the effectiveness of tourism strategies, the implementation of innovative marketing tools, and the assessment of their impact on the economy and social life of small towns.

Key words: small town, Cittaslow Berehove, Zakarpattia tourism, tourist destination, tourist resources, tourism development.

Актуальність теми дослідження. Успішність розвитку малих міст визначається їхньою здатністю інтегруватися у глобальній економіці. Одним із механізмів, які дають змогу підтримати економіку малих міст та забезпечують їхнє культурне відродження, є туризм. Регенерація міст, орієнтованих на туризм, на думку К. Агіус (K. Agius) та М. Брігугльо (M. Briguglio), є більш ефективною у створенні додаткової вартості, ніж традиційна модель реконструкції, оскільки підвищує їхню репутацію, заохочує інвестиції та створює нові робочі місця [2].

Природно, що органи місцевого самоврядування проявляють все більший інтерес до питань розвитку туризму на території своєї громади, орієнтуючись насамперед на досвід зарубіжжя. Посилення російської агресії призупинило цей процес, змусило сконцентруватися на інших завданнях і викликах. Водночас на території Закарпаття туристична діяльність після пандемії Covid-19 повністю відновилася, з посиленням російської агресії активізувалася, є всі підстави для прогнозування подальшого зростання внутрішнього туристичного потоку, адже за 7 місяців 2025 р. на Закарпатті сплатили понад 15 млн грн туристичного збору, що на 39% більше аналогічного періоду 2024 р. [11].

Берегівська ТГ також демонструє прогрес у розвитку туризму (табл. 1). Сприятливі природно-кліматичні умови, наявність термальних мінеральних вод та багатой історико-культурної спадщини виступають магнітом для значної кількості подорожніх.

Таблиця 1

Показники туристичного збору, тис. грн

Період	місто Берегове	Берегівська територіальна громада	Берегівський район
2019 р.	334,6	–	953,5
2020 р.	196,7	–	351,0
2021 р.	–	528,5	–
2022 р.	–	687,0	–
2023 р.	–	1 253,0	–
2024 р.	–	1 267,9	–

Джерело: складено авторами за даними, отриманими від Управління туризму та курортів Закарпатської ОВА.

Незважаючи на це, ні у громаді, ні в місті так і не вдалося успішно подолати завдяки розвитку сфери туризму хоча б частину соціальних, культурних, економічних чи екологічних викликів. Навіть більше, частина місцевих мешканців ще до початку пандемії виразила небажання підтримувати цей напрям діяльності в майбутньому. Вони висловили занепокоєння екологічними, соціальними й економічними його наслідками, як-от забруднення, втрата ідентичності, зниження правопорядку та зростання цін [7]. Отже, необхідно визначити шлях формування туристичної дестинації, який мінімізує ризики від овертуризму.

Стан вивчення питання з аналізом основних праць. Праці, присвячені питанням розвитку малих міст як туристичних дестинацій, непоодинокі. Традиційно науковці розглядали питання термінології, процеси формування туристичних дестинацій на прикладі окремих територій [12; 16; 22], управління ними та створення туристичних кластерів з метою посилення їхньої конкурентоспроможності [12–15; 20–22] тощо.

Питання розвитку чи відродження малих міст та територій засобами туризму не є чимось новим і за кордоном давно перейшло у практичну площину. Дослідники акцентують увагу на впливі туристифікації на місцеве населення та культурну спадщину [2–4], на трансформацію міського простору [6], зміну традиційних форм використання територій [1], роль локальних ініціатив у процесах туристифікації [5].

Усі ці дослідження демонструють, що туристифікація в кожному регіоні має багато унікальних рис і може виступати як ресурсом розвитку, так і джерелом соціальних конфліктів, а ключовим завданням під час формування туристичної дестинації є пошук балансу між економічними вигодами, збереженням культурної ідентичності та комфортом життя місцевого населення.

Мета та завдання дослідження: проаналізувати процес формування туристичних дестинацій на території малих міст (на прикладі міста Берегового Закарпатської області); визначити наявність факторів, які забезпечують успішність формування туристичної дестинації; встановити особливості процесу формування міста Берегового як туристичної дестинації.

Методологія дослідження: комплексний науковий підхід, що поєднує аналіз статистики, порівняльний огляд туристичних ресурсів, спостереження за інфраструктурою та аналіз діяльності представників влади, бізнесу та громадських організацій.

Виклад основного матеріалу з обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Науковцями визнається, що сталий розвиток туризму та вирішення низки нагальних соціально-економічних, екологічних та історико-культурних проблем у малих містах забезпечуються формуванням цієї території як туристичної дестинації. Проте чітке тлумачення поняття «дестинація» як у вітчизняній, так і в зарубіжній туризмології відсутнє.

Ми розглядаємо *туристичну дестинацію* як територію, географічний об'єкт, що має реальні межі (континент, країна, острів, місто, центр цілеспрямованого розвитку туризму й інше) й відвідується туристами [16]. Щоб туристичний регіон перетворився на туристичну дестинацію, необхідно, щоб остання сама стала туристичним продуктом, розрахованим на визначену цільову аудиторію, та була представлена на ринку туристичних послуг під загальним брендом [21].

Туристичний продукт дестинації складається мінімум із п'яти елементів: атракцій, туристичних послуг та інфраструктури, доступності, іміджу й ціни [13]. Треба вважати, що дестинація як турпродукт неподільна: усі названі елементи повинні бути присутні, навіть більше, такої якості, на яку турист очікує. Саме якісні характеристики визначають привабливість дестинації, вона може бути відмінною для різних груп туристів.

Туристичні дестинації різняться за масштабом; стадією життєвого циклу; туристичною спеціалізацією; ресурсною базою; ступенем навантаження; ступенем агломерації; категорією споживачів та іншими критеріями, можуть бути первинні або вторинні. Та сама туристична дестинація може належати до декількох із названих типів водночас, поєднувати різні напрями туристичної діяльності [14].

Європейською комісією було визнано, що незалежно від способу формування туристичної дестинації, для її створення необхідна наявність туристичного потенціалу; суб'єктів туристичної діяльності, зацікавлених у створенні кластера; попиту на місцевий туристичний продукт і перспективи його збільшення; належний розвиток загальної та спеціальної рекреаційно-туристичної інфраструктури; сприятливе економічне й соціальне становище; належна нормативно-правова база, обстановка законності та правопорядку; забезпеченість фахівцями з належним рівнем кваліфікації та культури [8].

Проаналізуємо наявність цих чинників у місті Береговому Закарпатської обл. Із 2020 р. місто є адміністративним центром Берегівської міської ТГ (рис. 1) та новоутвореного Берегівського району.

Площа Берегівської ТГ становить 255,6 км², чисельність населення – 44 128 осіб [19]. Площа адміністративного центру (м. Берегове та с. Затишне, далі – м. Берегове) – 19 км² (1 369 га), чисельність населення – 22 564 особи (станом на початок 2024 р.). Склад населення міста за етнічними групами (дані за 2001 р.): українці (38%), угорці (48%), роми (6%), росіяни (5%) та інші [9], за останні три роки (2022 – початок 2025 р.) співвідношення змінилося: збільшилася кількість українців за значного скорочення угорців.

Останні десятиліття для міста характерними є депопуляція та міграційне скорочення населення. З посиленням російської агресії тенденція поступового спаду чисельності наявного населення в місті посилюється (рис. 2). Деяка кількість мешканців виїхала за кордон у цілях безпеки, водночас станом на квітень 2025 р. в місті зареєстровано більше 5,5 тисяч ВПО. Кількість зареєстрованих громадян, які насправді проживають за місцем реєстрації, встановити неможливо.

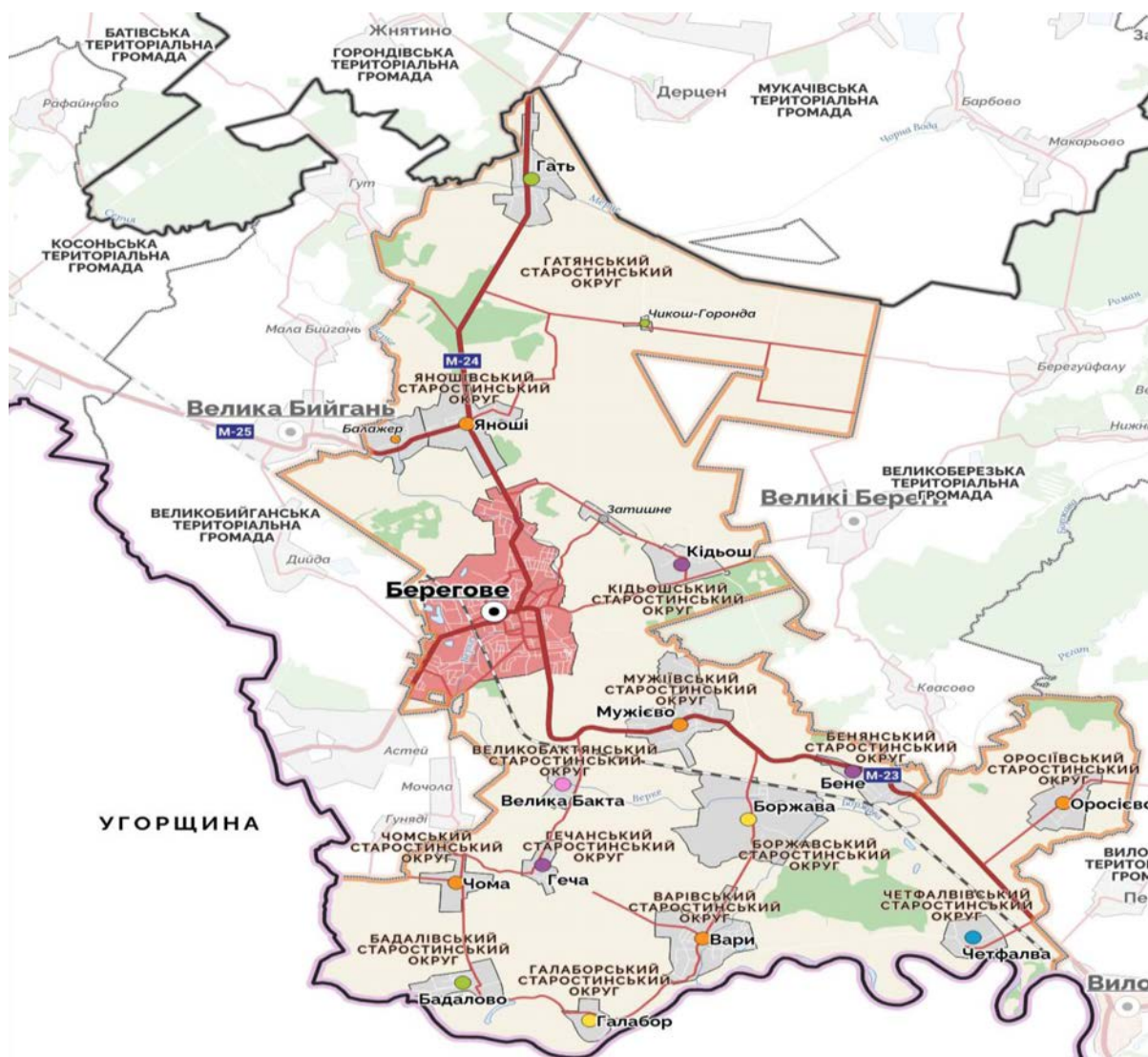


Рис. 1. Картосхема Березівської ТГ Закарпатської області

Джерело: [18]

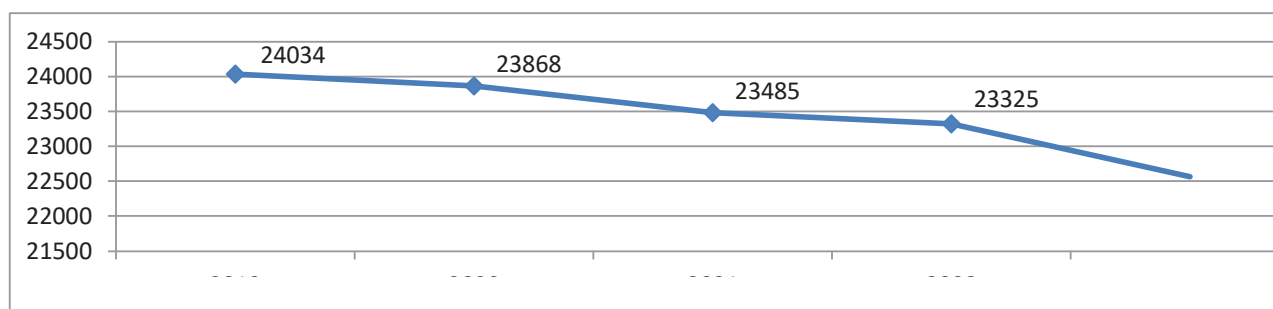


Рис. 2. Динаміка чисельності населення міста Берегового у 2019–2023 рр., осіб

Джерело: [10]

Адміністративний центр характеризується низькими показниками соціально-економічного розвитку. Більшість юридичних осіб здійснюють свою діяльність у сфері надання послуг – туризм, торгівля, громадське харчування та ресторанне господарство тощо.

За даними міської ради, до найбільших роботодавців у місті належать Університет Ракоці, оздоровчий комплекс «Жайворонок». Характерною рисою міста, як і всієї громади та Закарпатської області, є високий відсоток неформальної зайнятості в торгівлі та сфері послуг.

Фінансова спроможність міста є найвищою в територіальній громаді. Проте Берегове не належить до найуспішніших адміністративних центрів області, поступається не лише Ужгороду й Мукачевому, а й іншим районним центрам області.

Проблемними питаннями, характерними для ринку праці міста, є: брак робочих місць, активність «тіньового» сектору ринку праці, особливо у сфері послуг, замала мотивація до праці населення внаслідок низького рівня заробітної плати, складнощі у працевлаштуванні неконкурентоспроможних на ринку праці груп населення, нестача кваліфікованих кадрів вузьких спеціальностей тощо. Високий рівень «тіньової» зайнятості зумовлює недоотримання в бюджет значного обсягу податку з доходів фізичних осіб, уповільнює розвиток усіх населених пунктів через відсутність фінансових ресурсів у бюджеті.

У 2022 р. в Берегівській МТГ зареєстровано 6 приватних агентств працевлаштування (+1 до 2021 р.), що становить 50% від їх загальної кількості в Закарпатській області. На відміну від решти приватних агентств регіону, вони працевлаштовують громадян лише за кордоном і є безсумнівними лідерами за показниками. Найбільші потоки трудових міграцій із Берегівщини – до Угорщини [18, с. 45; 47].

Берегове має зручне географічне положення. Місто розташоване в межах Закарпатської низовини біля підніжжя острівних вулканічних гір, при західних відрогах Берегівського низкогір'я, над річкою (каналом) Верке, у долині річки Тиси, що формує м'який клімат із невеликими добовими та річними амплітудами температури повітря (середня температура січня становить -3°C , липня – $+20^{\circ}\text{C}$), високою відносною вологістю (у рік випадає приблизно 666 мм опадів), прохолодним літом і м'якою зимою.

39,7 га адміністративного центру Берегівської МТГ зайнято лісами. Частково це територія заповідного урочища місцевого значення «Берегівське горбогір'я» (створене рішенням Закарпатського облвиконкому від 7 березня 1990 р. № 55), де трапляється цінна декоративна порода дерев – липа пухнаста, середній вік дерев становить приблизно 100 років. Пам'ятки садово-паркового мистецтва місцевого значення, яким цей статус було надано в 1969 р.: «Парк відпочинку», сквер та площа Героїв, Дендропарк.

Також у місті є кілька DESTИНАЦІЙ. На околиці міста розташовується ботанічний заказник місцевого значення «Ардов» (статус надано у 2010 р., площа – 25 га). В адміністративному центрі громади є п'ять ставків, площа водного дзеркала яких становить 30,2 га. Проте ці ресурси не задіяні в туризмі.

Місто більш відоме своїми геотермальними водами. Кремнієво-вуглекисло-хлоридно-натрієвим термальним водам Берегівського родовища притаманні висока температура (від $+30$ до $+80^{\circ}\text{C}$) та мінералізація. Отже, територія має сприятливі кліматичні умови та природні лікувальні ресурси.

Завдяки прикордонному розміщенню Закарпатської області м. Берегове має також вигідне економіко-географічне розташування, отже, і чималий логістичний потенціал. У безпосередній близькості (8,3 км) до міста розташований міжнародний пункт пропуску «Лужанка – Берегурань». Відстань до інших пунктів пропуску, яких Закарпатська митниця налічує 19, становить від 24,5 («Косино») до 122 км («Солотвино»). Територією громади проходять важливі міжнародні (E58; E81 та M 23), національні та регіональні (P-54) автошляхи. Через місто проходить неелектрифікована залізнична лінія. Залізнична станція «Берегове» обслуговує 4 поїзди далекого прямування та 6 приміських поїздів; деякі з них курсують не кожен день. Поряд зі станцією «Берегове» бере початок вузькоколійна залізниця «Берегове – Хмільник – Іршава» (1908 р.), яка нині пасажирські перевезення не здійснює, але раз на рік використовується як туристична атракція. На території міста розташована режимна геофізична станція «Берегове», що не діє із 2022 р., яка інколи також використовується як туристичний об'єкт.

Автовокзал міста приймає більше 40 рейсів щодня, проте міське сполучення забезпечується лише одним маршрутом, що обмежує туристичний центр міста зоною пішохідної доступності. Транспортні послуги надаються ще службами таксі, але це значно збільшує вартість турпродукту.

Аналіз житлового фонду міста Берегового дозволяє говорити про те, що в ньому переважають приватні будинки (на 5 419 будинків припадає 8 950 помешкань), більшість з яких (92,6%) забезпечена централізованим газопостачанням, тоді як водопостачанням і водовідведенням – 53,8 і 49,6% відповідно [18]. Це призводить до потрапляння не досить очищених або зовсім неочищених стоків у канал Верке. Контроль за численними джерелами забруднення нині є неефективним. Не менш актуальною проблемою залишається переробка сміття. Сміттєпереробний завод у с. Яноші, який почали споруджувати грантовим коштом у 2012 р., так і не почав працювати. Об'єкти альтернативної енергетики на території міста майже відсутні; частка домоволодінь, обладнаних сонячними панелями, не перевищує 1%.

Що стосується туристичної інфраструктури, то на території міста зареєстровано 39 закладів розміщення [18]. Основу туристичної індустрії міста становлять два комплекси з термальними басейнами: навчально-спортивна база «Закарпаття» Усеукраїнського фізкультурно-спортивного товариства «Колос» Агропромислового комплексу України (експлуатується з 1973 р. з косметичним ремонтом) і «Жайворонок» (2003 р.), що забезпечують розвиток оздоровчого туризму.

Популярність винного туризму підтримується виноробною компанією «Шато Чизай» (1995 р.) та Лицарським винним орденом імені святого Венцеля (інша назва – Лицарський орден виноробів Берегівщини, утворений у 2003 р.). «Шато Чизай» пропонує винні дегустації та екскурсії в музей винороба Чиза. Учасники Лицарського ордену проводили двічі на рік фестивалі вина (останній у 2019 р.), нині обмежуються організацією дегустацій у власних підвалах. На території міста розташована «Карпатська пивоварня», на базі якої існує сімейна пивоварня, що виробляє за традиційними рецептами пиво «Джон Гашпар», але дегустації продукції та екскурсії на виробництво нині не практикуються.

Культурно-пізнавальний туризм базується на значній кількості пам'яток історії та архітектури, три з яких – ансамбль споруд «Графський двір» (1629–1686 рр.), реформатська церква (XIII–XV ст.), костел Воздвиження Святого Хреста (XIII–XIX ст.) – занесені до Державного реєстру національного культурного надбання. Не менш популярними в туристів є реформатська церква (1775 р.), Горбатий міст (1853 р.), будівля колишнього Палацу правосуддя, королівського суду комітату Берег (1909 р.), Панське казино, або «Золота пава» (1913 р.), палаци Кубовича й Мейгеша (поч. XX ст.) та інші. Саме ж місто Берегове, відповідно до постанови Кабінету Міністрів України від 26 липня 2001 р. № 878 [17], внесене до Списку історичних населених місць України.

Організацію дозвілля населення здійснюють КЗ «Центр культури і дозвілля» (приміщення якого перебуває на ремонті), на базі якого функціонує Берегівський народний український театр імені Я. Бандурович, КЗ «Закарпатський обласний угорський драматичний театр» Закарпатської обласної ради. Також на території міста є амфітеатр «Арена Берегова» (останній раз приймав глядачів у серпні 2021 р.) та «Музей Берегівщини» (в інших джерелах – Музей виноградарства і виноробства, відкритий у 2011 р., нині не функціонує). Об'єкти спортивної інфраструктури також потребують капітального ремонту.

У місті функціонують заклади вищої та фахової передвищої освіти, які забезпечують кадрами сферу гостинності міста: Закарпатський угорський університет імені Ференца Ракоці II та його фаховий коледж, КЗ «Берегівський медичний фаховий коледж», Берегівський професійний ліцей сфери послуг, проте потребу в кадрах не задоволено через значний відплив працездатного населення за кордон.

Отже, для міста характерна нерівномірність розвитку інфраструктури: заклади розміщення розвиваються швидшими темпами, особливо із часу посилення російської агресії, що призвело до зростання попиту на житло в більш безпечних районах, натомість громадські простори

залишаються не досить розвиненими, а культурно-розважальні об'єкти – відсутні. Це створює дисбаланс між можливостями залучення туристів і якістю їх обслуговування, обмежує можливість формування комплексної туристичної пропозиції.

Для частини закордонних угорців місто Берегове пов'язане з родинними зв'язками, тому його відвідини мають ознаки ностальгічного туризму. Значна кількість сакральних споруд різних конфесій дає змогу розглядати його з позицій релігійного туризму; широко представлена угорська гастрономія в ресторанних закладах – гастрономічного, наявність освітніх закладів з угорською мовою викладання – освітнього, значно нижчі ціни на стоматологічні послуги за високої якості створюють умови для зростання показників медичного туризму тощо.

Проте наявні унікальні природні та культурно-історичні ресурси функціонують як окремі об'єкти відвідування, а не як елементи єдиного туристичного маршруту чи бренду. Відсутність синергії між цими видами туризму знижує потенційний економічний ефект і негативно позначається на лояльності туриста.

Це актуалізує питання управління туристичною дестинацією та формування одного чи кількох туристичних кластерів, адже складність та багатовекторність туристичного продукту міста це дозволяє. На жаль, поняття «туристичний кластер», процедура його створення та функціонування в Україні нині не визначені на законодавчому рівні, ми погоджуємося з думкою колег [16], що це стримує процес формування територіальних дестинацій.

Для сталого розвитку міста Берегового як туристичної дестинації варто розробити довгострокову стратегію, яка об'єднає ресурси місцевої влади, бізнесу та громадськості. Поточна Стратегія розвитку Берегівської ТГ до 2027 р. [18] передбачає реалізацію туристичного потенціалу громади, проте нічого з того, що було заплановано на 2024 р., реалізовано так і не було.

Нині питаннями розвитку туризму в міській раді опікується відділ економічного розвитку й торгівлі, у складі якого фахівець сфери туризму відсутній. У місті немає громадських об'єднань туристичного спрямування, співпраця в бізнесі будується на особистих контактах і має ситуативний характер. Незважаючи на наявність навчальних закладів, не вистачає кваліфікованих гідів, аніматорів, адміністраторів, менеджерів, сомельє, кухарів та інших фахівців сфери гостинності.

Інформація про туристичні принади міста поширюється лише окремими власниками бізнесу (найбільш успішно – оздоровчий комплекс «Жайворонок», виноробня «Шато Чизай» і ресторан «Chizay. Мала Гора») та з уст в уста. Для Берегового доцільним є створення офіційного бренду міста, розроблення мультимовних промоційних матеріалів, партнерство з туристичними операторами Угорщини, Словаччини та Румунії.

Ця ініціатива може йти як згори, так і знизу. Але знизу ще не накопичилося критичної маси, яка ініціювала б цей процес, а згори – відсутні компетентні кадри, які б могли його реалізувати. Тому, незважаючи на постійні туристичні потоки, Берегове не перетворилося на туристичну дестинацію і поступається за темпами розвитку іншим населеним пунктам регіону. Так, за даними Управління туризму та курортів Закарпатської ОВА, найбільші суми туристичного збору в цьому році надійшли до бюджетів Поляни, Ясіні, Косоні, Баранинців [11], що ставить під сумнів високий рівень відповідальності власників туристичного бізнесу міста.

Висновки. Проведене дослідження підтверджує, що місто Берегове володіє значним туристичним потенціалом, однак його використання є фрагментарним і не досить системним. Виявлені проблеми – відсутність цілісного стратегічного планування, слабка координація між владою, бізнесом і громадою, обмежена промоція туристичного продукту – стримують формування міста як повноцінної туристичної дестинації.

Розвиток Берегового в цьому напрямі можливий лише за умови впровадження комплексного підходу, що передбачає насамперед виявлення та інтеграцію зусиль усіх зацікавлених сторін, організацію ініціативної групи (із залученням фахівців, які мають досвід запровадження класерної моделі в інших регіонах), створення посади фахівця з туризму в місцевій владі, формування впізнаваного бренду міста й активне просування його ресурсів. Варто подумати над

тим, що із завершенням воєнних дій і відкриттям кордонів місто може втратити частину споживачів, отже, зараз подбати над формуванням пулу лояльних туристів завдяки високій якості туристичного продукту. Це дасть змогу зробити Берегове конкурентоспроможною туристичною дестинацією на рівні регіону й України загалом.

Актуальність цього питання для міста полягає в необхідності подолання розриву між представниками туристичного бізнесу та громадою. Наукові дослідження доводять, що стійкий розвиток туризму можливий лише за умови активної участі населення, яке повинно мати конкретні вигоди (економічні, соціальні та культурні) та відчуття власної причетності до процесу. Для цього доцільним є впровадження стратегій, орієнтованих на довгострокову вигоду громади: спрямування частини туристичних доходів на благоустрій територій, охорону довкілля та розвиток соціальної інфраструктури; запровадження механізмів прозорої комунікації між владою, бізнесом і громадськістю; активізацію освітніх програм, що підкреслюють взаємозв'язок туризму з підвищенням якості життя населення. Важливим також є формування локального бренду громади на основі унікальних культурних і природних ресурсів, що дає змогу поєднати економічну вигоду з відновленням ідентичності. Отже, ключовим завданням зацікавлених у розвитку туризму сторін є не лише розвиток туристичних потоків, а й вироблення системних підходів, за яких туризм виступає ресурсом їхнього добробуту, засобом соціокультурної консолідації та чинником екологічно відповідального розвитку територій. І концепція «повільних міст» може стати у пригоді.

Подальші дослідження доцільно зосередити на розробленні моделей оцінювання ефективності впроваджуваних туристичних стратегій і застосуванні сучасних маркетингових інструментів, здатних посилити економічний і соціокультурний розвиток міста Берегового.

Список використаних джерел:

1. Adhinata B., Sawitri M. Y. Touristification and the changing of spaces for tourism in Canggu village. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*. 2022. № 11 (3). P. 447–457.
2. Agius K., Briguglio M. Tourism and Urban Development: The case of a coastal village in a small island state. *Open Res Europe*. 2024. № 4. P. 183. DOI: 10.12688/openreseurope.17641.1
3. Andrade M. J., Costa J. P. Touristification of European port-cities: impacts on local populations and cultural heritage. *European Port Cities in Transition* / A. Carpenter, R. Lozano (eds.). Springer, 2020. P. 187–204. DOI: 10.1007/978-3-030-36464-9_11
4. Briguglio L., Avellino M. Assessing Malta's overtourism. Managing events, festivals and the visitor economy: concepts, collaborations and cases / M.B. Duignan (ed.). Egham, United Kingdom : CABI, 2021. P. 129–144.
5. Freytag T., Bauder M. Bottom-up touristification and urban transformations in Paris. *Tourism Geographies*. 2018. Vol. 20 (3). P. 443–460. DOI: 10.1080/14616688.2017.1357146
6. Leccis F. Urban regeneration and touristification in the Sardinian capital. City of Cagliari, Italy. *Sustainability*. 2023. № 15 (5). P. 4061. DOI: 10.3390/su15054061
7. Shchuka H. "Tourismphobia" in Berehove: conflict potential and reason searching. *Tourism of the XXI century: Global challenges and civilization Values*. Kyiv : KNUTE, 2020. P. 99–105. DOI: 10.31617/knute.2020-06-01.11
8. The Concept of Clusters and Cluster Policies and their Role for Competitiveness and Innovation: Main Statistical Results and Lessons Learned. URL: <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/c15445bd-8203-4d15-b907-56ea17a9876e> (дата звернення: 28.07.2025).
9. Берегове. Велика українська енциклопедія. URL: <https://vue.gov.ua/Берегове> (дата звернення: 28.07.2025).
10. Головне управління статистики в Закарпатській області. URL: <http://www.uz.ukrstat.gov.ua/> (дата звернення: 28.07.2025).
11. За 7 місяців 2025 року на Закарпатті сплатили понад 15 млн грн туристичного збору. *Закарпатська ОВА. Новини* : офіційний вебсайт. URL: <https://zaktour.gov.ua/za-7-misiatsiv-2025-roku-na-zakarpatti-splatyly-ponad-15-mln-hrn-turystychnoho-zboru/> (дата звернення: 28.07.2025).
12. Колосовська І., Місик М. Публічне управління туристичними дестинаціями на регіональному рівні: інноваційні підходи. *Ефективність державного управління*. 2020. Вип. 1 (62). Ч. 1. С. 139–149. DOI: 10.33990/2070-4011.62.2020.205827

13. Корж Н., Басюк Д. Управління туристичними дестинаціями : підручник. Вінниця : ПП «ТД Едельвейс і К», 2017. 322 с.
14. Кучерява Г. Туристична дестинація як об'єкт управління в туризмі. Вісник Київського національного лінгвістичного університету. Серія «Історія, економіка, філософія». 2023. Вип. 28. С. 93–102. DOI: 10.32589/2412-9321.28.2023.280703
15. Наумова О., Кудряшов Є. Життєвий цикл туристичних дестинацій у контексті управління розвитком. *Вчені записки Університету «КРОК»*. 2023. № 4 (72). С. 111–122. DOI: 10.31732/2663-2209-2023-72-111-122
16. Онищук Н., Корж Н. Формування міста Вінниці як туристичної дестинації: стратегічні цілі, завдання. Інновації та технології у сфері послуг і харчування. 2022. № 1. С. 65–70. DOI: 10.32782/2708-4949.1(5).2022.12
17. Про затвердження Списку історичних населених місць України : постанова Кабінету Міністрів України від 26.07.2001 р. № 878. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/878-2001-%D0%BF#Text> (дата звернення: 28.07.2025).
18. Стратегія розвитку Берегівської ТГ до 2027 р. URL: <https://beregivska-gromada.gov.ua/strategiya-rozvitku-beregivskoi-tg-16-52-48-03-02-2025/> (дата звернення: 28.07.2025).
19. Територіальні громади. Децентралізація. URL: <https://decentralization.gov.ua/newgromada?page=4> (дата звернення: 28.07.2025).
20. Ткаченко Т. Сталій розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу : монографія. Київ : Київський нац. торг.-екон. ун-т, 2006.
21. Щука Г., Головня С. Туристичний регіон чи туристична дестинація: співставлення понять. *Туристичний та готельно-ресторанний бізнес: сучасний стан, проблеми та перспективи розвитку* : матеріали І Міжнародної науково-практичної конференції, м. Старобільськ, 16–17 листопада 2021 р. Старобільськ : Вид-во ДЗ «ЛНУ імені Тараса Шевченка», 2021. С. 103–105. URL: https://tourlib.net/statti_ukr/schuka5.htm (дата звернення: 28.07.2025).
22. Щука Г., Паска М., Побігун О. Державно-приватне партнерство як основна умова розвитку гастрономічного туризму на Закарпатті. Вісник Херсонського національного технічного університету. 2023. № 4 (87). С. 406–413. DOI: 10.35546/kntu2078-4481.2023.4.53

References:

1. Adhinata, B., & Sawitri, M. Y. (2022). Touristification and the changing of spaces for tourism in Canggu village. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 11 (3), 447–457.
2. Agius, K., & Briguglio, M. (2024). Tourism and Urban Development: The case of a coastal village in a small island state. *Open Res Europe*, 4, 183. <https://doi.org/10.12688/openreseurope.17641.1>
3. Andrade, M. J., & Costa, J. P. (2020). Touristification of European port-cities: Impacts on local populations and cultural heritage. In A. Carpenter & R. Lozano (Eds.). *European port cities in transition*, 187–204. Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-030-36464-9_11
4. Briguglio, L., & Avellino, M. (2021). Assessing Malta's overtourism. In M. B. Duignan (Ed.). *Managing events, festivals and the visitor economy: Concepts, collaborations and cases*, 129–144. CABI.
5. Freytag, T., & Bauder, M. (2018). Bottom-up touristification and urban transformations in Paris. *Tourism Geographies*, 20 (3), 443–460. <https://doi.org/10.1080/14616688.2017.1357146>
6. Leccis, F. (2023). Urban regeneration and touristification in the Sardinian capital, City of Cagliari, Italy. *Sustainability*, 15 (5), 4061. <https://doi.org/10.3390/su15054061>
7. Shchuka, H. (2020). "Tourismphobia" in Berehove: Conflict potential and reason searching. In *Tourism of the XXI century: Global challenges and civilization values*, 99–105. Kyiv: KNUTE. <https://doi.org/10.31617/k.knute.2020-06-01.11>
8. The Concept of Clusters and Cluster Policies and their Role for Competitiveness and Innovation: Main Statistical Results and Lessons Learned. Retrieved 28.07.2025 from <https://op.europa.eu/en/publication-detail/-/publication/c15445bd-8203-4d15-b907-56ea17a9876e>
9. Berehove [Berehovo]. (2025). *Great Ukrainian Encyclopedia*. Retrieved 28.07.2025 from <https://vue.gov.ua/Берегове> [in Ukrainian].
10. Main Department of Statistics in the Transcarpathian region. (2025). Ofitsiynyi sait. Retrieved 28.07.2025 from <http://www.uz.ukrstat.gov.ua/> [in Ukrainian].
11. For 7 months of 2025, more than UAH 15 million of tourist tax was paid in Zakarpattia. (2025). *Zakarpattia Regional State Administration*. Retrieved 28.07.2025 from <https://zaktour.gov.ua/za-7-misiatsiv-2025-roku-na-zakarpatti-splatyly-ponad-15-mln-hrn-turystychnoho-zboru/> [in Ukrainian].

12. Kolosovska, I. I., & Misy'k, M. M. (2020). Public administration of tourist destinations at the regional level: Innovative approaches. *Efektivnist derzhavnoho upravlinnia, 1 (62), Part 1*, 139–149. <https://doi.org/10.33990/2070-4011.62.2020.205827> [in Ukrainian].
13. Korzh, N. V., & Basiuk, D. I. (2017). *Management of tourist destinations: Textbook*. Vinnytsia: Edelveis i K. [in Ukrainian].
14. Kucheriava, H. O. (2023). Tourist destination as an object of management in tourism. *Visnyk KNLU. Serii Istorii, ekonomika, filozofia, 28*, 93–102. <https://doi.org/10.32589/2412-9321.28.2023.280703> [in Ukrainian].
15. Naumova, O., & Kudriashov, Ye. (2023). Life cycle of tourist destinations in the context of development management. Here are some notes to KROK University, *4 (72)*, 111–122. <https://doi.org/10.31732/2663-2209-2023-72-111-122> [in Ukrainian].
16. Onyshchuk, N. V., & Korzh, N. V. (2022). Formation of Vinnytsia as a tourist destination: Strategic goals and tasks. *Innovations and technologies in the field of services and food, 1*, 65–70. [https://doi.org/10.32782/2708-4949.1\(5\).2022.12](https://doi.org/10.32782/2708-4949.1(5).2022.12) [in Ukrainian].
17. Cabinet of Ministers of Ukraine. (2001). On approval of the list of historic settlements of Ukraine: Resolution № 878 of July 26, 2001. Retrieved 28.07.2025 from <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/878-2001-%D0%BF#Text> [in Ukrainian].
18. Development strategy of Beregovskaya TG until 2027. (2025) Retrieved 28.07.2025 from <https://beregivskagromada.gov.ua/strategiya-rozvitku-beregivskoi-tg-16-52-48-03-02-2025/> [in Ukrainian].
19. Ministry for Communities and Territories Development of Ukraine. (2025). Territorial communities. Decentralization. Retrieved 28.07.2025 from <https://decentralization.gov.ua/newgromada?page=4> [in Ukrainian].
20. Tkachenko, T. I. (2006). *Sustainable tourism development: Theory, methodology, business realities: Monograph*. Kyiv: KNUTE [in Ukrainian].
21. Shchuka, H. P., & Holovnia, S. I. (2021). Tourist region or tourist destination: Comparison of concepts. In *Tourism and hotel and restaurant business: current state, problems and prospects for development: materials of the 1st International Scientific and Practical Conference (Starobilsk, November 16-17, 2021)*. Starobilsk: Luhansk National University Publishing House. Retrieved 28.07.2025 from https://tourlib.net/statti_ukr/schuka5.htm [in Ukrainian].
22. Shchuka, H. P., Paska, M. Z., & Pobihun, O. V. (2023). Public-private partnership as the main condition for the development of gastronomic tourism in Zakarpattia. *Bulletin of Kherson National Technical University, 4 (87)*, 406–413. <https://doi.org/10.35546/kntu2078-4481.2023.4.53> [in Ukrainian].



Дата надходження статті: 23.02.2025

Дата прийняття статті: 10.10.2025

Опубліковано: 30.12.2025