

УДК 338.482.22. (477.62)

**ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЦІННІСНОГО ПРОСТОРУ СПОЖИВАЧІВ
ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ МІСТА МАРІУПОЛЯ**<http://orcid.org/0000-0002-3815-019X>**Любчук Ольга Костянтинівна**, завідувач кафедри туризму, д. держ. упр., професор, ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет», м. Маріуполь**Olga Liubchuk**, Head of the Department of Tourism, Doctor of Science in State management, professor, SHEI «Pryazovskyi State Technical University», Mariupol***O. Liubchuk, Prospects for the development of the value space of consumers of tourist services in the city of Mariupol.***

The article shows analyzes the prospects of tourist services development in Mariupol. Presented is the formation of Mariupol as tourist center in the context development of field of value needs and area needs of consumers. Different approaches are presented on the selection of value orientations types. The research examines the impact of the value system, clearly defined patterns and lifestyles that are propagated in society for a person as a professional, consumer. The influence of the consumers personal values system on the development of various tourism types in the region is noted. The dominance of certain tourist needs in the leisure values of the students of Mariupol is stated. A low level of awareness about the availability of tourist resources various types among the youth of the city is noted. The current state and perspective directions of tourism development are considered on the basis of available natural, historical, architectural and cultural resources of the city. The mapping of the unique natural resources of Mariupol in the work of the famous artist Greek origin A. Kuinji is underlined. It was clarified that the problem of historical and cultural anthropogenic resources of Mariupol and Priazovya was revealed in the works of many ethnographers. The resurgence of excursion services in Mariupol is shown. The attention is paid to the possibilities of recreational, wellness, cognitive, industrial and religious tourism development in Mariupol. The uniqueness of historical and cultural, spiritual anthropogenic resources of Mariupol for their becoming tourist resources is indicated. The perspective directions of the necessary researches for formation of tourist interest to tourist resources of Mariupol city, in particular, monitoring for revealing values of different tourism types among consumers of tourist needs are determined.

Любчук О. К. Перспективи розвитку ціннісного простору споживачів туристичних послуг міста Маріуполя.

В статті проаналізовано перспективи розвитку туристичних послуг в місті Маріуполі. Представлено становлення Маріуполя туристичним центром в контексті розбудови простору цінностей та потреб споживачів. Показано різні підходи щодо виокремлення типів ціннісних орієнтацій. В дослідженнях розглянуто вплив системи цінностей, чітко окреслених взірців та стилів життя, які пропагуються у суспільстві для людини як професіонала, споживача. Зазначено впливовість системи особистісних цінностей споживачів на розвиток різних видів туризму в регіоні. Констатовано домінування певних туристичних потреб в дозвіллевих цінностях студентів Маріуполя. Відзначено низький рівень обізнаності про наявність різних видів туристичних ресурсів серед молоді міста. Розглянуто сучасний стан та перспективні напрямки розвитку туризму на базі наявних природних, історичних, архітектурних та культурних ресурсів міста. Підкреслено відображення унікальних природних ресурсів Маріуполя в творчості відомого художника грецького походження А. Куїнджі. З'ясовано, що проблема історичних та культурних антропогенних ресурсів Маріуполя та Приазов'я розкривалася в роботах багатьох краєзнавців. Показано відродження екскурсійних послуг в Маріуполі. Звернено увагу на можливості розвитку рекреаційного, оздоровчого, пізнавального, промислового та релігійного туризму в Маріуполі. Зазначено неповторність історичних та культурних, духовних антропогенних ресурсів Маріуполя для їх становлення туристичними ресурсами. Визначено перспективні напрями необхідних досліджень для формування туристського інтересу до туристичних ресурсів міста Маріуполя, зокрема моніторингу для виявлення цінностей різних видів туризму у споживачів туристичних потреб.

Любчук О. К. Перспективы развития ценностного пространства потребителей туристических услуг города Мариуполя.

В статье проанализированы перспективы развития туристических услуг в городе Мариуполе. Представлено становление Мариуполя туристическим центром в контексте развития пространства ценностей и потребностей потребителей. Показаны различные подходы к выделению типов ценностных ориентаций. В исследованиях рассмотрено влияние системы ценностей, четко очерченных образцов и стилей жизни, которые пропагандируются в обществе для человека как профессионала, потребителя. Указано влияние системы личностных ценностей потребителей на развитие различных видов туризма в

регионе. Констатовано доминирование определенных туристических потребностей в досуговых ценностях студентов Мариуполя. Отмечен низкий уровень осведомленности о наличии различных видов туристических ресурсов среди молодежи города. Рассмотрены современное состояние и перспективные направления развития туризма на базе имеющихся природных, исторических, архитектурных и культурных ресурсов города. Подчеркнуто отображение уникальных природных ресурсов Мариуполя в творчестве известного художника греческого происхождения А.Куинджи. Выяснено, что проблема исторических и культурных антропогенных ресурсов Мариуполя и Приазовья раскрывалась в работах многих краеведов. Показано возрождение экскурсионных услуг в Мариуполе. Обращено внимание на возможности развития рекреационного, оздоровительного, познавательного, промышленного и религиозного туризма в Мариуполе. Показана неповторимость исторических и культурных, духовных антропогенных ресурсов Мариуполя для их становления туристическими ресурсами. Определены перспективные направления необходимых исследований для формирования туристского интереса к туристическим ресурсам города Мариуполя, в частности мониторинга для выявления ценностей различных видов туризма у потребителей туристических нужд.

Постановка проблеми в загальному вигляді та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями. Туризм в Україні стає одним із пріоритетних напрямів розвитку економіки, сприяє розбудові туристичної інфраструктури та подальшому розвитку національної культури, створює умови для туристичної діяльності. В сучасних умовах туризм стає однією з провідних соціокультурних цінностей в сфері дозвілля. Це відбувається завдяки як посиленню взаємозв'язків та взаємозалежностей між країнами, так і відкритості кордонів, розвитку міжнародних контактів завдяки розвитку різних видів зв'язку, що допомагає майже миттєво задовольняти потреби в бронюванні готелів, купівлі білетів на різні види транспортного сполучення, вирішувати проблеми в отриманні додаткових туристичних послуг. Вважаємо, що до впливових факторів розвитку туризму необхідно віднести створення особистісно затребуваного ціннісного простору для споживача туристичних послуг. Тому актуальними є дослідження реального та перспективного ціннісно-потребового простору міста Мариуполя для становлення його туристичним центром Приазов'я та України.

Аналіз останніх досліджень і публікацій, на які спирається автор. Значний внесок у вирішення зазначених задач було зроблено в дослідженнях Н.Антонової щодо виокремлення різних видів цінностей сучасної молоді [1], Т.Титаренко відносно значущості особистісних цінностей для становлення життєвого шляху суб'єкта туризму [2], О.Любчук, В.Гончар, А.Пономаренко щодо з'ясування значущості різних видів туристських потреб в ціннісно-смысловому просторі молоді [3].

Виділення невирішеної проблеми, якій присвячується стаття. На сьогоднішній день невирішеною проблемою є вивчення ціннісного простору споживачів туристичних послуг міста Мариуполя, особливо молоді, для залучення її творчого потенціалу для перетворення міста в туристичний центр.

Мета статті полягає у з'ясуванні складових ціннісного простору споживачів туристичних послуг міста Мариуполя для становлення його туристичним центром Приазов'я та України.

Виклад основного матеріалу дослідження з обґрунтуванням отриманих наукових результатів. Туризм - динамічне утворення, що формується та видозмінюється відносно ціннісно - орієнтаційних потреб як суспільства загалом, так і окремого споживача. Виникнення нових цінностей і визнання їх мотивами, що спонукають до вчинкових дій, створюють той життєвий шлях, наявність якого і робить людину активним суб'єктом туризму. У дослідженні Т.Титаренко це положення розвинуто до дефініції: «Життєвий світ є результатом саморуху, саморозвитку особистості, розгортання особистих цінностей і смислів та структурування відносно до них зовнішньої дійсності» [2].

Цінності та ціннісні орієнтації вважаються базовою характеристикою особистості споживачів, так як вони утворюють їх ціннісно-потребовий простір і являються його складовими. Вони обумовлюють формування характеру та самосвідомості людини, впливають на ієрархію значущості потреб. В дослідженнях встановлено, що ціннісні орієнтації, їх зміст та спрямованість стійко характеризують особистість та являються

показником рівня їх розвитку, виражають внутрішню структуру відносин людини до різних цінностей матеріального та духовного світу, здійснюють регуляцію діяльності та поведінки. В сучасних дослідженнях виділяють різні види ціннісних орієнтацій, зокрема за видами життєвих цілей, за рівнями значущості потреб в певні вікові періоди життя, за впливом на знання - поведінкову складові життєдіяльності та ін. В дослідженнях виявлено, що на структуру цінностей впливають системи конструктивних цінностей, чітко окреслених взірців та стилів життя, які пропагуються у суспільстві для людини як громадянина, професіонала, споживача. Для сьогодення характерним є наявність різних типологій: А. Маслоу, Е. Шпрангера, діонісійської, аполонівської, сократівської, Н. Павлика, М. Рокича та ін. Вважаємо, що незважаючи на їх достатню кількість вони не розкривають проблему ціннісного простору споживачів туристичних послуг.

Сучасне дозвілля в постіндустріальному суспільстві обумовлене збільшенням позаробочого часу, наявністю механізації, автоматизації побуту, впровадженням засобів масової комунікації, розвитком різних форм розваг як форми дозвілдової реабілітації та проведення вільного часу, стійким елементом активності споживача послуг. Для сьогодення характерним є домінування туризму в дозвіллевих ціннісних перевагах для студентської молоді міста Маріуполя.

В той же час проведені дослідження показали, що рівень обізнаності про наявність різних видів туристичних ресурсів впливає на їх можливість бути значущими та входити в ціннісне ядро особистості або бути незначущими, не входити або наближатися до нього. В попередніх дослідженнях було виявлено у 70% студентів низький рівень обізнаності з туристичними об'єктами Маріуполя [4].

Маріуполь - найбільше місто на південному сході України в Донецькій області. Місто розташоване на північному узбережжі Азовського моря у гирлі річок Кальміус і Кальчик, є одним з найважливіших центрів металургії та машинобудування, найбільший морський порт України, освітній центр, кліматичний та грязьовий курорт. Розвиток курортної зони Азовського моря на основі благоустрою узбережжя є одним з пріоритетних напрямків розвитку регіону. Навколо міста потягнулася смуга курортних селищ: Урзуф, Юр'ївка, Ялта, Білосарайська коса, Мелекіно, Виноградне, Приморське, Піонерське, Сопіно, Бердянське та інші. На узбережжі Азовського моря розташовано понад двохсот оздоровчих установ, в тому числі дитячі, в яких щорічно до початку воєнних дій на сході України оздоровлювалося та відпочивало близько 300-350 тис. чоловік. На території району є неосвоєні великі запаси лікувальної мінеральної води та лікувальної грязі, які можуть бути використані для цілорічного повноцінного лікування та відпочинку населення України та інших країн.

У місті Маріуполі продовжує розвиватися мережа лікувальних, лікувально-оздоровчих та медичних установ та медичних послуг. Для становлення міста Маріуполя як туристичної дестинації необхідна наявність як туристичних ресурсів, так і сучасної туристичної інфраструктури, зокрема місця розміщення, харчування, розваг і високорозвинену транспортну систему; пам'ятки, які цікавлять туристів; інформаційні та комунікаційні системи, так як це необхідний інструмент інформування туристичного ринку. Для становлення міста Маріуполя туристичним центром південного сходу України необхідна організація кооперації регіональної та місцевої влади з місцевими знавцями-краєзнавцями, місцевою бізнес-елітою, туристичними компаніями та закладами професійної туристської освіти.

Одним з перспективних напрямків розвитку туризму в місті Маріуполі є пізнавальний туризм. Маріуполь здавна відоме як місто переселенців греків України, як духовне джерело їх самобутньої багатой культури, як контрастне поєднання неповторних природних ресурсів та великого промислового центру. Історико-культурні антропогенні ресурси Маріуполя є перспективним туристичним ресурсом, який потребує систематичних досліджень та організації послідовної роботи з його представлення як на місцевому, так і

державному, міжнародному рівнях для формування туристського інтересу та потреби в ньому у іноземних та внутрішніх туристів.

Проблема становлення історико-культурних антропогенних ресурсів Приазов'я, Маріуполя від минулих часів, починаючи з переселення греків, до сучасності висвітлювалася в роботах багатьох краєзнавців. Так, вважають, що в Маріуполі 29 травня 1820 року проїздом із Єкатеринослава на Кавказ був О. Пушкін. Дослідники зазначають, що він відвідав разом з сім'єю М. Раєвського гостинний двір при поштової станції, який знаходився на західній частині Базарної площі. Також краєзнавці зазначають, що 17 жовтня 1837 року в Маріуполі побував проїздом відомий поет В. Жуковський, який супроводжував цесаревича, майбутнього імператора Олександра II в його поїзді по країні. Майбутній імператор та його наставник відвідали Харлампіївську церкву [5, с.17]. В 1920 році в Маріуполі побував І. Папанін, який в своєму житті згодом став дослідником Арктики, контр-адміралом, доктором географічних наук. Ім'я І. Папаніна стало відомим в світі після його висадки на Північному полюсі для проведення багатогранних наукових досліджень [6, с.87]. Відомою пам'яткою Маріуполя на теперішній час є «Будинок з левами», який був особняком архітектора В. Нільсена, що знаходився на вулиці Костянтинівська, 10, також до відомих будівель Маріуполя відносять «Будинок в готичному стилі» - особняк на Гамперському спуску, «Будинок з балконом» - особняк фабриканта Тригубова (проспект Миру, 56) [7, с.75-76].

Унікальність природних ресурсів Маріуполя як приморського міста та його околиць знайшла відображення і в творчості відомого художника грецького походження А. Куїнджі. Найбільш відомими творами художника стали «Лунна ніч на Дніпрі», «Березова роща», «Українська ніч», «Вечір на Україні», «Після дощу» та інші. Куїнджі міг за допомогою найтонших ніжно-перломутрових тонів передати мерехтіння південного степового повітря, яке було прогріте сонцем. Його зорова пам'ять отримувала побачене в усіх дрібницях, а зоровий апарат феноменально сприймав колір. Здавалося, що він був здатний сприймати ту гаму кольорів, яка знаходиться безпосередньо за нормальною межею видимих нами кольорів. Цей природний дар робив його як художника недосяжним. Він був першим із живописців, який став писати лунне світло таким, яким бачив у своїй уяві, а саме: смарагдово-фосфорична куля, яка плине в просторі та випускає спокійне мерехтливе світло. Зорове сприйняття картини «Лунна ніч на Дніпрі» має особливість коли очі не можуть затримуватися на окремих подробицях композиції, а охоплюють лише загальну картину видовища, що відкривається. Загальне враження від картини, що вона написана самою природою. А. Куїнджі був неповторним майстром передачі не тільки лунного світла але й сонячного. В своїх картинах він змушує повірити в реальність переливів світла, вібрацію повітряного середовища та зорово його відчутти [7, с.41-43].

Соборна церква на честь священномученика Харлампія для грецької спільноти була закладена у 1780 році. Чотири роки службу вів в ній митрополит Ігнатій. В 1868 році маріупольці зробили мармурову дошку на честь митрополита Ігнатія, яка свідчила про службу митрополита в ній. В даний час екскурсійна діяльність в м. Маріуполі розвинена недостатньо. Деякі туристичні фірми міста надають екскурсійні послуги, однак ціни на них досить високі. В місті розроблюються та проводяться тематичні екскурсії: «Вулицями старого Маріуполя», «Твої визволителі, Маріуполь», «Маріуполь за роки незалежності: 1991-2019 р.». Основними об'єктами оглядових екскурсій в Маріуполі є різноманітні архітектурні забудови, пам'ятники, парки.

У місті також існують ресурси, які можна використовувати для розвитку релігійного туризму та проведення відповідних тематичних екскурсій. В Маріуполі здійснюють діяльність 59 релігійних формувань, з них: 15 православних храмів Української православної церкви Московського патріархату розташовані на території міста, 8 - у пригороді Маріуполя й прилеглих селищах, що становить Маріупольське Благочиння, куди входять 23 храми. Благочиння очолює протоієрей Миколай. Найбільш відомими з храмів є: Свято-Миколаївський собор (Центральний р-н), Свято-Миколаївський храм (Приморський

р-н), Преображенський храм, храм Святого архистратига Михаїла, Свято-Іллінський храм, Свято-Успенський храм та ін.

Свято-Миколаївський кафедральний собор знає майже кожний мешканець Маріуполя. Цей храм давно вже став центром духовного відродження міста. Закладення та освячення місця під будівництво відбулася в червні 1989 року протоієреєм Миколою Марковським. Він же керував будівництвом храму, яке було завершено в 1993 році. Особливо шанується парафіянами собору Маріупольський образ Божої Матері. Чудотворну ікону Святої Марії, на честь якої був названий Маріуполь, переселенці вивозили з Криму з великою обережністю [8]. Також у храмі є частинки мощів Оптинських старців, Святителя Миколи Чудотворця, мученика Трифона, святителя Феофана Затворника та святителя митрополита Ігнатія Маріупольського.

Територія Собору Святого Архистратига Божого Михаїла є одним з найкрасивіших місць в Маріуполя. Собор у народі називають Поживановською церквою. У великому доглянутому сквері розташовані храм, оглядовий майданчик з неповторними видами на Азовське море та узбережжя. На ньому розташувался пам'ятник митрополиту Ігнатію, який згідно історії Маріуполя очолював міграцію православних греків з Криму в Приазов'я [8]. Тому вважаємо, що передумови для розвитку релігійного туризму в Маріуполі досить великі. Подальше вивчення цього напрямку допоможе розширити спектр туристичних послуг міста і залучити більше туристів.

Маріуполь також може запропонувати туристам знайомство зі своєю промисловістю. У Маріуполі діє багато промислових підприємств різних форм власності. З них найбільш цікавими для проведення «промислових» екскурсій є Маріупольський металургійний комбінат імені Ілліча, металургійний комбінат ВАТ «Азовсталь», Азовський судноремонтний завод (АСРЗ) та Маріупольський морський торговельний порт. Металургійний комбінат імені Ілліча вважається другим за розмірами металургійним підприємством України після «Криворіжсталі», найбільшим підприємством Донбасу, одним з найбільших експортерів України, підприємством з повним металургійним циклом. Металургійний комбінат «Азовсталь» є монополістом в Україні з випуску окремих найменувань металопрокату, є підприємством з повним металургійним циклом та має свій власний музей. До основних видів діяльності АСРЗ відноситься ремонт суден, морського транспорту, виробництво обладнання. Морський торговельний порт міста Маріуполя здійснює морські перевезення вугілля, металу, продукції машинобудування, руди, зерна з України та є найбільшим у Східній Україні, також має свій власний музей. В місті Маріуполі промисловий туризм був досить розвиненим ще за часів Радянського Союзу, але на сучасному етапі підприємства надають мало можливостей для розвитку даного виду туризму.

Мешканці інших регіонів України та іноземці цікавляться екскурсіями підприємствами міста Маріуполя. Розвиток туристичної інфраструктури на промислових територіях являє собою особливий процес, який вимагає розвитку як науково-методологічних підходів до його організації, так і практичних рекомендацій щодо їх впровадження. Цей напрям може відкрити нові можливості для туристичних фірм, але багато туристичних підприємств не розглядають даний напрямок у туризмі як перспективний через відсутність сучасної туристської інфраструктури та відсутність угод з великими підприємствами, що позначається на системі їх відвідування в місті. Отже, одним із перспективних напрямів становлення ціннісного простору споживачів туристичних послуг міста Маріуполя є розвиток промислового туризму.

Для активних відпочиваючих і туристів в Маріуполі існують клуб кайтбордингу або віндсерфінгу. Клуб розташований на березі Азовського моря в 10 км від міста Маріуполя, який надає можливості використання найсучаснішого спорядження для віндсерфінгу і кайтбординга від компаній Airush, RRD, Prolimit, SEVERNE. Також в Маріуполі є пейнтбольні клуби, розвинений пішохідний та велотуризм, скалолазіння. Розбудова ціннісного простору споживачів туристських послуг передбачає забезпечення реалізації в

Маріуполі державної політики, а також політики міської ради у сфері культури і туризму; створення умов для задоволення туристських потреб громадськості, збереження і популяризація культурної спадщини всіх народів, які проживають на території міста; створення умов для розвитку культури, сприяння розвитку традиційної народної творчості, а також національно-культурних традицій населення; забезпечення охорони пам'яток історії та культури, збереження та використання культурної спадщини.

Висновки та пропозиції щодо подальших наукових розвідок у даному напрямку. Місто Маріуполь має різноманітні природні, рекреаційні, історичні, архітектурні та культурні ресурси для розвитку туризму, але не всі з них використовуються повною мірою. Вважаємо, що перспективою є проведення подальших досліджень та організація системи заходів з представлення туристських ресурсів міста Маріуполя на місцевому, державному і міжнародному рівнях з метою формування туристського інтересу та потреби в них у іноземних та внутрішніх туристів. Перспективним напрямом подальших досліджень вважаємо розробку діагностичного інструментарію, спрямованого на виявлення представленості в ціннісній свідомості рівневої значущості різних видів туристських потреб, вивчення закордонного досвіду щодо впровадження різних видів заходів для формування туристського інтересу до туристичних ресурсів міста Маріуполя.

Список використаних джерел:

1. Антонова Н.А. *Ценностные ориентации в структуре личности студентов: моногр.* Славянск: Канцеляр, 2001. 135 с.
2. Титаренко Т.М. *Життєвий світ особистості: структурно генетичний підхід: Автореф. дис. ... д-ра психол. наук: 10.00.01 / КДУ ім.Т.Шевченка. К., 1994. 48с.*
3. Любчук О.К., Гончар В.В., Пономаренко А.А. *Мониторинг развития украинского рынка туристических услуг для молодежи. Fundamental and Applied Researches In Practice of Leading Scientific Schools 2016. №1 (13). С.130-138. URL: <https://fdotadotr.files.wordpress.com/2016/09/13-d0bbd18ed0b1d187d183d0ba-d0b3d0bed0bdd187d0b0d180d0b5d0bdd0bad0be-d0bfd0bed0bdd0bed0bcd0b0d180d0b5d0bdd0bad0be-130-139.pdf>. (Дата звернення 26.05.2019).*
4. Любчук О.К. *Проблема становлення Маріуполя як туристичного центру: моніторинг туристичних потреб молоді. Вісник Приазовського державного технічного університету. Серія: Економічні науки: Зб. наук. праць. Маріуполь: ДВНЗ «Приазовський державний технічний університет», 2017. Вип. 34. С. 127-135.*
5. Проценко А.Д. *Улицами старого Мариуполя. Художественно документальные очерки. Издание третье, дополненное. Мариуполь: Азовье, 2006. 163 с.*
6. Яруцкий Л.Д. *Мариупольская мозаика: рассказы краеведа. Мариуполь, 1998. Т. 1. 331 с.*
7. Проценко А.Д. *Записки мариупольского краеведа. Строки, имена, находки 2-е изд., испр. и доп. Мариуполь: ПМЦ МК «Азовсталь», 1993. 136 с.*
8. Харабет В.В. *Эллинистический мир. Хронология греков Украины. Мариуполь: ООО «ППНС», 2016. 388 с.*

References:

1. Antonova N.A. (2001), "Valuable orientations in the structure of the student's identity", ["Cennostnue oryentacyy v strukture lychnosty studentov"], Slavyansk, The Office, 135 p.
2. Titarenko T.M. (1994), "The vital world of personality: structural genetic approach", ["Zhyttjevyj svit osobystosti: strukturno genetychnyj pidhid"], Author's abstract. dis ... Dr. psychol. Sciences: 10.00.01, KSU named after T.Shevchenko, K, 48 p.
3. Lyubchuk O.K., Gonchar V.V., Ponomarenko A.A. (2016), "Monitoring of the development of the Ukrainian tourist services market for young people", ["Monytoryng razvytyja ukraynskogo rynku turystycheskyh uslug dlja molodezhy"], Fundamental and Applied Researches in Practice of Leading Scientific Schools, No. 1 (13), pp. 130-138, available at: <https://fdotadotr.files.wordpress.com/2016/09/13-d0bbd18ed0b1d187d183d0ba-d0b3d0bed0bdd187d0b0d180d0b5d0bdd0bad0be-d0bfd0bed0bdd0bed0bcd0b0d180d0b5d0bdd0bad0be-130-139.pdf>. (Date of the application on 05/26/2019).
4. Lyubchuk O.K. (2017), "The problem of establishing Mariupol as a tourist center: monitoring the tourist needs of young people", ["Problema stanovlennja Mariupolja jak turystychnogo centru: monitoryng turystychnyh potreb molodi"], Bulletin of the Priazov State Technical University, Series: Economic Sciences: Coll. sciences works Mariupol, Dvnz "Priazovsky State Technical University", issue 34. pp. 127-135.
5. Protsenko A.D. (2006), "The streets of the old Mariupol. Artistic documentary essays", ["Ulycamy starogo Mariupolja. Hudozhestvenno dokumental'ne ocherky"], Third edition, supplemented, Mariupol, Azov, 163 p.
6. Yarutsky L.D. (1998), "Mariupol mosaic: the stories of the local lore", ["Maryupol'skaja mozayka: rasskazu kraevedy 'skaja mozayka: rasskazu kraevedy"], Mariupol, T. 1, 331 p.

7. Protsenko A.D. (1993), "Notes of the Mariupol Region", ["Zapysky maryupol'skogo kraevedy"], Strings, names, finds 2 nd ed., Correction. and add Mariupol, MMC Azovstal Iron & Steel Works, 136 p.

8. Kharabet V.V. (2016), "Hellenistic world. Chronology of the Greeks of Ukraine", ["Ellynystycheskuj myr. Hronologyja grekov Ukrainu"], Mariupol, LLC "PPSS", 388 p.

Ключові слова: споживач; туристичні послуги; ціннісний простір; місто Маріуполь; пізнавальний туризм; релігійний туризм; промисловий туризм.

Ключевые слова: потребитель; туристические услуги; ценностное пространство; город Мариуполь; познавательный туризм; религиозный туризм; промышленный туризм.

Keywords: consumer; travel services; value space; Mariupol city; cognitive tourism; religious tourism; industrial tourism.

Рецензент: Гончар В. В., завідувач кафедри маркетингу та бізнес-адміністрування, ДВНЗ «ПДТУ», д.е.н., доцент

Перевірено на плагіат системою: <https://corp.eu.unicheck.com/library/viewer/report/1000039803>