

УДК 721.011

І. М. Макарчук,

к. е. н., доцент, доцент кафедри фінансів,

Університет Григорія Сковороди в Переяславі, м. Переяслав

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0001-8434-5660>**Ю. М. Колодич,**

спеціаліст вищої категорії, викладач — методист, голова циклової комісії Туризму і рекреації

Рівненський фаховий коледж інформаційних технологій, м. Рівне

ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0001-3940-4155>**К. В. Шевчук,**

спеціаліст вищої категорії, викладач циклової комісії Туризму і рекреації

Рівненський фаховий коледж інформаційних технологій, м. Рівне

ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0004-2227-0033>**Л. М. Яременко,**

к. е. н., доцент, доцент кафедри менеджменту,

Університет Григорія Сковороди в Переяславі, м. Переяслав

ORCID ID: <https://orcid.org/0009-0002-3138-3369>**Н. С. Петренко,**

к. е. н., науковий співробітник Центру інновацій та технологічного розвитку,

ДУ "Інститут досліджень науково-технологічного потенціалу та історії науки

ім. Г.М. Доброва НАН України", м. Київ

ORCID ID: <https://orcid.org/0000-0002-9781-5622>

DOI: 10.32702/2306-6792.2024.7.50

ТУРИСТИЧНА ДЕСТИНАЦІЯ ЯК ОБ'ЄКТ УПРАВЛІННЯ В ТУРИЗМІ

I. Makarchuk,

PhD in Economics, Associate Professor of the Department of Finance,

Grigory Skovoroda University in Pereyaslav, Pereyaslav

Y. Kolodych,

Specialist of the highest category, teacher — methodologist, Chairman of the Tourism

and Recreation Cyclical Commission, Rivne Professional College of Information Technologies, Rivne

K. Shevchuk,

Specialist of the highest category, a teacher of the Cyclical Commission of Tourism and Recreation

Rivne Professional College of Information Technologies, Rivne

L. Yaremenko,

PhD in Economics, Associate Professor of the Department of Management,

Grigory Skovoroda University in Pereyaslav, Pereyaslav

N. Petrenko,

PhD in Economics, researcher Centre for innovations and technological development Dobrov Institute

for Scientific and Technological Potential and Science History Studies of the NAS of Ukraine, Kyiv

TOURIST DESTINATION AS AN OBJECT OF MANAGEMENT IN TOURISM

У статті розглянуто теоретико-методологічні підходи щодо визначення сутності поняття "туристична дестинація", як ключового об'єкта управління в сфері туризму. Досліджено роль туристичної дестинації у формуванні та розвитку туристичної індустрії, а також основні аспекти її управління. Окреслено головні компоненти туристичної дестинації — атракції, зручності, доступність, посередники та допоміжні служби, організація діяльності туристів, наявність готового туристичного продукту. Встановлено, що важливою умовою функціонування туристичної дестинації є комплексне управління всіма її складовими.

нації є її ресурси та імідж, що формують мотиви до подорожей та являються власне причиною подорожі. Досліджується важливість взаємодії між різними галузями, що займаються управлінням туристичною дестинацією, такими як громадські організації, владні установи, приватні сектор та місцеві жителі. Особлива увага приділяється вирішенню конфліктів інтересів, збалансованому розвитку та збереженню культурної спадщини та природних ресурсів. У статті аналізується концептуальне та практичне значення ефективного управління туристичною дестинацією з метою забезпечення її сталого розвитку. Досліджуються стратегії та інструменти управління, включаючи маркетингові підходи, ресурсне забезпечення, розвиток інфраструктури та співпрацю зі зацікавленими сторонами. Зроблено акцент на необхідності комплексного підходу до управління туристичною дестинацією з урахуванням її унікальних особливостей, потенціалу та впливу на місцеве середовище. Висновки статті спрямовані на розуміння та практичне застосування стратегій управління, спрямованих на підвищення конкурентоспроможності туристичної дестинації і задоволення потреб різних груп зацікавлених сторін. Отримані результати можуть бути використані для аналізу маркетингових інструментів просування туристичних дестинацій. Подальше вивчення та впровадження рекомендацій сприятиме створенню стійких та привабливих туристичних продуктів, що в свою чергу сприятиме економічному та соціокультурному зростанню регіонів.

The article examines theoretical and methodological approaches to defining the essence of the concept of "tourist destination" as a key object of management in the field of tourism. The role of a tourist destination in the formation and development of the tourism industry, as well as the main aspects of its management, is investigated. The main components of a tourist destination are outlined — attractions, amenities, accessibility, intermediaries and support services, organization of tourist activities, availability of a finished tourist product. It is established that an important condition for the functioning of a tourist destination is its resources and image, which form the motives for travel and are the actual reason for travel. The importance of interaction between various sectors involved in the management of a tourist destination, such as public organizations, government agencies, the private sector and local residents, is investigated. Particular attention is paid to resolving conflicts of interest, balanced development and preservation of cultural heritage and natural resources. The article analyzes the conceptual and practical significance of effective management of a tourist destination in order to ensure its sustainable development. The article explores management strategies and tools, including marketing approaches, resource provision, infrastructure development, and cooperation with stakeholders. Emphasis is placed on the need for an integrated approach to managing a tourist destination, taking into account its unique features, potential and impact on the local environment. The conclusions of the article are aimed at understanding and practical application of management strategies aimed at increasing the competitiveness of a tourist destination and meeting the needs of different groups of stakeholders. The results obtained can be used to analyze marketing tools for promoting tourist destinations. Further study and implementation of the recommendations will contribute to the creation of sustainable and attractive tourism products, which in turn will contribute to the economic and socio-cultural growth of the regions.

Ключові слова: туристична дестинація, маркетингові інструменти, туристичні ресурси, туристична пропозиція, привабливість первинної і вторинної дестинацій.

Key words: tourist destination, marketing tools, tourist resources, tourist offer, attractiveness of primary and secondary destinations.

ПОСТАНОВКА ПРОБЛЕМИ

Туризм суттєво впливає на соціально-економічний прогрес країни та її регіонів. Потoki туристів вказують на їх зацікавленість у місцях з розвиненою туристично-рекреаційною інфраструктурою, що в свою чергу призводить до збільшення фінансових потоків у регіони, залучення інвестицій у розвиток місцевої туристичної бази та створення нових робочих місць. Ефективне використання рекреаційних та історико-культурних ресурсів територій є ключовою складовою сталого регіонального розвитку.

У сучасній туристичній індустрії важливе поняття — "туристична дестинація", що охоплює основні аспекти туристичної привабливості території. Формування та функціонування туристичної дестинації базується на туристсько-рекреаційному потенціалі території та наявності відповідної туристичної інфраструктури. Туристична дестинація виступає як суб'єкт ринкових відносин та об'єкт управління в галузі туризму, що підкреслює актуальність даної проблематики для досліджень.

**АНАЛІЗ ОСТАННІХ ДОСЛІДЖЕНЬ
І ПУБЛІКАЦІЙ**

Дослідження туристичних DESTИНАЦІЙ активно проводяться як іноземними, так і вітчизняними науковцями: В. Альтгоф, Т. Bieger P. & Beritelli, Я. Качмарек, А. Стасяк, Б. Влодарчик. Вони включають оцінку природно-рекреаційного потенціалу регіонів та їх туристичні ресурси, а також вивчають інноваційні підходи в управлінні туристичними DESTИНАЦІЯМИ. А. І. Головчан, запропонувала методiku оцінки ефективності функціонування туристичних DESTИНАЦІЙ, Н. В. Корж & Д. І. Басюк, розглядали основні аспекти управління туристичними DESTИНАЦІЯМИ на різних рівнях управління, А. А. Мазаракі, Т. І. Ткаченко, С. В. Мельниченко, досліджували туристичні DESTИНАЦІЇ з погляду теорії, управління та брендингу. Т. І. Ткаченко, провела дослідження теоретичних, концептуальних і методологічних аспектів функціонування DESTИНАЦІЙ та запропонувала класифікацію туристичних DESTИНАЦІЙ, Л. І. Юрчишин, дослідила DESTИНАЦІЮ як основу регіонального розвитку туризму, Брич В. Я., визначив стратегічні вектори розвитку туристичних DESTИНАЦІЙ Тернопільщини. Також у монографії Кифяка О. В. представлені результати дослідження перспектив формування туристичних DESTИНАЦІЙ у західноукраїнських прикордонних регіонах та їх теоретико-методологічне забезпечення.

Зростаюча важливість дослідження туристичних DESTИНАЦІЙ обумовлена сучасними умовами. Зміни внутрішніх та зовнішніх факторів, які впливають на їх формування та функціонування, потребують визначення ефективних інструментів управління їх розвитком.

МЕТА СТАТТІ

Метою даної статті є аналіз теоретичних та практичних аспектів формування та функціонування туристичної DESTИНАЦІЇ, як об'єкта управління в туризмі. Предметом дослідження є основні типи DESTИНАЦІЙ за різними ознаками.

**ВИКЛАД ОСНОВНОГО
МАТЕРІАЛУ**

Туристичні ресурси, потенціал, кадри, фінанси, маркетинг, інновації та туристична пропозиція — що з них є складовою чи мотивацією для руху, розвитку, дії, існування туристичних напрямків? Сучасний туризм є значущим фактором у соціально-економічному розвитку регіонів через зростання туристичних потоків, залучення інвестицій у розвиток місцевої інфраструктури, раціональне використан-

ня природних та культурних ресурсів території, а також активну участь у національній та міжнародній торгівлі послугами. Неорганізований розвиток країн, міст і регіонів як туристичних напрямків вже не є актуальним, оскільки без наукового підґрунтя та моделювання неможливо реалізувати ефективну стратегію розвитку туристичного потенціалу регіону. Важливо передбачити процес формування туристичного продукту, прогнозувати майбутні зміни та адаптувати туристичну інфраструктуру до нових викликів ринку. Для успішного розвитку туристичного центру необхідно мати науково обґрунтовану стратегію сталого розвитку, що служить основою для управління туристичною галуззю регіону в контексті загального соціально-економічного прогресу та екологічного благополуччя [7].

Тому він базується на створенні та обміні споживчими цінностями, особистим досвідом подорожей і когнітивними процесами, якими свідомо чи несвідомо керують споживачі. Туризм вимагає ретельного планування та управління, оскільки необхідно враховувати багато зацікавлених сторін, включаючи туристів, мешканців, власників нерухомості та працівників туристичного сектора. Крім того, головним пріоритетом є створення світових туристичних DESTИНАЦІЙ стійкими в довгостроковій перспективі, які визнають ключову роль міського середовища в сталому розвитку, наприклад, шляхом формулювання конкретних цілей сталого розвитку, також відомих як міські цілі. Для цього потрібно робити міста інклюзивними, безпечними та сталими. Рейтинги туристичних місць базуються на аналізі туристичної популярності та привабливості з урахуванням зміни іміджу міста [2].

Туристична привабливість міста включає такі складові, як розвинена інфраструктура, безпека та комфорт для туристів під час перебування в місті, послуги, які туристи отримують, традиції, національна культура та гастрономічні уподобання. Туристична привабливість міста — це наявність туристичного потенціалу території, забезпечення умов для охорони туристичних ресурсів та досягнення економічного та соціального ефекту без порушення еколого-екологічної рівноваги. Туристична привабливість міста призначення впливає на підвищення привабливості території для здійснення комерційної чи некомерційної діяльності для задоволення туристичного попиту. Розвиток міста можна назвати стратегічним, якщо він впливає на найважливіші сторони його функціонування: позитивно і негативно [1].

Стратегія має прояснити, що є основним двигуном розвитку, і цим "тягнути" розвиток інших районів міста. Суть цієї стратегії полягає в обов'язковій координації економічного, екологічного та людського розвитку за умови, що якість життя та безпека людей не будуть знижуватися від покоління до покоління, екологічна ситуація не погіршуватиметься, економіка та суспільство будуть розвиватися. Це також впливає на можливість вирішення соціально-економічних проблем, використовуючи можливості, створені зовнішнім середовищем, а також потенціал розвитку в межах міста, як основного, так і вторинного призначення [3].

Первинна дестинація приваблює увагу клієнта та викликає в нього бажання відвідати її, і головною метою є задоволення цього бажання протягом конкретного періоду часу, наприклад, протягом дня або тижня. Важливо відзначити, що вторинний продукт дестинації не має достатньої комплексності та унікальності, щоб самостійно привертати туристів. Зазвичай це невеликі міста або населені пункти з обмеженими туристичними атракціями, які можна відвідати за один або два дні. Однак, у контексті розташування поруч із первинними дестинаціями, вони можуть бути конкурентоспроможними як додатковий продукт. У Західній Європі багато таких невеликих міст успішно розвиваються завдяки своєму статусу вторинної дестинації, пропонуючи привабливі продукти, споживання яких примушує туристів залишатися. Навіть такий короткий період часу може бути достатнім для забезпечення доходу місцевій індустрії сервісу та туризму, що впливає на комплексний стабільний розвиток території. З точки зору відвідуваності, первинна дестинація має приваблювати туристів на тривалій період часу [6].

Привабливість вторинної дестинації для туристів нижча і, отже, її головне завдання полягає в залученні великої кількості туристів, але на короткий час. Слід відзначити ще одну важливу обставину.

Первинна дестинація завжди характеризується певним розташуванням на території (наприклад, Діснейленд), тоді як вторинна дестинація повинна бути в хорошому місці відносно транспортних комунікацій, що призводить до великих первинних комунікацій. Варто зазначити, що сучасний розвиток міст, як туристичних дестинацій, також забезпечує захист туристів. У сфері захисту туристів та їх безпеки, чинне законодавство має відповідати нормативно-правовим актам щодо усунення злочинності та насильства. База туристичної при-

вабливості туристичної дестинації складається з наявних і потенційних туристичних об'єктів, які можуть бути від місцевого до міжнародного значення. Екологічними характеристиками туристичної дестинації є здорове довкілля, цікаві орієнтири та якісна просторова організація туристичних місць та їх околиць. Деградація та пошкодження існуючих або потенційних туристичних об'єктів зменшує потенціал розвитку туристичної дестинації. Такий же ефект має і зниження якості їх екологічних характеристик. Таким чином, руйнування елементів туристичної бази, а також довкілля може в довгостроковій перспективі призвести до значного зниження початково оціненого потенціалу розвитку туристичної дестинації. Туристична дестинація, має такі риси як:

Доступність. Для туриста важливим фактором є розвиненість транспортних зв'язків. Турист має задовольнити потребу скористатись прокатом автомобілів, або замовити екскурсійний автобус, завдяки якому можна побачити багато визначних місць та історичних пам'яток, витративши лише один день [4].

Зручність. А саме, близьке розташування готелю з кафе, магазинами, спортивних майданчиків та різноманітних розваг. Все це має створити затишок для людини, яка щойно приїхала у нове місто [10].

Послуги. Потрібно надати якомога більше послуг, щоб відвідувач відчував себе комфортно в іншій країні. Проінформувати, як замовляти ту чи іншу програму, наприклад туристичну екскурсію, або похід у спа.

Цінність міста як туристичної дестинації. Відвідувач повинен мати можливість відчути культуру та історію того міста, куди він прибув. Побачити, які продукти, сувеніри, створює місцевий народ [5].

Туристичні дестинації класифікують відповідно до особливостей туристичного продукту, виділяють такі типи туристичних дестинацій:

перший тип — столиці та великі міста, приваблюють туристів можливістю здійснити діловий чи пізнавальний туризм; другий тип — привабливі для туристів центри, не столиці, але міста, які приваблюють своєю історією, культурою. Села, де збереглась самобутня культура, звичаї, історія. Зазвичай недалеко від сіл та міст будують заклади розміщення для туристів; третій тип — це спеціально побудовані центри для туристів. Наприклад, тематичний парк Гаррі Поттера у Великобританії, "Діснейленд" у Франції, Каліфорнії, Гонконзі [8].

Інтегроване управління туристичною дато-нацією спрямоване вирішити такі завдання як: забезпечити якісні туристичні послуги, які виробляються; зберегти вже наявний туристичний потенціал; організувати економічні зв'язки між підприємствами, задіяні у процес туристичної діяльності; забезпечити необхідними умовами для організації обслуговування туристів.

Протягом останніх кількох десятиліть міста по всьому світу конкурували один з одним, активно намагаючись залучити та розмістити більше відвідувачів. Таким чином, багато міст зафіксували значне збільшення кількості відвідувачів, і це були не лише традиційні туристичні міста, такі як Париж, Лондон, Рим чи Венеція, які вже давно приваблюють значну кількість відвідувачів, а й інші менш відомі міста, які навряд чи були в уяві туристів до 1990-х років. Можна помітити, що кількість міжнародних туристів, які відвідують міста, постійно та неухильно зростає, причому деякі міські напрямки, які приваблювали у 2018 році вдвічі більше таких відвідувачів, ніж вісім — десять років тому, (наприклад, Бангкок, Сеул та Стамбул), але їх обігнали азіатські міста, такі як Пхукет і Паттайя. Китайські міста такі як Пекін, Шанхай, Ханчжоу, Гуїлінь та Сіань, і є однією з країн, що розвиваються, де зафіксовано один із найвищих темпів зростання кількості туристів за останні кілька десятиліть [10].

Азіатські напрямки стають все більш конкурентоспроможними на світовій арені, а отже, і багато азіатських міст. Азія відома своєю багатотою та різноманітною культурою і спадщиною, які приваблюють відвідувачів протягом багатьох десятиліть. Однак новітні міжнародні визнання об'єктів, особливо ЮНЕСКО, підвищили обізнаність і популярність кількох пам'яток культурної та історичної спадщини в азійських містах або поблизу них. До них належать, наприклад, Велика стіна та Заборонене місто поблизу та в Пекіні; Комплекс Тадж-Махал і Червоний форт в Агрі; Храмовий комплекс Ангкор-Ват розташований за 5,5 км на північ від сучасного міста Сієм Ріп (Камбоджа); Аютхая — столиця давньоіндійської держави (Таїланд), і багато інших. Значні території чотирьох міст — Джорджтаун та Малаккі (Малайзія), Кіото і Макао — культурні об'єкти Списку всесвітньої спадщини. Деякі з об'єктів ЮНЕСКО — це поєднання історії та культури, природа, включаючи китайські класичні сади Сучжоу в провінції Цзянсу (Китай) і ботанічний сад у Сінгапурі [9].

Ще одним фактором, який розширив туризм в азіатських містах, є розвиток більшої

кількості розважальних атракціонів. Враховуючи динамічний характер міст як туристичних дестинацій, існує постійна потреба оновлювати тур продукти, послуги та враження, які пропонуються відвідувачам. До основних сучасних тенденцій розвитку міст як туристичних дестинацій, можна віднести дослідження невідомих частин світу. Можливість бачити місто як туристичну дестинацію через телефон, та швидко обирати тур, який припав до душі. Туристів з різних країн приваблює й сучасна технологічно розвинута медицина, впровадження наукових досліджень, досвід висококваліфікованого медперсоналу у лікуванні певних хвороб, пошкоджень, тому соціальний туризм, який є організованим, колективним та має свої пріоритетні види носить насамперед культурно-пізнавальний, оздоровчий характер.

Соціальний туризм, виконує заохочувальну функцію, стимулюючи суспільно корисну активність людей. Гасло Всесвітньої Туристичної Організації "Де розвивається туризм, там відступає бідність" є дуже актуальним для будь-якої з країн. Потрібно реконструювати і розширювати мережі туристичних об'єктів і послуг. Одним з основних напрямків технологічних інновацій в туризмі є використання віртуального простору для інформування та просування на ринок своїх послуг. Вчені обговорюють поєднання штучного інтелекту та великих даних разом із Інтернетом речей у туристичних дестинаціях. Роботи зі штучним інтелектом та сервісними роботами поступово впроваджуються у світові туристичні міста та в окремі туристичні підприємства. Роботи-сервіси в міських готелях стають все більш популярними і отримали поштовх в умовах "без дотику" під час пандемії COVID-19 [7].

Туристичні міста будуть все частіше застосовувати нові технології та інновації в широкому діапазоні секторів, від транспорту та мобільності до залучення громадян. Ця технологія повинна бути сумісною та інтегрованою, а її впровадження здійснюватиметься в комплексний спосіб, щоб принести користь загальному функціонуванню міст. На розвиток туристичних дестинацій в містах впливає політика та пріоритети національного уряду щодо туризму. Там, де країни надають високий пріоритет економічному розвитку та диверсифікації, розвиток туризму, як правило, заохочується, як у Китаї та Саудівській Аравії [5].

Отже, креативне управління, прогнозування, врахування зовнішніх факторів і робота з внутрішніми факторами, що впливають на еволюцію дестинації, постійний моніторинг мар-

кетингового середовища, активні дії менеджерів дестинації, спрямовані на сталий розвиток території як туристичної дестинації. Дотримання основних і специфічних принципів управління сприятиме ефективному та обґрунтованому розвитку туристичної дестинації як інноваційного успішного проєкту.

Література:

1. Географія: підруч. для 8 кл. закл. заг. середньої освіти. В. М. Бойко, І. Л. Дітчук, Л. Б. Заставецька. Київ. Перун, 2021. 296 с.

2. Всесвітня туристська організація (UNWTO). URL: <http://www2.unwto.org/>

3. Гайдук А. Б. Процеси глобалізації та концентрації як фактор розвитку європейського та світового туристичних господарств. Регіональна економіка. 2003. № 1. С. 227—233.

4. Грико Ю. Вплив міжнародного туризму на розвиток країн світу. Студентський науковий вісник Луцького національного технічного університету. 2014. С. 67—73.

5. Головчан А. І. Теоретико-методичні підходи до оптимізації розвитку туризму в дестинаціях. Вісник ДІТБ. 2011. № 15. С. 139—145.

6. Гук Н. А. Вплив туризму на соціально-економічний розвиток держави. Актуальні проблеми моделювання та управління соціально-економічними системами в умовах глобалізації: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. Дрогобич. ДДПУ ім. І. Франка. 2018. С. 143—147.

7. Дейлі Г. Поза зростанням. Економічна теорія сталого розвитку. Київ. Інтелсфера. 2002. С. 49—69.

8. Дугінець Г. В. Особливості розвитку міжнародного ринку туристичних послуг в умовах глобалізації. Економічний простір: зб. наук. пр. 2018. № 139. С. 5—13.

9. Загорський В. С. Концептуальні основи формування системи Управління сталим розвитком еколого-економічних систем: монографія, 2018. 336 с.

References:

1. Bojko, V.M. Ditchuk, I.L. Zastavets'ka, L.B. (2021), *Neohrafiia [Geography]*, Perun, Kyiv, Ukraine.

2. UNWTO (2024), available at: <http://www2.unwto.org/> (Accessed 05 March 2024).

3. Hajduk, A.B. (2003), "Processes of globalization and concentration as a factor in the development of European and world tourism economies", *Rehional'na ekonomika*, vol. 1, pp. 227—233.

4. Hryko Yu. (2014), "The influence of international tourism on the development of the count-

ries of the world", *Students'kyj naukovyj visnyk Luts'koho natsional'noho tekhnichnoho universytetu*, pp. 67—73.

5. Holovchan, A.I. (2011), "Theoretical and methodological approaches to optimization of tourism development in destinations", *Visnyk DITB*, vol. 15, pp. 139—145.

6. Huk, N.A. (2018), "The impact of tourism on the socio-economic development of the state", *Aktual'ni problemy modeliuvannia ta upravlinnia sotsial'no-ekonomichnymy systemamy v umovakh hlobalizatsii: materialy Mizhnar. nauk.-prakt. konf. [Actual problems of modeling and management of socio-economic systems in the conditions of globalization: materials of the International Scientific and Practical Conference]*, DDPU im. I. Franka, Drohobych, Ukraine, pp. 143—147.

7. Dejli, H. (2002), "Out of growth. Economic theory of sustainable development", *Ekonomichna teoriia staloho rozvytku. Intelsfera*, Kyiv, pp. 49—69.

8. Duhinets', H.V. (2018), "Features of the development of the international market of tourist services in the conditions of globalization", *Ekonomichnyj prostir: zb. nauk. pr.*, vol. 139, pp. 5—13.

9. Zahors'kyj, V.S. (2018), *Kontseptual'ni osnovy formuvannia systemy Upravlinnia stalym rozvytkom ekoloho-ekonomichnykh system [Conceptual foundations of the formation of the system of Management of sustainable development of ecological and economic systems]*, Lviv, Ukraine.

Стаття надійшла до редакції 13.03.2024 р.

<https://nauka.com.ua>

Електронне фахове видання

ДЕРЖАВНЕ УПРАВЛІННЯ
удосконалення та розвиток

Виходить 12 разів на рік

включено до переліку наукових фахових видань України
з питань **ДЕРЖАВНОГО УПРАВЛІННЯ**
(Категорія «Б»)

Наказ Міністерства освіти і науки України
від 28.12.2019 №1643

Спеціальність 281

e-mail: economy_2008@ukr.net

 viber: +38 050 3820663