

ЗМІСТ

*I. МІЖНАРОДНЕ СПІВРОБІТНИЦТВО І ОСВІТА В КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ  
НАЦІОНАЛЬНОГО ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ*

<i>Горобець О.М.</i> Механізми регулювання міжнародної туристичної діяльності.....	3
<i>Бобер Н.М.</i> Правові засади співробітництва України та Італії у галузі туризму..	7
<i>Бордун О.Ю., Гамкало М.З.</i> Використання ресурсів Львівського туристичного центру в контексті україно-італійського співробітництва.....	11
<i>Карфанья Е.</i> Еногастрономія і туризм у світлі реформи професійного навчання в Італії.....	14
<i>Дітковська С.О.</i> Методика туристського вивчення країн.....	19
<i>Кіптенко В.К.</i> Типологія країн Європи за рівнем туристичної конкурентоспроможності.....	23
<i>Карась О.С.</i> Напрями розвитку транспортної інфраструктури України в умовах міжнародного туризму.....	26

*II. НАЦІОНАЛЬНИЙ ТУРИСТИЧНИЙ ПРОДУКТ ТА ІМІДЖЕВА ПОЛІТИКА  
КРАЇНИ*

<i>Ткешелашвілі М.Л.</i> Аспекти формування маркетингової стратегії в контексті розвитку національного туристичного продукту.....	31
<i>Уліганець С.І.</i> Імідж як складова маркетингової політики в туризмі.....	35
<i>Олійник Я.Б., Кононенко О.Ю, Мельничук А.Л.</i> Роль екомережі у системі формування та просування національного туристичного продукту.....	39
<i>Божук Т.І.</i> Сакральні-туристичний продукт: потреба створення.....	42
<i>Монтекьярі А., Мотузенко О.</i> Культура – туризм - еногастрономія: триєдність для розвитку італійського туризму.....	45
<i>Россіт В.</i> Особливості італійської кухні у формуванні туристської пропозиції в Україні.....	48
<i>Мальчикова Д.С., Машикова О.В.</i> Оптимізація використання суспільно-історичних рекреаційно-туристичних ресурсів Херсонської області.....	50
<i>Смирнов І.Г.</i> Італійська «паста» та логістика: досвід компанії «Barilla».....	54
<i>Попович І.С.</i> Фізико-географічні та естетичні аспекти туристичної привабливості ландшафтів Закарпаття (на прикладі басейну р.Теребля).....	63
<i>Шандор Ф.Ф.</i> Міжрегіональне співробітництво на прикладі туристичного бренду "Карпати".....	66
<i>Бойко І.Д., Король О.Д., Бичкова В.М.</i> Окремі положення розробки бренду туристичної дестинації на прикладі м. Чернівці.....	70
<i>Василевська Я.В.</i> Просторовий аналіз забезпеченості території Херсонської області історико-культурними ресурсами.....	75
<i>Бондар А.І.</i> Зелений туризм як важлива складова національного туристичного продукту.....	79
<i>Скавронська І.В.</i> Міжнародні спортивні заходи як диверсифікований туристичний продукт в основі іміджевої політики країни.....	83
<i>Граціозі В.</i> Центр Всесвіту.....	86

<i>Смирнов І.Г., Сировець С.Ю.</i> Дорожня система Давньоримської держави та її залишки в Україні як об'єкти туристичного показу.....	87
<i>III. ГЕОГРАФІЯ РЕКРЕАЦІЇ І ТУРИЗМУ: ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРИКЛАДНІ ПИТАННЯ</i>	
<i>Мотузенко О.О., Морозова Л.В.</i> Особливості реалізації маркетингової стратегії оптимізації діяльності туристичного підприємства в період світової фінансової кризи.....	94
<i>Арїон О.В., Федорова К.В.</i> Особливості функціонально-планувальної організації приморських рекреаційних районів.....	98
<i>Дмитрук О.Ю., Олішевська Ю.А., Купач Т.Г., Дем'яненко С.О.</i> Функціональний аналіз зеленої зони міста Києва.....	106
<i>Соколова О.І.</i> Перспективи використання територій природо-заповідного фонду для розвитку рекреаційно-туристичної діяльності.....	112
<i>Поплавська І.В.</i> Діяльність транснаціональних готельних мереж в Україні.....	116
<i>Корчук О. С., Купач Т. Г.</i> Екологічний туризм на природно-заповідних територіях України.....	119
<i>Петрина Н.В.</i> Рекреація та туризм у межах прибережно-морських природоохоронних зон Італії.....	123
<i>Чамор К.Г., Купач Т.Г.</i> Обласна комплексна історико-культурологічна програма “Золота підкова Черкащини”.....	130
<i>Ващенко О.В., Купач Т.Г.</i> Туристичні центри на території Бразилії.....	133
<i>ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ</i> .....	137
<i>КОЛОНКА РЕЦЕНЗЕНТА</i> .....	139

CONTENTS

*I. INTERNATIONAL COOPERATION AND EDUCATION IN CONTEXT OF DEVELOPMENT OF NATIONAL TOURIST PRODUCT*

<i>Horobets O.M.</i> Meccanismi di regolazione dell'attività turistica.....	3
<i>Bober N.M.</i> Legal regulations between Ukraine and Italy cooperation in sphere of tourism.....	7
<i>Bordun O.Yu., Hamkalo M.Z.</i> Uso lviv centro turistico nel contesto della cooperazione dell'Ucraina-Italiana.....	11
<i>Carfagna E.</i> Enogastronomia e turismo nell'ottica della riforma della scuola secondaria in Italia.....	14
<i>Ditkova S.O.</i> Country tourist study methodology.....	19
<i>Kiptenko V.K.</i> European countries tourism competitiveness typology.....	23
<i>Karas` O.S.</i> Sviluppo delle infrastrutture di trasporto ucraina in international tourism	26

II. NATIONAL TOURIST PRODUCT AND IMAGINARY POLICY OF COUNTRY

<i>Tkeshelashvili M.L.</i> Aspects of marketing strategy formation in the context of the national tourist product development.....	31
<i>Uliganets S.I.</i> Image as component of marketing policy in tourism.....	35
<i>Oliylik Y.B., Kononenko O.Yu., Melnichuk A.L.</i> Il ruolo di econet nella sistema di formazione e promozione prodotto turistico nazionale.....	39
<i>Bozhuk T.I.</i> Sacrale-turismo di prodotto: requisiti sviluppo.....	42
<i>Montecchiari A., Motuzenko O.</i> Cultura - Turismo - Enogastronomia: un trionfo indissolubile per lo sviluppo del turismo italiano.....	45
<i>Rossit W.</i> La cucina italiana e le sue eccellenze per collaborare all'offerta turistica nel territorio ucraino.....	48
<i>Malchikova D.S., Mashkova O.V.</i> Optimization the use of socio-historical recreation and tourism resources of Kherson region.....	50
<i>Smirnov I.G.</i> Italian «Paste» and logistic: experience of company «Barilla».....	54
<i>Popovich I.S.</i> Geographical and aesthetic aspects of tourist attractiveness landscape Transcarpathia (on the example of Tereblyya's river basin).....	63
<i>Shandor F.F.</i> Interregional cooperation on the example of a tourist brand "Carpathians".....	66
<i>Boiko I., Korol' A., Bichkova V.</i> Alcune turistiche disposizioni per destinazioni di branding, esempio cita di Chernivtsi.....	70
<i>Vasilevs`ka Ya.V.</i> Spatial analysis of security in the Kherson region historik-cultural resources.....	75
<i>Bondar A.I.</i> Green tourism as the important part of the national tourist product.....	79
<i>Skavrons`ka I.V.</i> Eventi sportivi internazionali come un prodotto turistico diversificato a immagine di policy-based del paese.....	83
<i>Graziozi V.</i> Il centro del mondo.....	86
<i>Smirnov I.G., Syrovets S.Yu.</i> Travelling system of the Old Rome state and its tailings in Ukraine as object of tourist show.....	87

III. GEOGRAPHY OF REKREATION AND TOURISM: THEORETICAL AND APPLIED QUESTIONS

<i>Motuzenko O.O., Morozova L.V.</i> Implementation features of marketing strategy for optimization of touristic enterprise's activity during world financial crisis.....	94
<i>Arion O. V., Fedorova K.V.</i> Special features for functional-planning organization of coastal regions.....	98
<i>Dmitruch O.Y., Olishevskiy Y.A., Kupach T.G. Demyanenko S.O.</i> Functional analysis of green belt of Kyiv.....	106
<i>Sokolova O.I.</i> Prospects of the use of territories prirodo-commandment to fund for development rekreation and tourist activity.....	112
<i>Poplavska I.V.</i> Activity of transnational hotel networks in Ukraine.....	116
<i>Korchook E.S., Kupach T.G.</i> Ecological tourism on the protected territories of Ukraine.....	119
<i>Petryna N.V.</i> Recreation and tourism in the marine protected areas of Italy.....	123
<i>Chamor K.G., Kupach T.G.</i> The region history-culture program "The golden horse-shoe of Cherkasy region".....	130
<i>Vashenko O.V., Kupach T.G.</i> Tourism centers in Brazil.....	133
<i>INFORMATION ABOUT AUTHORS</i> .....	137
<i>COLUMN OF REVIEWER</i> .....	139