

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА**

ГЕОГРАФІЯ ТА ТУРИЗМ

Науковий збірник
заснований у 2007 р.

Випуск 1

Київ - 2007

УДК 911.3: 796.5 (100) (477)

ББК 65.04

Географія та туризм: Наук. зб. /Ред. кол.: Я.Б. Олійник (відп. ред.) та ін. – К., 2007. – Вип. 1. – 158 с.

У збірнику висвітлено актуальні питання теорії та практики туризму, методологію та методику географічних досліджень сучасних ринкових процесів в туризмі, особливості розвитку та геопросторової організації туристичної діяльності в світі та регіонах України.

Для наукових працівників, викладачів вузів, аспірантів, студентів.

Редакційна колегія: Я.Б. Олійник – чл-кор. АПНУ, д.е.н., проф., засл. діяч науки і техніки (відп. ред.); Любіцева О.О. – д.г.н., проф. (заст. відп. ред.); Шищенко П.Г. - чл-кор. АПНУ, д.г.н., проф., засл. діяч науки і техніки; Іщук С.І. – д.г.н., проф.; Яценко Б.П., - д.г.н., проф.; Хільчевський В.К. – д.г.н., проф.; Бортник С.Ю. – д.г.н., проф.; Шевченко В.О. – д.г.н., проф.; Степаненко А.В.- д.г.н., проф.; Дмитрук О.Ю. – д.г.н., проф.; Сніжко С.І. – д.г.н., проф.; Смирнов І.Г. – д.г.н., доц.; Матвієнко Н.М. – к.г.н. (відп. секретар).

Адреса редакційної колегії: м. Київ, МСП-680, проспект Глушкова, 2. Київський національний університет імені Тараса Шевченка, географічний факультет, кафедра країнознавства та туризму, тел. 521-32-49.

Автори опублікованих матеріалів несуть відповідальність за підбір, точність наведених фактів, цитат та інших відомостей.

ISBN

© Київський національний університет
імені Тараса Шевченка, 2007

ШАНОВНИЙ КОЛЕГО!

Ви тримаєте в руках перший випуск збірника наукових праць з питань географічних досліджень туризму.

Потреба в такому періодичному науковому виданні, яке б висвітлювало науково-дослідні здобутки географії та суміжних наук, предметом дослідження яких є туризм як суспільне явище, обумовлена необхідністю наукового обґрунтування розвитку туризму в нашій країні.

На сьогодні наявні численні популярні та комерційні видання, в яких висвітлюється переважно бізнесова складова туристичної діяльності, і зовсім відсутні видання наукові, що певною мірою ускладнює процес обміну інформацією серед науковців, які спеціалізуються в даній тематиці, особливо серед молодих науковців. В той же час аналіз тематики кандидатських дисертацій в Україні підтверджує актуальність наукових досліджень з рекреаційної географії та туризму.

Чому саме географи вирішили сконсолідувати наукові зусилля для потреб туризму? Тому, що географія виявилась однією з перших наук, яка звернула увагу на нове явище, яке в XIX ст. тільки почало набувати розвитку – на туризм як форму змістовного проведення дозвілля задля інтелектуального та фізичного саморозвитку людини. Саме така трактовка туризму була закладена в основу перших наукових досліджень природного середовища, історико-культурної спадщини, умов та можливостей території для розвитку туризму. І в тому ж напрямку наукові дослідження розвивались, зазнаючи спадів та злетів, з XIX ст., протягом XX ст. та мають перспективи подальшого розвитку і в XXI ст., безумовно, з урахуванням реалій нашого часу.

Саме до географів звернулися ще в середині XX ст. в Радянському Союзі, започатковуючи формування системи підготовки кадрів для туризму, що вже на той час потужно заявив про себе як один з перспективних напрямків людської діяльності, започаткувавши формування нової галузі світового господарства, яка згодом отримала назву «індустрія туризму».

В Україні першими розпочали підготовку кадрів для туризму на основі повної вищої освіти в університетах Києва та Сімферополя на географічних факультетах. І з того часу на географічних факультетах понад 30 років ведеться підготовка кадрів для туризму, підготовлений ряд докторських та кандидатських дисертацій. Підготовку кадрів для сфери туризму та наукові дослідження з рекреаційної географії та географії туризму провадять на географічних факультетах всі класичні університети України.

Тому під час проведення «круглого столу», який відбувся 26.09.2006р за ініціативи кафедри країнознавства та туризму географічного факультету Київського національного університету імені Тараса Шевченка, з завідувачами профільних кафедр та деканами географічних факультетів класичних університетів країни, була підтверджена актуальність такого видання.

Вважаємо, що таке спеціалізоване видання буде користуватись попитом як серед науковців, так і серед студентства.

Будемо раді співпраці з Вами!

З повагою, редакційна колегія збірника «Географія & Туризм»

ІНФОРМАЦІЯ

В Київському національному університеті імені Тараса Шевченка на географічному факультеті за ініціативи кафедри країнознавства та туризму 26 вересня 2006р. відбувся «круглий стіл» на тему: **«Географія та туризм»**.

Для обговорення були винесені такі питання:

1. Наукові дослідження для потреб туризму. Місце географічних досліджень в розвитку національного туризму.

2. Проблеми підготовки кадрів для туризму.

Для участі в «круглому столі» були запрошені представники географічних факультетів класичних університетів України. Такий добір учасників обумовлений тим, що саме класичні університети є тими регіональними науково-освітніми центрами, де поєднуються наукові дослідження з підготовкою кадрів, де багато десятиліть існують наукові напрямки і школи, досвід яких використовується при розробці проблематики географії рекреації та туризму.

В роботі «круглого столу» прийняли участь:

- від Київського національного університету імені Тараса Шевченка: декан географічного факультету, засл. діяч науки і техніки України, чл-кор.АПН України, доктор екон.наук, проф. Я.Б.Олійник; завідувач кафедри країнознавства та туризму, доктор геогр. наук, проф. О.О.Любіцева; завідувач кафедри географії України, доктор геогр. наук, проф. О.Ю.Дмитрук; доктор геогр. наук, проф. Б.П.Яценко; доктор геогр. наук І.Г.Смирнов; доктор геогр. наук О.О.Бейдик; канд. геогр. наук, доц. В.К.Бабарицька, канд. геогр. наук, доц. О.Ю.Малиновська;

- від Львівського національного університету імені Івана Франка: декан факультету міжнародних відносин, доктор екон.наук, проф. М.З.Мальський; завідувач кафедри туризму географічного факультету, канд. екон. наук, доц. М.П.Мальська; канд. геогр. наук, доц. Рутинський М.Й.;

- від Харківського національного університету імені В.М.Каразіна: завідувач кафедри геоекології доктор геогр. наук, проф. В.Ю.Некос;

- від Дніпропетровського національного університету: завідувач кафедри фізичної та економічної географії географічного факультету, доктор пед. наук, проф. Л.І.Зеленська;

- від Ужгородського національного університету: декан географічного факультету, засл. діяч науки і техніки України, доктор фіз-мат. наук, проф. С.С.Поп.

- аспіранти та студенти географічного факультету Київського національного університету імені Тараса Шевченка.

В процесі обговорення була прийнята спільна ухвала.

УХВАЛА
учасників круглого столу «Географія та туризм»

В круглому столі взяли участь декани та завідувачі профільних кафедр географічних факультетів класичних університетів України, які готують кадри для туризму: Київського національного університету імені Тараса Шевченка, Львівського національного університету імені Івана Франка, Харківського національного університету імені В.Н.Каразіна, Чернівецького національного університету імені Ю.Федьковича, Ужгородського національного університету, Таврійського національного університету імені В.І.Вернадського, Дніпропетровського національного університету, Київського національного педагогічного університету імені М.Драгоманова.

1. Учасники круглого столу висловили стурбованість станом справ в сфері туризму країни. В той час як туризм на законодавчому рівні визнаний в нашій країні пріоритетним напрямком розвитку, реальна практика діяльності за часи Незалежності свідчить про відсутність продуманої стратегії розвитку національного туризму, що призводить як до економічних втрат, так і завдає шкоди міжнародному іміджу України. Одну з провідних причин такого стану справ учасники круглого столу вбачають в такій організації управління туризмом, коли реальна туристична політика, яка повинна впроваджуватись, контролюватись і регулюватись органом державного управління в інтересах держави, спрямована на задоволення вузькопрофесійних інтересів окремих груп.
2. Учасники круглого столу визнають, що протягом останнього десятиріччя багато зроблено в напрямку розвитку галузі: створена законодавча база, формується нормативна база, введення ліцензування турдіяльності дало можливість впорядкувати стихію ринку, яка завдавала шкоди національним інтересам, набула розвитку фахова туристична освіта. В той же час вузькі кланові інтереси, впливаючи на ці процеси, деформували їх і надавали поверхового характеру. Це стосується в першу чергу законодавчої бази, яка потребує знову ретельного доопрацювання, це стосується системи підготовки кадрів для туризму, яка неконтрольовано розквітає на ажіотажі «модного» фаху.
3. Учасники круглого столу констатують, що за останні десять років поступово, частково з власної інерційності і надмірної спрямованості до наукових досліджень, частково з суб'єктивних ситуаційних причин, були усунуті від впливу на рішення органів державного управління туризмом практично на всіх рівнях. Відповідно, відсутність неупередженого погляду на процеси, які супроводжують становлення цивілізованої галузі туризму, призвела до консервації застарілих форм та методів роботи, до гальмування розвитку туризму, навіть його певного розвалу.
4. Учасники круглого столу констатують, що сьогодні практично відсутня стратегія розвитку туризму в країні, яка б спиралась на певні науково

обґрунтовані висновки з реалій світової практики та національних традицій, що не тільки ускладнює процес розвитку туризму в країні, а й негативно впливає на підготовку кадрів

5. Учасники круглого столу вважають, що, маючи значний досвід наукової діяльності та досвід підготовки кадрів для туризму, який вимагає знання реалій міжнародного та національного туристичного ринку задля підготовки конкурентоздатного фахівця в цій галузі, не маючи комерційних або інших приватних інтересів в цій сфері, мають підстави виступати незалежними експертами в питаннях національної стратегії розвитку туризму.

Спираючись на зазначене учасники круглого столу розробили ряд **пропозицій** щодо *розвитку наукових досліджень* в сфері туризму та удосконалення *системи підготовки кадрів для туризму*, оскільки підготовка фахівців неможлива без поєднання її з науковими дослідженнями, що саме й задеклароване Болонською конвенцією, до якої приєдналась Україна.

1. Учасники круглого столу звертаються до органів законодавчої та виконавчої влади України вжити необхідних законодавчих ініціатив щодо, перш за все, відродження молодіжного та дитяче-юнацького туристичного руху в країні, спрямованого на патріотичне виховання молоді в любові та шані до рідної землі, її історії та культури. По-друге, стимулювати в'їзний (іноземний) туризм шляхом впорядкування нормативно-правової бази та внесення змін до системи оподаткування суб'єктів підприємництва, які працюють в сфері внутрішнього та іноземного («на в'їзд») туризму.

2. Учасники круглого столу вважають необхідним звернути першочергову увагу на проблеми збереження та охорони природної та історико-культурної спадщини України задля розвитку туризму, впорядкувавши з цією метою питання землекористування рекреаційно-туристичними територіями, їх охорони, що потребує нагального проведення наукових досліджень з метою обґрунтування і подальшого формування туристсько-рекреаційного фонду України, його законодавчого та нормативно-правового забезпечення.

3. Виходячи з означених позицій учасники круглого столу визначили коло проведення науково-дослідних робіт в такій послідовності:

- а) Комплексні міждисциплінарні дослідження території країни з метою формування туристсько-рекреаційного фонду України і отримання ним відповідного статусу;
- б) Формування геоінформаційної системи (бази даних) про туристсько-рекреаційні ресурси, туристичну інфраструктуру та інші умови здійснення туристичної діяльності в регіоні з оцінкою їх стану та можливостей використання під певні види туристичної діяльності;
- в) Розробка схеми туристсько-рекреаційного районування України, її популяризація шляхом видання підручника для вищої школи «Географія туризму України» та тематичного туристсько-рекреаційного атласу України.
- г) Розробка методики та запровадження моніторингу туристсько-рекреаційного фонду України, сприяння формуванню законодавчої та нормативно-правової бази функціонування даного фонду.

4. Учасники круглого столу обговорили стан підготовки кадрів для туризму і констатують, що, при наявності позитивних зрушень в цьому питанні, які в останнє десятиріччя позначились формуванням різнорівневої багатоступеневої системи фахової освіти в туризмі, закріпленої галузевим стандартом вищої освіти України (ГСВОУ) напряму 0504-«Туризм», виданням навчальних посібників та підручників, захистом кандидатських та докторських дисертацій з питань розвитку туризму, діюча зараз в країні система підготовки кадрів для туризму потребує значного удосконалення та впорядкування, більш чіткої спеціалізації в межах диверсифікованого туризму.

Загальновідомо, що туризм є сферою діяльності, яка потребує забезпечення фахівцями не тільки різного рівня, а й різного напрямку, кваліфікації, фахового спрямування. Тому потрібно внести якнайшвидше корективи до діючого ГСВОУ напряму 0504-«Туризм», щоб відобразити в ньому різні можливості вищих навчальних закладів в підготовці фахівців для сфери туризму, щоб чіткіше визначити місце та роль класичних університетів, які можуть надавати дійсно класичну університетську освіту і готувати фахівців відповідного рівня, та місце некласичних (новітніх) університетів та інших закладів III-IV рівнів акредитації, які готують кадри для даної сфери. Ці корективи одночасно потребують закріплення в державному «Класифікаторі професій» та в додатках до нього введенням відповідних посад.

Приєднання України до Болонського процесу і формування єдиного освітнього простору вимагає поєднання наукових досліджень з підготовкою кадрів і об'єктивно власне класичні університети відповідають цим вимогам і реально зараз є сформованими центрами з підготовки кадрів для туризму в Україні на базовій університетській освіті.

5. Учасники круглого столу вважають, що саме класичні університети, спираючись на значний досвід наукової та педагогічної діяльності, сформувавши наукові школи за певними напрямками, мають достатній науковий та педагогічний потенціал для здійснення підготовки кадрів для туризму за напрямом 0504-«Туризм» (ГСВОУ 0504-«туризм») рівнів бакалавр-спеціаліст-магістр (або бакалавр-магістр), орієнтуючись на спеціальність 0504001-туризм. Тобто, *головною метою* підготовки фахівців в класичних університетах, зокрема, на географічних факультетах, які вже тривалий час готують спеціалістів для галузі туризму на базі географічної освіти (зокрема, на географічних факультетах Таврійського та Київського університетів з 70-х років XX ст. ведеться підготовка фахівців для національного туризму, розпочата ще за Постановою ЦК КПРС 1969р.), *є підготовка аналітиків*, здатних комплексно оцінювати можливості щодо розвитку туризму на певній території, визначати найпріоритетніші напрямки цього розвитку відповідно до умов внутрішнього та кон'юнктури зовнішнього туристичних ринків та розробляти ефективні стратегії ринкової діяльності відповідно до вимог екологічно та соціально орієнтованого туризму.

Навчальні заклади III-IV рівнів акредитації відповідно до своєї спеціалізації мають випускати фахівців для роботи в закладах та на підприємствах галузі туризму, спеціалізуючись на забезпеченні туристичного

процесу (розробка продукту, його реалізація, обслуговування), на організації обслуговування в готелях та інших закладах розміщення (спеціальність 050402 – готельне господарство). Освітня діяльність навчальних закладів I-II рівнів акредитації спрямовується відповідно на забезпечення якісними послугами (спеціальність 050403- молодший спеціаліст з обслуговування в готелях та готельних комплексах).

Зазначені зміни в базовому галузевому стандарті вищої освіти напряму 0504«Туризм» в поєднанні з розвитком наукових досліджень на базі класичних українських університетів дозволять більш диференційовано підійти до підготовки фахівців для сфери туризму, підняти якість підготовки кадрів і сприяти розвитку національного туризму.

Я. Олійник, д-р екон. наук

ПРОБЛЕМИ ПІДГОТОВКИ КАДРІВ ДЛЯ ТУРИЗМУ

Висвітлюються проблеми підготовки фахівців для сфери туризму і місце класичної університетської освіти в цьому процесі.

Issues of professional training in tourism and the role of classic university education in this process are considered.

Постановка проблеми. Кадрові питання важливі для будь-якої сфери діяльності, а в сфері, яка торкається обслуговування населення, надання інформаційних послуг, кадрові питання стають вирішальними. Для туризму, який в суспільстві має не тільки економічну функцію, а перш за все освітньо-виховну, соціальну, питання якості кадрів є ключовим питанням розвитку. Від вирішення цього питання, без перебільшення, залежить стратегія розвитку національного туризму, імідж країни для світової спільноти, яка через подорожі пізнає світ.

Ступінь вивченості. Дослідженням проблем підготовки кадрів для туризму в різні роки присвятили свої роботи П.Г.Шищенко, С.І.Попович, В.К.Федорченко, Г.С.Цехмістрова, О.О.Любіцева, Т.Г.Сокол та інші, що свідчить про актуальність даної проблематики.

В той же час питання підготовки кадрів для туризму є питанням не тільки практичним, педагогічним, а питанням стратегічної ваги, оскільки від закладеного зараз в освітню модель підготовки фахівця залежить майбутній розвиток національного туризму. Саме тому основна ідея даної статті полягає в тому, щоб звернути увагу на необхідність удосконалення сучасної системи підготовки кадрів для туризму.

Виклад основного матеріалу. Відома фраза, що «кадри вирішують все» в сервісно орієнтованих галузях, таких як туризм, надалі все актуальніша. І тут постають в першу чергу стратегічні питання: яким повинен бути працівник туризму? до виконання яких завдань він повинен готуватися? Від відповіді на ці питання залежить подальша побудова всієї системи підготовки кадрів.

© Я. Олійник, 2007

Вирішення цього стратегічного питання в свою чергу, залежить від того, яке розуміння туризму в суспільстві, яке розуміння сутності туризму закладено в державну туристичну політику?

Суспільні функції туризму не тільки поліаспектні, а й мають стійку тенденцію до диверсифікації та до переосмислення ролі туризму в суспільному житті. Глобальний характер туризму, про що свідчать статистичні показники Всесвітньої туристичної організації, коли кожен 10 житель Землі подорожує за межі своєї країни, робить туризм, як казали за соціалізм, «послом миру», важливою складовою іміджу кожної країни в світі. Великою мірою імідж цей формується туристичними кадрами.

Таким чином, державна туристична політика повинна спиратися на розуміння туризму як соціокультурного фактора суспільного розвитку. А розвиток туризму спирається на індустрію туризму, яка забезпечує не тільки комфортне, а й безпечне подорожування і в процесі цього подорожування реалізується мета подорожі. Тобто, суспільні функції туризму можна позиціювати наступним чином: соціокультурна, просвітницько-виховна, політична, економічна, екологічна тощо.

Зрозуміло, що коли першочерговим завданням туризму визначається економічне: якнайшвидше наповнення бюджету, тоді й система підготовки кадрів спрямована на «викачування» коштів - «викачування» коштів у власного населення за будь-який туристичний продукт будь-якої якості, а особливо, у іноземних туристів. Задля виконання такого завдання потрібно готувати «фахівця», здатного продавати будь-що, здатного «викручуватись» із будь-якої ситуації, перекладаючи відповідальність на партнерів, обставини і т.д. Тобто, коли функції туризму в суспільстві звужуються до економічних, а сам туризм розуміється виключно як відпочинок у фешенебельному готелі на модному курорті, де в пакеті основне місце займають програми, пов'язані з проведенням дозвілля (гральний бізнес, фітнес-центри тощо) підготовка кадрів повинна спрямовуватись на отримання максимального прибутку за будь-якої ситуації.

Інший погляд на туризм більш соціально налаштований, коли функції туризму в суспільстві розглядаються не так однозначно і на перше місце в туристичній політиці ставиться культурна, екологічна, виховна, просвітницька та інші гуманітарно спрямовані функції туризму. Чітко розмежовуються некомерційні і комерційні види туристичної діяльності. Перші повинні підтримуватись державою в плані соціалізації туризму, виховання в суспільстві «туристичного стилю життя», коли подорожування один-два рази на рік щонайменше стає невід'ємною складовою стилю життя, туризм входить до обов'язкових потреб членів суспільства. Тоді й акценти в підготовці кадрів зміщуються на підготовку фахівця, діяльність якого спрямована не тільки на реалізацію, а й на перспективи розвитку своєї фірми, місцевості, загалом національного туризму.

Туризм – синтетична галузь, яка потребує фахівців в різних галузях: в готельній, ресторанній справі, в сфері дозвілля, екскурсійної діяльності, організації дитячо-юнацького руху, спортивного туризму, маркетологів, здатних аналізувати стан туристичного ринку та оцінювати кон'юнктуру попиту,

менеджерів, які розробляють та реалізують турпродукт і т.д. Крім того, в туризмі задіяні представники «універсальних професій» - бухгалтери, економісти, інженери, технологи.

Туристична діяльність потребує кадрів різного рівня підготовки: робочих спеціальностей, виконавців, управлінців. Туризм не може розвиватися без наукового «забезпечення», що потребує підготовки кадрів вищої кваліфікації.

Таким виявляється коло проблем, які постають в процесі підготовки кадрів національного туризму.

Ще один важливий момент хотілося б підкреслити: кожна країна світу, розвиваючи туризм, прагне працювати «на ввіз» (на експорт туризму), залучати до себе якомога більше іноземних туристів. І в цьому Україна не є винятком. Сьогодні можна стверджувати, що етап повального виїзду, значного (більш ніж вдвічі) перевищення виїзду за межі країни над в'їздом іноземних туристів вже минає. Це факт, підтверджений не тільки статистикою (нажаль, вітчизняна статистика така, що фахівці не зовсім «безоглядно» довіряють їй), а й спостереженнями, опитуваннями, проведеними нами серед випускників, які працюють в туризмі (тобто, це експертні оцінки). Всі колишні соціалістичні країни пройшли такий етап, коли туризм був переважно «виїзним» і використовувався почасти з комерційною метою, як прикрита трудова міграція і ми тут не виняток. Але такий етап минає і наш туристичний ринок, хоча й не до кінця сформований, але вже набирає цивілізованого вигляду. Звідси першочерговим завданням є підготовка таких фахівців туризму, які б вміли пропагувати свою країну в світі, працюючи в сфері міжнародного туризму, та бути вихователями патріотизму, працюючи на ринку внутрішнього туризму.

В такій ситуації підготовка кадрів, на нашу думку, повинна структуруватися, тобто освіта для туризму повинна відповідати вимогам сучасного етапу розвитку галузі і ставати дедалі більш диференційованою. Це означає в першу чергу наведення певного ладу в системі підготовки кадрів для туризму.

Треба зазначити, що підготовка кадрів для туризму в Україні має свою історію і має свою традицію. Сучасна система вибудована не на «пустому місці». По-перше, існує значний зарубіжний досвід в цій сфері, а, по-друге, є достатньо тривалий вітчизняний досвід.

Стосовно зарубіжного досвіду. В світі склалося дві системи підготовки кадрів для туризму, які умовно можна назвати європейською та американською. За американською моделлю кадри для туризму готуються в коледжах при університетах; за європейською – у вищих спеціалізованих навчальних закладах (вищих фахових школах), забезпечуючи бакалаврський рівень підготовки. В практиці європейських соціалістичних країн склалося, що кадри для туризму готували в університетах на географічних (наприклад, Польща), економічних (наприклад, Сербія) або історичних (Литва) факультетах.

Україна, як відомо, в радянські часи взагалі не потребувала спеціально підготовлених фахівців. Система міжнародного туризму забезпечувалась переважно лінгвістами, а внутрішнього – будь-ким. Але туристсько-рекреаційний потенціал нашої країни такий високий, що туризм на наших

теренах розвивається вже понад сто років і за цей час були певні здобутки і в підготовці кадрів. Історики туризму віднайшли в архівах інформацію, що 1915р. в Києві були відкриті курси екскурсоводів, які набирали викладачів навчальних закладів, медичний персонал та інших представників дрібної, але добре освіченої інтелігенції, які бажали проводити екскурсії містом Києвом офіцерам, що знаходились тут на лікуванні. Була навіть пропозиція вважати, що фахова освіта в галузі туризму може вести свій відлік від цієї дати.

Масовий туристичний рух, який охопив населення країни наприкінці 50-х років і особливо поширився у 60-ті роки ХХ ст., викликав потребу у формування туристичної галузі і її кадровому забезпеченні. Відповідно до прийнятої 1969р. Постанови ЦК КПРС, Ради Міністрів СРСР та ВЦРПС “Про заходи подальшого розвитку туризму та екскурсій в країні”, в якій зазначалась зростаюча роль туризму і екскурсій як форми відпочинку, засобу підвищення культурного рівня та ідейно-політичного виховання населення, розбудовувалась матеріально-технічна база та удосконалювались організаційно-управлінські засади туристичної діяльності, цілеспрямовано почала провадитись на державному рівні пропаганда туризму. Опікувались розвитком внутрішнього туризму в країні профспілки, а для забезпечення участі в міжнародному туризмі були сформовані окремі структури – ВАТ “Інтурист” та БММТ “Супутник”. Формування галузі потребувало кадрів, і в 1970р. Республіканська рада по туризму ВЦРПС звернулася на географічний факультет Київського національного (тоді державного) університету імені Тараса Шевченка з питань підготовки фахівців з туристсько-екскурсійної діяльності. Так, 35 років тому, на географічному факультеті на кафедрі фізичної географії розпочалась підготовка методистів-організаторів туристсько-екскурсійної справи на рівні спеціалізації фаху “Географія”. Запровадження цієї спеціалізації потребувало навчально-методичного забезпечення, яке було розроблене на основі географічної освіти. До навчального плану були введені дисципліни поглибленого вивчення ресурсів, які могли бути використані в туризмі, зокрема, в активних, оздоровчих та культурно-пізнавальних його видах. Запроваджувались навчальні дисципліни спеціалізації, які розроблялися на основі нових напрямків географічних досліджень: рекреаційна географія, географія туризму, основи екскурсознавства.

В Україні розробкою рекреаційної географії займались на географічному факультеті Таврійського (тоді Симферопольського) університету І.Т.Твердохлебов, Л.О.Багрова, М.В.Багров і був підготовлений відповідний підручник (Мироненко М.С., Твердохлебов І.Т. “Рекреаційна географія”, 1981р.), в якому узагальнювались теоретико-методичні та аналітичні дослідження з рекреаційної географії і туризму. Тобто, навчальний план був орієнтований на підготовку фахівців для розвитку передусім внутрішнього туризму, з акцентом на активні його форми та екскурсійну діяльність, які були на той час найпоширенішими видами внутрішнього туризму. Зазвичай тур внутрішнього туризму включав культурно-пізнавальну програму (історико-культурні пам'ятки туристичних центрів) та турпохід по заповідних місцях. Стандартний тур був достатньо тривалим, не менше двох тижнів. Перші випускники кафедри отримали призначення на турбази в Карпатах, де працювали методистами,

екскурсоводами. Набори на дану спеціалізацію постійно збільшувались, відповідно державному замовленню, а випускники працевлаштовувались на турбазах, в екскурсійних бюро провідних туристичних центрів та районів країни, працювали вони і в структурах, які забезпечували міжнародні туристичні подорожі.

Зміна суспільних умов функціонування туризму, розвиток ринкових відносин в економіці та лібералізація зовнішньоекономічної діяльності в часи Незалежності змінили й характер діяльності в туризмі. На початку 90-х років ХХ ст. галузь зазнала значного сплеску в своєму розвитку. Відбулася переорієнтація туризму з внутрішнього та міжнародний, що потребувало відповідних змін у підготовці фахівців.

Саме географія, як комплексна наука, яка дає широке уявлення про взаємозв'язки та взаємодію, взаємозалежність людської діяльності і природного середовища, і побудована на цій основі географічна освіта виявились спроможними задовольнити запити суспільства в підготовці спеціалістів в галузі туризму. Так 1990р. на географічному факультеті Київського національного університету імені Тараса Шевченка була створена кафедра країнознавства та туризму. Спочатку на кафедрі готували спеціалістів широкого університетського профілю за спеціалізаціями “Географія. Менеджмент туризму” та “Географія. Міжнародні дослідження регіонів” спеціальності “Географія” (0705.01), а з 2004р., коли був прийнятий Міністерством освіти і науки України Галузевий стандарт вищої освіти напряму підготовки 0504 “Туризм”, переорієнтували навчальні плани відповідно до вимог даного стандарту, залишивши в структурі підготовки фахівців для туризму потужну географічну складову. Студенти отримують ґрунтовні знання з базових географічних дисциплін, таких як геологія, метеорологія, гідрологія, ґрунтознавство, геоморфологія, ландшафтознавство. Ці знання є основою для спеціалізованих курсів з туристичних ресурсів, з екскурсознавства. Опанування нормативних курсів з загального землезнавства, фізичної географії материків, регіональної економічної і соціальної географії, географії світового господарства дає всебічне уявлення про взаємодію людини і природи і можуть розглядатися як основа для викладання курсів спеціалізації з організації туризму, маркетингу і логістики в туризмі, функціонування туристичних ринків. Тобто, побудова фахової освіти для туризму на основі географічної є продуктивним шляхом, який розширює кругозір майбутнього фахівця, дозволяє йому виявляти взаємозв'язки і встановлювати взаємодії різних компонентів, системно мислити і приймати рішення в мінливих ринкових умовах.

Сьогодні в країні серед молоді набуття фаху для роботи в сфері туризму залишається дуже популярним, про що свідчить щорічно зростаюча кількість абітурієнтів. Зокрема, в Київському національному університеті імені Тараса Шевченка зараз підготовкою кадрів для туризму займаються дві кафедри: кафедра країнознавства і туризму, яка спеціалізується в сфері міжнародного туризму, та кафедра географії України, яка почала спеціалізуватися в сфері внутрішнього туризму. Обидві спеціалізації передбачають підготовку фахівців на основі згармонізованих галузевих стандартів освіти напряму “Туризм” та

напряму “Географія”. Сьогодні географічний факультет забезпечує підготовку фахівців для сфери туризму по двох напрямках: 1) напряму 0504-“туризм”, спеціальність “міжнародний туризм”; 2) напряму 0705-“географія”, спеціалізація “рекреаційна географія і туризм”. Форма навчання денна (“міжнародний туризм” та денна і заочна – “рекреаційна географія”). Підготовка спеціалістів велась і ведеться за три-ступеневою системою: бакалавр-спеціаліст-магістр, на магістерський рівень приймаються особи з інших факультетів університету та вищих учбових закладів відповідної спеціалізації.

Тільки кафедрою країнознавства та туризму географічного факультету за час свого існування підготовлено понад 300 фахівців, які працюють на провідних туристичних підприємствах Києва та України, заснували та успішно продовжують власну справу в туристичному бізнесі. Підготовлено також більш ніж півтора десятка кандидатів наук, що займаються науковою діяльністю в системі Національної Академії наук України, викладають в вузах країни.

Тобто, хотілося б наголосити, що саме університетська освіта, закладена на географічних факультетах Київського та Таврійського університетів, формувала фахівців як виконавського, так і управлінського рівня ще з 70-х років минулого сторіччя.

В Україні сьогодні багато зроблено в сфері державної політики підготовки кадрів для туризму: розроблений галузевий стандарт вищої освіти (ГСВОУ 0504-туризм), внесені зміни та доповнення в державний перелік професій, в Державній акредитаційній комісії Міністерства освіти і науки України провадиться акредитація вузів I-IV рівнів як за згаданим стандартом 0504-туризм, так і за стандартом «Менеджмент організацій». Нині кадри для туризму всіх рівнів готують майже півтори сотні навчальних закладів, з них майже половина мають статус університетів, тобто призначені для підготовки кадрів переважно управлінського рівня. Але ці навчальні заклади дуже різні і за своїм якісним складом (професорсько-викладацьким), і за матеріальною базою, і за рівнем розвитку наукових досліджень, що є обов’язковою складовою відповідно до вимог Болонського процесу, в який вступила Україна весною 2006 р. Відповідно різним, незважаючи на дотримання вимог названих освітніх стандартів, є базова підготовка кадрів для туризму.

А звідси є потреба впорядкування, диференціації вузів, які готують кадри для туризму. На наш погляд, це проблема не тільки Міністерства освіти і науки України, чи Міністерства культури та туризму України, ця проблема може (і повинна задля підвищення якості кадрів) бути вирішена на державному рівні. В чому, на нашу думку, полягає така диференціація. Пропонуємо таку модель, яка, безумовно, не є остаточною, може корегуватися, але не змінюючи, як кажуть, «стрижневої ідеї» - підвищення якості підготовки кадрів відповідно до змінних умов світового туристичного ринку і потреби відповідати його вимогам на ринку національного туризму.

Модель: 1) класичні університети найбільш відповідають вимогам Болонського процесу і тому мають всі підстави спеціалізуватись на підготовці кадрів для власне туристичної галузі – туризмологів (туризмознавців), тобто фахівців, здатних провадити моніторинг туристичного ринку, розробляти

«фірмову», регіональну і навіть державну стратегію розвитку туризму. Ті ж класичні університети зараз здійснюють найефективніше підготовку кадрів вищої кваліфікації (кандидатів наук), ведуть наукові дослідження, поєднуючи їх з навчальним процесом;

2) «фахові» університети, що мають матеріально-технічну базу, яка технологічно більш відповідає вимогам підготовки фахівців для готельно-ресторанного бізнесу, організації дозвілля в сфері туризму тощо і можуть більш ефективно спеціалізуватись з підготовки фахівців індустрії туризму;

3) потребує розширення система підготовки фахівців виконавської ланки та робочих спеціальностей в туризмі на базі технікумів та училищ.

Ще на один «болючий» момент хотілося б звернути увагу – це підготовка екскурсоводів. Екскурсовод завжди сприймався як освічена, інтелігентна людина, яка передає інформацію туристам (екскурсантам) на високому фаховому рівні, здатна до спілкування з найрізноманітнішою аудиторією (тобто, психолого-педагогічна підготовка завжди була обов'язковою в підготовці екскурсовода, так само як і вища освіта). Нажаль, в діючому переліку професій професія екскурсовода віднесена до робочих, що не передбачає наявності вищої освіти, а тільки навичок до виконання певного кола функціональних обов'язків. Вважаємо, що цей нонсенс потребує усунення. Підготовка екскурсоводів здійснювалась і зараз здійснюється на базі вищої освіти і це потребує відповідного закріплення на рівні державних документів.

Висновок. Ринок праці в сфері туризму нашої країни, незважаючи на потужну підготовку кадрів, ще ненасичений. Якість кадрів також потребує підвищення. І одним із шляхів підвищення якості підготовки кадрів вітчизняного туризму ми пропонуємо на шляху посилення ролі класичних університетів в підготовці кадрів для туризму.

1. Бабарицька В.К., Бейдик О.О., Любіцева О.О., Попович С.І. Підготовка туристичних кадрів в Україні /3 історії вітчизняного туризму.-К.:ФПУ Ін-т туризму, 1997, сс.192-195; 2. Сакун Л.В. Теория и практика подготовки специалистов сферы туризма в развитых странах мира.-К.:МАУП, 2004.-399с.; 3. Федорченко В.К., Фоменко Н.А., Скрипник М.І., Цехмістрова Г.С. Педагогіка туризму. Навч.посібник.-К.:Видав.Дім «Слово», 2004.-296с.

І. Смирнов, д-р геогр. наук

ТУРИЗМОЛОГІЯ ТА МІЖНАРОДНИЙ ТУРИСТИЧНИЙ БІЗНЕС: ПЛОЩИНИ ВЗАЄМОДІЇ

Показано сфери взаємодії туризмології та міжнародного туристичного бізнесу.

Shown tourismology and international tourist business spheres of interconnection.

Туристичний бізнес - один з нових, але надзвичайно динамічних напрямків підприємницької діяльності в світі та Україні. У його успішному

розвитку істотне місце належить аналізу та вибору ефективної моделі управління, у тому числі враховуючи закордонний досвід. **Аналіз останніх досліджень** та публікацій показує, що туристичний бізнес - популярний вираз серед підприємців цієї сфери та в рекламних виданнях, але серйозних теоретичних розробок, монографій, підручників та посібників з туристичного бізнесу до цього часу немає, якщо не рахувати однієї книги, назва якої має відношення до теми, що розглядається, але зміст залишає бажати кращого [2]. У той же час проблеми туризму, пов'язані з його бізнесовими аспектами, згадуються у багатьох виданнях українських [4;5], так і інших авторів[1;3;6;7]. **Метою статті** є показати зв'язок туризмології та міжнародного туристичного бізнесу, моделей управління в туристичному бізнесі, враховуючи міжнародний досвід, провести його узагальнення та визначити тенденції і найперспективніші напрямки розвитку міжнародного туристичного бізнесу, у тому числі в українському контексті [8;9].

Виклад основного матеріалу. Туризмологія — науковий напрямок, в межах якого сполучаються різноманітні дослідження туризму як суспільного явища. Завданням туризмології є розробка теорії функціонування туризму. Багатогранність такого суспільного явища як туризм робить таке завдання складним і в той же час актуальним. Можна виділити такі аспекти функціонування туризму, які практично формувалися в певні напрямки досліджень: економічний, історичний, географічний, соціальний, екологічний, політичний, культурний, психологічний [5,11]. Кожен з напрямків охоплює певну галузь науки або декілька галузей. Зокрема це історія туризму, економіка туризму, географія туризму, психологія туризму тощо. В той же час, кожна з цих дисциплін входить до певної системи наук: історичних, економічних, географічних, соціальних, психологічних тощо. Таким чином, до вивчення туризму може бути застосований як галузевий принцип побудови наукових досліджень, так і проблемний. Саме проблемний принцип покладений в основу формування нового наукового напрямку - туризмології. Теоретико-методологічні положення туризмології повинні включати розробку філософських засад, принципів та підходів до різнобічного вивчення туризму як явища, спираючись на наявні досягнення галузевих наукових дисциплін, які займаються розробкою певних напрямків (аспектів) функціонування туризму.

Один з найперспективніших напрямків в туризмології є міжнародний туристський бізнес, який є економічно-бізнесовою підставою міжнародного туризму, що, у свою чергу, є однією з сфер міжнародної торгівлі послугами — важливої форми міжнародних економічних відносин [4,24]. Міжнародний туризм у сучасному світі став досить значною специфічною формою МЕН, яка у своєму економічному виразі пов'язана з наданням послуг. В багатьох країнах міжнародний туризм перетворився в одну з провідних галузей економіки як надійне джерело поповнення бюджету. Іноземний туризм, як високоефективне джерело валютних доходів і найвигідніша форма експорту послуг, дає змогу вирішувати багато соціально-економічних проблем в тих країнах, які активно розвивають цю галузь. Частка доходів від загальної

світової торгівлі туристичними послугами становить близько 7 відсотків. При цьому в абсолютному виразі вони поступаються тільки доходам від торгівлі на світовому ринку нафтою і нафтопродуктами та автоекспорту, майже вдвічі перевищуючи доходи від торгівлі металовиробами, майже втричі — від торгівлі теле і радіоапаратурою, більше ніж утричі — від торгівлі зерном і газом. За міжнародними даними доходи від іноземного туризму за період з 1996 по 2006 рр. мають подвоїтися. На Лондонській туристичній біржі зареєстровано, близько 5 тисяч фірм. Практика свідчить, що зростання міжнародного туризму є віддзеркаленням розширення зовнішньоекономічних зв'язків у світовій системі. Це положення стосується і України, де розвиток іноземного туризму набирає все більших темпів.

Отже на початку XXI ст. міжнародний туризм набув всесвітнього характеру. В результаті утворився світовий ринок туризму, в якому беруть участь всі країни світу. В середньому 65% всіх міжнародних туристичних поїздок припадає на країни Європи, 20% - Америки, 15% - на інші регіони. Основні чинники, що впливають на розвиток виїзного туризму в розвинених країнах - економічні і соціальні, перш за все зростання особистих доходів громадян (потенціальних туристів) вище меж, що є достатніми для задоволення необхідних потреб. До суб'єктивних причин відноситься діяльність державних органів, що регулюють порядок в'їзду/виїзду та перебування на її території іноземних громадян. Розвиток іноземного туризму в країні, що переважно приймає туристів, зумовлюється намаганням збільшити приток іноземної валюти та створити нові робочі місця. Багато країн шляхом розвитку міжнародного туризму намагаються вирішити проблеми платіжного балансу. За даними світової туристичної організації частка туризму складає 10,1% у валовій світовій продукції та 10,5% робочих місць. В результаті витрат іноземних туристів в країні перебування збільшуються доходи фірм, зайнятих в туристичному бізнесі (прямий ефект); також підвищується попит з боку туристичного сектору економіки на товари та послуги постачальників, що викликає зростання доходу в усіх секторах економіки (побічний ефект); нарешті, зростають доходи населення, безпосередньо або опосередковано пов'язаного з туристичним бізнесом, що викликає зростання споживчого попиту (вимушений ефект). Побічний та вимушений ефект в сумі складають вторинний ефект. Ці причини зумовлюють бурхливе зростання міжнародного туризму, на який нині припадає 30% світової торгівлі послугами, 7% світових інвестицій, кожне 15 робоче місце у світі, 11% споживчих витрат, 5% податкових надходжень. Темпи розвитку міжнародного туризму показані в табл.1.

Висока ефективність міжнародного туристичного бізнесу забезпечується за рахунок:

- по перше, створення значної кількості нових робочих місць для економічно активного населення;
- по-друге, створення в нових районах мережі об'єктів туристичної інфраструктури, що забезпечує потреби туристів в різноманітних платних і безоплатних послугах;

- по-третє, зміцнення політичних і економічних зв'язків держав-членів світового співтовариства на зовсім нових позиціях, в основу яких закладено принципи ООН та загальносвітові цінності.

Таблиця 1.

Темпи розвитку міжнародного туризму

Роки	Кількість туристів	Обсяги валютних надходжень
1950	25 млн.	2,1 млрд. \$
1960	69 млн.	6,9 млрд. \$
1970	159 млн.	17,9 млрд. \$
1980	284 млн.	97,0 млрд. \$
1990	415 млн.	230 млрд. \$
2000	698 млн.	476 млрд. \$
2010 /прогноз/	1 млрд.	1,1 трлн. \$
2020 /прогноз/	1,6 млрд.	2 трлн. \$

До чинників розвитку міжнародного туристичного бізнесу належать: політичні, економічні, соціально-демографічні, культурні, науково-технічний прогрес. Значення **політичних чинників** зумовлюється передусім тим, що необхідною умовою здійснення туристичного бізнесу є стабільна міжнародна політична обстановка. Також важливе значення мають:

- тип міжнародних відносин з іншими державами;
- стан торговельного та платіжного балансу країни та її партнерів;
- міжнародне становище у світі та регіоні.

Економічні чинники пов'язані із зростанням доходів населення, що дозволяє виділити більше коштів на подорожі. Попит на туристичні послуги пред'являють в основному представники середнього класу (40-60% у західно-європейських країнах) та з високими доходами (попит на екзотичні тури та висококомфортний відпочинок). За показниками витрат на туристичні послуги країни світу поділяються на три групи (табл. 2).

На розвиток туризму здійснює істотний вплив зовнішньо-економічна діяльність держав, процеси інтеграції і глобалізації, оскільки це сприяє зростанню ділової активності населення, отже появі різноманітних нових видів ділового туризму. У той же час, стримуючий вплив на міжнародний туризм здійснює загострення митних формальностей, фінансова нестабільність в країні (інфляція, стагнація), економічні страйки.

Соціально-демографічні чинники впливають на розвиток туризму, насамперед, через зростання чисельності населення, особливо міського. "Міський" стиль життя характеризується такими рисами як стрес, напруженість, відрив від природи, анонімність, відсутність контактів між людьми. Туризм допомагає досягти зрівноваження, відпочити, заспокоїтися, розслабитися. Сучасне суспільство характеризується зростанням інтенсивності праці при скороченні обсягу робочого часу та зростанні вільного часу. З збільшенням вільного часу проявляються дві тенденції, суттєві для туристичного бізнесу, по-перше, це подріблення відпускнуго

періоду; по-друге, це зростання числа нетривалих поїздок. Крім того, важливою соціальною характеристикою сучасного суспільства є його старіння (відповідно СТО пропонує розвивати так званий "туризм третього віку", який нині охоплює вже 0,6 млрд. туристів), а також більш пізні шлюби, зростання кількості одинаків, збільшення числа працюючих жінок, відкладення народження дитини, зростання кількості бездітних пар. Туристичні організації повинні реагувати на ці особливості. Так, готель "Нью-Отані" в Токіо виділив окремий спеціальний поверх для обслуговування жіночої клієнтури.

Таблиця 2.

Середньорічні витрати на туризм в розрахунку на одного мешканця

більше 500\$	150-500\$	менше 150 \$
Кувейт	Велика Британія	Респ. Корея
Австрія	Фінляндія	Ісландія
Норвегія	Канада	Угорщина
Швейцарія	Австралія	Україна
Сінгапур	Італія	Аргентина
Бельгія - Люксембург	Франція	Росія
Данія	Японія	Румунія
Нідерланди	Чехія	Таїланд
Ізраїль	США	Туреччина
Ірландія	Польща	Китай
Німеччина		Індія

Культурні чинники розвитку міжнародного туризму проявляється через задоволення культурних, освітніх, естетичних потреб, що сприяє розвитку прагнення у людей до пізнання, дослідження життя, традицій, культури, історії інших країн і народів. Прихильність до певного типу організації відпочинку та задоволення своїх культурних потреб показує суттєві різниці за країнами. Так, значна частка мешканців Великої Британії, Бельгії, Німеччини (35-45%) віддають перевагу відпочинку біля теплого моря; а японці, іспанці, французи (30-50%) полюбують відпочинок в містах; воліють подорожі - італійці, французи (33-45%); подобається відпочинок у передмісті - бельгійцям, німцям, голландцям (10-17%).

Чинник науково-технічного прогресу в туризмі проявляється, по-перше, у появі нових прогресивних видів туризму, які передбачають зменшення часу в дорозі та збільшення кількості туристів на далекі подорожі; по-друге, у широкому застосуванні в туристичному бізнесі комп'ютерних технологій, глобальних мереж бронювання готелів, авіарейсів тощо, що дозволяє сформувати турпродукт для клієнта в короткий проміжок часу з врахуванням різних тарифів та пільг для постійних клієнтів. Подальший розвиток туризму передбачає будівництво нових та реконструкцію

існуючих об'єктів туризму з врахуванням останніх досягнень науки і техніки; підвищення культури і якості обслуговування на основі індустріалізації, технологізації та комп'ютеризації туристичного бізнесу; раціонального використання існуючих матеріальних ресурсів; застосування сучасних технологій обслуговування туристів. Нарешті, розвиток міжнародного туризму істотно залежить від інформованості туристів про можливі місця відпочинку та подорожі. Розвиток засобів масової інформації та їх можливостей дозволяють туристичним організаціям пропагувати як туризм в цілому, так і окремі туристичні продукти та послуги.

Отже весь комплекс чинників, що впливають на розвиток міжнародного туристичного бізнесу, можна поділити на дві групи:

- чинники, що діють незалежно від діяльності організацій індустрії туризму (політичні, економічні, соціально-демографічні, культурні);
- чинники, що сприяють розвитку туризму, які активно використовують туристичні організації у своїй діяльності (будівництво нових об'єктів туризму, підвищення кваліфікації персоналу, технічне вдосконалення матеріальної бази, раціональне використання матеріальних ресурсів, об'єктів, маршрутів тощо).

В найближчі роки туризм залишиться найбільшим джерелом створення нових робочих місць в низці регіонів світу. Прогнозується подальша диференціація пропозицій туристичного продукту з метою все більш широкого охоплення споживачів з різноманітними можливостями і потребами. Продовжиться процес концентрації капіталів, створення великих міжнародних компаній і корпорацій; збережеться тенденція інтеграційних процесів в індустрії туризму.

При вивченні особливостей організації управління туристичним бізнесом за кордоном виділяють три моделі державного управління туризмом. Перша носить назву модель децентралізованого управління. Її особливість — відсутність центрального державного органу (туристичної адміністрації), яка б відповідала за розвиток туристичної галузі. Всі питання розвитку туризму вирішуються на місцях - на засадах ринкової самоорганізації. Уряди окремих країн використовують таку модель в тих випадках, коли туризм країні взагалі непотрібний, або коли суб'єкти туристичного ринку є свідомими та займають сильні позиції, тобто здатні вирішувати свої проблеми без державної участі. Саме така модель управління туризмом нині використовується в США, де в 1997 р. була ліквідована державна структура USTTA (United States Tourist and Travel Authority, Туристична адміністрація США), що керувала туризмом раніше. Керівництво США пояснило таке рішення низкою причин, серед них - скорочення витрат федерального бюджету, наявність міцних позицій США на міжнародному туристичному ринку, привабливість країни для іноземних туристів, присутність сильних приватних компаній в туристичному бізнесі США, здатних та потужні самостійні рекламні акції в інтересах всього національного ринку.

Друга модель називається моделлю, централізованого державного управління туризмом. Вона передбачає наявність сильного та авторитетного міністерства туризму, яке контролює діяльність всієї туристичної галузі. Для реалізації цієї моделі потрібні певні умови: великі державні фінансові вкладання в туристичну індустрію, рекламно-маркетингову діяльність, а також потужне державне інвестування в інфраструктуру. Прикладами країн, де застосовується ця модель є Туреччина, Єгипет, Туніс, Таїланд, Індонезія, Кенія та деякі інші країни, де туризм є одним з головних джерел валютних надходжень. Так Туреччина тільки на рекламу своїх туристичних атракцій в Україні щорічно витрачає пів-мільйона доларів США, а Державна туристична адміністрація Єгипту на туристичну рекламу в Італії витратила у 2004 р. три млн. доларів США.

Третя модель управління туризмом (її можна назвати європейською) переважає в європейських країнах і полягає у тому, що питання розвитку туристичної діяльності країни вирішується на рівні якогось багатогалузевого міністерства. При цьому департамент, що займається туризмом має два головних напрямки діяльності: перший пов'язаний з глобальними питаннями державного регулювання туристичної галузі (зокрема це розробка нормативно-правової бази, координація діяльності регіонів, міжнародне співробітництво на міждержавному рівні, обробка статистичної інформації); другий - з маркетингово-виставковою діяльністю (у тому числі управління туристичними представництвами закордоном). Розглянемо цю модель детальніше, оскільки вона найбільш сприятлива та близька для України, де нещодавно Державну туристичну адміністрацію замінило Міністерство культури та туризму.

Державні туристичні адміністрації у європейських країнах працюють у взаємодії з місцевою владою та приватним бізнесом для заохочення до виконання державних завдань фінансовими засобами з приватного сектору, знаходження взаємовигідних форм співробітництва між органами управління різних регіонів. Наслідком такої політики є виникнення змішаних за формами власності (державно-приватних) структур з регулюванням туристичної діяльності. В якості прикладів наведемо чотири приклади управління туристичним сектором - в чотирьох країнах Західної Європи (Франції, Іспанії, Великої Британії та Італії), на які, за даними СТО, припадає третина світових туристичних продуктів (табл. 3).

У Франції туризм на рівні виконавчої влади належить до компетенції Міністерства транспорту та суспільних робіт, в структурі якого існує Державний секретаріат з питань туризму та Управління туризму. Ці органи займаються питаннями управління та регулювання галузі, інвестування та міжнародних відносин в сфері туризму. Крім того є ще низка організацій, які приймають участь в управлінні туризмом "з правом дорадчого голосу", - це Рада з туризму при Міністерстві транспорту (консультативний орган), Французька агенція туристичного інжинірингу, Національна спостережна рада з туризму (маркетингові дослідження, аналіз статистики), Національна агенція з відпускних поїздок (соціальний туризм), Національний комітет з процвітання Франції (питання екології, озеленення міст). На регіональному

рівні питаннями туризму займаються так звані "делегати" - представники центральної виконавчої влади, які підкоряються безпосередньо префектам. Діяльність делегатів в основному скерована на координацію місцевих та національних ініціатив, оскільки повноваження місцевої влади в галузі туризму достатньо великі. Просуванням Франції на міжнародному туристичному ринку займається асоціація Maison de la France (створена у 1987р.), яка нараховує 800 членів до яких відносяться (місцеві адміністрації, туристичні фірми, готелі, об'єкти екскурсійного показу). В штаті асоціації працює 200 осіб, а 33 представництва знаходяться в 26 країнах. Керівний орган - Рада директорів (складається з 27 осіб, з яких третина – державні чиновники, решта - представники приватного бізнесу). Діяльність асоціації на 60% фінансується з бюджету.

Таблиця 3.

Характеристика організації управління туризмом в західноєвропейських країнах

Держава	Франція	Іспанія	Велика Британія	Італія
Характеристика				
Назва відомства	Державний рівень управління туризмом			
	Міністерство транспорту та суспільних робіт	Міністерство економіки	Міністерство культури, видовищ і спорту	Міністерство виробничої діяльності
Підрозділи в міністерствах, що здійснюють координацію туристичної діяльності	Державний секретаріат з питань туризму та управління туризму	Державний секретаріат Центральна дирекція з туризму, готельний ланцюг Paradores, інститут туризму	ВТА (Туристична адміністрація Британії)	Департамент туризму
Організація, що здійснює маркетингову політику	Maison de la France	Turespasa	ВТА	Департамент туризму
Фінансування з державного бюджету (%)	60	100	68	100
Число країн, де є туристичні представництва	26	21	26	16
Назва органу	Регіональний рівень управління туризмом			
	Делегати, які підкоряються перфекту	Органи місцевої влади	Tourist Board в Англії, Шотландії, Уельсі	Місцеві органи влади

В Іспанії питання розвитку туризму належать до компетенції Міністерства економіки, у складі якого знаходяться Державний секретаріат з торгівлі, туризму, малого бізнесу.

Крім Державного секретаріату Міністерству підлягають Центральна дирекція з туризму (керує адміністративні питання, визначає загальний напрямок туристичної політики), готельний ланцюг Paradores (включає 83 готеля, які розміщуються в будинках, що представляють історико-архітектурний інтерес), два виставко-конгресових центри (в Мадриді та Малазі), іспанський інститут туризму Turespasa. Однак повноваження Міністерства економіки обмежені, оскільки питаннями ліцензування, сертифікації послуг, розробки стратегії розвитку туризму займається місцева влада. З метою їхньої координації створена Рада з розвитку туризму, до складу якої належать представники державних органів влади різного рівня та представники приватного бізнесу. Рішення Ради мають рекомендаційний характер. Інститут туризму Turespasa займається залученням іноземних туристів, рекламною діяльністю та просуванням іспанських курортів за кордоном. Ця організація має широку мережу інформаційних офісів в Іспанії та 29 представництв у 21 країнах світу. Інститут туризму повністю фінансується державою.

У Великій Британії сферу туризму очолює Міністерство культури, видовищ і спорту, якому підлягає орган, що безпосередньо керує туризм - British Tourist Authority (BTA), Британська туристична адміністрація. Ця організація займається залученням іноземних туристів у Велику Британію та розвитком внутрішнього туризму, а також консультує уряд та інші державні установи з питань туризму. BTA поряд з традиційною діяльністю на закордонних ринках (інформація, реклама, виставкова діяльність) надає платні консалтингові та маркетингові послуги, організує виставки та семінари, здійснює різні проекти з участю іноземного капіталу, видає та реалізує путівники, відеофільми та іншу рекламно-інформаційну продукцію. На чолі BTA знаходиться Рада директорів з 5 осіб та президент. У штаті -300 співробітників, з яких третина працює в Лондоні, а інші - за кордоном у 26 країнах світу. BTA фінансується державою на 68%.

В Італії Департамент з туризму підпорядкований Міністерству виробничої діяльності. До основних функцій Департаменту належать: координація діяльності регіональних туристичних адміністрацій, розробки нормативно-правових галузевих документів національного характеру, маркетингові дослідження і обробка статистичних даних, міжнародні діяльність, (підготовка і заключення міжурядових угод в галузі туризму, взаємовідносини з міжнародними організаціями та ЄС). Особливістю Італії є значне посилення повноважень місцевих туристичних адміністрацій, які видають всіма питаннями ліцензування туристичної діяльності, здійснюють класифікацію готелів, мають право просування своїх регіонів як всередині країни так і за кордоном (шляхом рекламних, виставкових заходів). Однак центральна роль у представництві Італії на міжнародному туристичному ринку належить Національному управлінню з туризму (ENIT), основи:

функції якого – це рекламно-інформаційна робота, маркетингові дослідження, координація закордонної діяльності місцевих туристичних адміністрацій. Це управління підлягає Департаменту з туризму та повністю фінансується державою. У статті ENIT - 200 осіб, у т.ч. співробітники 20 закордонних представництв у 16 країнах.

Висновки. На основі прогнозів СТО та Комісії ЄС визначаються такі основні тенденції розвитку міжнародного туристського бізнесу: 1). Зростання частки частка міжрегіональних поїздок на далекі відстані (з 17,9 до 24,2%) при зниженні цін на такі поїздки у зв'язку з застосуванням нової високошвидкісної авіатехніки. 2). Посилення впливу на туризм зовнішніх чинників: економічної інтеграції, політичних обставин, рівня безпеки подорожей. 3). Збільшення значного впливу на туризм нових технологій, зокрема системи комплексного резервування, вдосконалення авіап перевезень, системи електронної інформації, комунікаційні системи тощо. 4). Збільшення витрат на туристичні подорожі швидше, ніж інших витрат родин. 5). Зменшення проблеми сезонності в туризмі. 6). Найактивніше будуть подорожувати дві вікові групи: люди похилого віку та молодь. 7). Зростання значення маркетингового сегментування ринку, оскільки пропозиція буде достосовуватись до потреб. 8). Зростання значення екологічного чинника в туризмі, тобто, збільшення уваги до зеленого, сільського, екотуризму. 9). Зростання значення активного та екскурсійного туризму: замість "туризму трьох S" (Sea-Sand-Sun, Море-Пісок-Сонце) - "туризм трьох L" (Loge-Landscape-Leisuge, Народні традиції-Краєвид-Дозвілля).

Фахівці СТО визначили п'ять найперспективніших видів туризму у ХХІ столітті:

1. Круїзи - один з найперспективніших та бурхливо зростаючих видів туризму. Якщо на початку 1980 років кількість "круїзних" туристів складала 1,5 млн., то нині - 10 млн. Круїзні лайнери стають більшими та комфортнішими.

2. Пригодницький туризм - для любителів гострих відчуттів, зростає попит на екстремальні подорожі у найвіддаленіші точки Землі (Антарктиду), сходження на найвищі вершини світу та екскурсії по морських глибинах.

3. Культурно-пізнавальний туризм - отримає подальший розвиток в Європі, Азії, Близькому Сході, відповідно зростає значення охорони пам'яток культури.

4. Тематичний туризм - отримає розвиток на базі тематичних парків, популярність яких, як місць відпочинку, зростає. В основу - якась цікава тема (подорож в країну мрій або в морські глибини) - з відповідальними атракціонами, видовищами, парковими службами.

5. Космічний туризм - за даними американських фахівців це забезпечить щорічний дохід 10 млрд. дол.

1. *Вавилова Е.В.* Основы международного туризма. – М.: Гардарики, 2005. 2. *Долматов Г.М.* Международный туристский бизнес: история, реальность, перспективы. – Ростов-на-

Дону: Феникс, 2001. 3. Жукова М.А. Индустрия туризма: менеджмент организаций. – М.: Финансы и статистика, 2004. 4. Заблоцька Р.О. Світовий ринок послуг: Підручник.-К.: Знання України, 2004.-280с. 5. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти).- К.: Альтер-прес, 2004. -436с. 6. Папирян Г.А. Международные экономические отношения: экономика туризма.-М.: Финансы и статистика, 1998. 7. Сенин В.С. Организация международного туризма.-М.: Финансы и статистика, 2004. 8. Смирнов І.Г. Моделі управління туристичним бізнесом за кордоном // Сучасні проблеми управління: Матеріали ІІІ Міжн. наук.-практ. конф. -К.: ВПІ ВПК «Політехніка», 2005. - С.163-164. 9. Смирнов І.Г. Фінансові потоки в міжнародному туристичному бізнесі // Розвиток фінансової системи України в умовах ринкових трансформацій: Збірник матеріалів ІІІ Всеукр. наук.- практ. конф. - Вінниця: Книга-Вега, 2006. – С. 104-107.

О. Любіцева, д-р. геогр. наук

ГЕОГРАФІЯ ТУРИЗМУ: ЩЕ РАЗ ПРО ПРЕДМЕТ ДОСЛІДЖЕННЯ

Уточнюється сутність географічних досліджень туризму з огляду на зміни його суспільних функцій.

Essence of geographic studies in tourism considering the changes of its social functions is specified.

Актуальність дослідження ґрунтується на необхідності приведення у відповідність до розвитку туризму як об'єкта дослідження предметної сфери та понятійно-термінологічного апарату географії туризму. До цього спонукає той факт, що туризм як сфера діяльності динамічно прогресує, розвиваються наукові дослідження з різних аспектів туристичної діяльності, серед яких географія туризму, яка була однією з перших наук, які почали вивчати туризм, стала втрачати свої позиції, зосередившись, зокрема, на дослідженні туристичних ресурсів. Але власне дослідженням особливостей розміщення туристичних ресурсів та можливостями їх використання в тих чи інших видах туризму не обмежується предмет даної науки і на це вважаємо за необхідне звернути увагу. Саме **метою даної статті** є чітке визначення предмету географії туризму відповідно до сучасних суспільних реалій і необхідності адекватного їх відображення в теоретико-методологічному апараті географії туризму.

Виклад матеріалу. Географія туризму, яка зародилась і розвивалась в межах рекреаційної географії та визначалась як її складова з «дослідження туристичного господарства» [1] в сучасній структурі наукового знання і географічного зокрема, набуває іншого статусу. Зміни ці обумовлені, по-перше, тією роллю, яку в сучасному світі відіграє туризм завдяки своїй поліфункціональності; по-друге, індустріалізацією туристичної діяльності, завдяки якій туризм перетворився на потужну складову світової економіки і став явищем геоторіальним. Пояснюючи ці тези, зазначимо: 1) Туризм ще 1982р. на нараді Всесвітньої туристичної організації в Акапулько визначили як «феномен ХХ сторіччя» і цим підкреслили певну унікальність явища, яке з ХІХ ст. називають туризмом. Явище це пов'язують в першу чергу з масовим переміщенням людей і в основі таких переважно сезонних і нетривалих міграцій

лежить пізнавально-розважальна мета або необхідність лікування, здійснення релігійної обітниці тощо, тобто некомерційна мотивація (сьогодні в світі майже кожен 10 подорожує за межі своєї країни, якщо грубо співставити статистичні дані по туризму і народонаселенню). Історично туризм виник на певному етапі розвитку сучасної західної цивілізації і певною мірою є її ознакою, тобто його виникнення і розвиток обумовлені як соціально-економічними змінами в житті суспільства, так і підвищенням культурного рівня населення. Саме взаємодія цих чинників обумовила розвиток туризму, а його соціокультурний потенціал, спрямований на саморозвиток людини, роль культурного комунікатора в процесах культурної дифузії пояснюють його масовість та популярність в сучасному світі. Не секрет, що подорожування у вільний час є перевагами людей певного соціального статусу та рівня життя і доступне не всьому населенню. Не секрет, що туризм, який виник в Європі, найбільш поширений саме в країнах західної цивілізації і тільки починає проникати в країни східної цивілізації як складова стилю життя, де стає ознакою «вестернізації» та закріплення певного «іміджу», соціального статусу. Відповідно до суспільних змін в окремих країнах домінують і певні функції туризму: духовна (паломництво), рекреаційна, лікувальна, культурно-пізнавальна, просвітницько-виховна, економічна, соціальна тощо. Тобто, в сучасному світі, залежно від превалюючої функції туризму, діють такі його суспільні моделі: а) еволюційна, коли превалюючими є мотиви саморозвитку, відпочинку; б) відновна, коли на перший план виступають мотиви рекреаційні, оздоровчі, але туризм часто використовується як іміджевий фактор; в) привнесена, коли подорожування не розглядається місцевим населенням як спосіб проведення вільного часу, а виключно як сфера економічної діяльності і тоді превалюючими є економічні функції туризму. Соціальна функція туризму зробила його достатньо потужним індикатором соціально-економічного розвитку і рівня життя населення певної країни.

2) Розвиваючись, туризм перетворився на одну з найбільш динамічних галузей світової економіки – індустрію туризму, на яку припадає майже 40% світової торгівлі послугами. Чому, говорячи про туризм як господарську діяльність з забезпечення потреб туристів, ми вживаємо термін «індустрія туризму»? Передусім тому, що масовість туристичного потоку і певна однотипність запитів подорожуючої людини (транспортування, харчування, розміщення, екскурсійне обслуговування) дозволили застосувати в обслуговуванні економічні моделі, притаманні виробництву і ці моделі виявились ефективними. Сучасний туризм як сфера господарської діяльності діє за принципом масового виробництва туристичного продукту та організації його індивідуального споживання на основі стандартизації послуг та уніфікації процесів обслуговування. Спираючись на суспільно-географічні теоретико-методологічні підходи та принципи, ми обґрунтовували функціонування індустрії туризму як міжгалузевого комплексу, в якому взаємодіють три блоки: територіально-господарський, функціонально-господарський та інституційно-організаційний [2, 3]. Індустрію туризму можна розглядати й як кластер, який формується двома чинниками: 1) ресурси, 2) умови. При такому підході ми повертаємось до класичного, сформованого рекреаційною географією поняття

туристичних ресурсів як природно-рекреаційних та історико-культурних, які, сполучаючись в межах певної території, обумовлюють її рекреаційні функції і формування ТРС певного ієрархічного рівня (залежно від міри концентрації рекреаційних ресурсів, їх поширення та унікальності/цінності). Рекреаційні ресурси в поєднанні з етнографічними, представленими матеріальною та духовною традиційною культурою населення, розширюють можливості ТРС з забезпечення туристичної функції місцевості (якщо під туристичною функцією розуміти спрямованість до саморозвитку, а під рекреаційною – власне оздоровлення та відпочинок людини).

Тобто, туризм, безумовно, залишається мобільною складовою рекреації, оскільки спирається на використання вільного часу, але сама мета цього використання виходить за межі власне рекреації, спрямовуючись на саморозвиток особистості (ознайомлення з іншою місцевістю, іншою культурою, отримання додаткового знання та умінь, навичок – ось неповний перелік того, що впливає на саморозвиток, збагачує особистість під час подорожі). Власне, заради пізнання Світу (в широкому розумінні цього слова) вирушали люди завжди в подорож, часто переживаючи значні незручності чи навіть небезпеку. Тому статус мандрівника завжди високо цінувався, а самі мандрівники були неабияким джерелом знань про Світ. (Згадаємо того ж Геродота, який вважається батьком історії, географії, а, заодно, й першим туристом, за визначенням, прийнятим зараз в міжнародних документах). Таким чином, розширення суспільних функцій туризму обумовлює й зміни в його географічному дослідженні.

І, по-третє, що впливає з попередніх двох пунктів, в «орбіту» туризму сьогодні включена не тільки вся ойкумена, а й частково акваторія та аероторія, що дозволяє говорити про геоторіальність туризму. Можливості індустрії туризму не тільки роблять будь-який куточок світу досяжним для туриста, а й дозволяють розбудовувати власне туристичні ресурси (Діснейленд як американський, так і європейський тому яскравий приклад). За цих умов змінюється трактування одного з ключових понять, на якому базувалося географічне вивчення туризму – поняття туристичного ресурсу. Сьогодні досить поширеним і часто вживаним є класифікація туристичних ресурсів, свого часу запропонована нами [2,3]: природно-рекреаційні; історико-культурні; соціально-економічні. Якщо з першими двома класифікаційними групами все зрозуміло, то остання потребує уточнення. До групи соціально-економічних ресурсів включають готелі та інші заклади розміщення, транспортні комунікації, заклади сфери послуг, тобто об'єкти соціальної та транспортної інфраструктури, спеціалізованої інфраструктури туризму (підйомники, басейни, наприклад), які розміщені на території, яка спеціалізується на наданні послуг туристам (ТРС). За сучасних умов розвитку індустрії туризму, перманентній диверсифікації туристичного ринку відповідно як змінам попиту, так і пропозиції завдяки діяльності складових індустрії туризму, туристичним ресурсом може бути весь потенціал будь-якої території, більше того, такі спеціалізовані території (інші елементи територіальної структури туризму різного типу) формуються, виключно спираючись на ринкові механізми (вартість землі, інвестиційний

клімат тощо), тому поняття туристичного ресурсу розмивається. Але ж понятійно-термінологічний апарат повинен бути чітким і однозначним, чітко відображати об'єктивну реальність, це є основами наукового знання. Тому вважаємо за необхідне повернутися до класичної класифікації і визначення туристичних ресурсів як частини природно-рекреаційного та історико-культурного потенціалу, які використовуються в туризмі, тобто в *класифікатор туристичних ресурсів* включати: *природно-рекреаційні ресурси* (рельєф, клімат, ландшафти, внутрішні води та узбережжя, бальнеологічні, національні парки); *історико-культурні* (археологічні, архітектурні, монументальні та власне пам'ятки історії та культури, історико-культурні заповідники); *етнографічні* (традиційна матеріальна та духовна культура місцевого населення). Таким чином, те, що зараз в пропонованих класифікаторах, в тому числі й наших, вважається «соціально-економічними ресурсами туризму» є не чим іншим, як *умовами розвитку туризму* на певній території. Умови ці такі: *топологічні* (географічне положення території, а точніше, її транспортно-географічне положення, розміри та конфігурація, сусідське положення); *інфраструктурні* (рівень розвитку, особливості розміщення, насиченість і різноманітність закладів та послуг, які вони надають виробничої, соціальної, екологічної тощо інфраструктури, її технічні параметри, технологічні особливості експлуатації та інші умови, які забезпечують можливість експлуатації в сезон «пікового туристичного навантаження»); *соціально-економічні* (рівень розвитку, виробнича спеціалізація, демографічні характеристики, особливості розселення, рівень життя та зайнятість населення тощо); *екологічні* (оцінка стійкості ландшафтів до рекреаційних навантажень, екологічний стан території). Зазначені умови є внутрішніми, які характеризують територію щодо можливостей розвитку на ній туристичної діяльності. Але слід ще виділити умови зовнішні, які залежать від державної політики і, зокрема, туристичної державної політики. Це такі умови як законодавче і нормативно-правове регулювання внутрішньої та міжнародної туристичної діяльності, податкова політика, політика в сфері інвестування, наукових досліджень, підготовки кадрів, забудови туристичних центрів та курортних зон тощо.

Саме тому вважаємо необхідним визначити предмет географії туризму наступним чином: ***географія туризму є галуззю географічних знань про можливості території щодо розвитку туризму з метою оптимізації туристсько-рекреаційної діяльності відповідно до умов сталого та соціально-орієнтованого розвитку туризму.*** В основу схеми дослідження може бути покладений хорологічний підхід до кластера, сформованого взаємодією «ресурси – умови території».

Звідси логічною є побудова такої моделі місця та зв'язків географії туризму в системі географічного знання (рис. 1). Географія туризму в ієрархічній структурі географічних наук, побудованій за Е.Б.Алаєвим, є галуззю географії, дисципліною соціальної географії, що входить до родини суспільно-географічних наук. Рекреаційна географія та етногеографія надають їй знання з ресурсів території, а оцінка умов для розвитку туризму спирається на теоретико-методологічні положення суспільної географії, дослідження з географії

населення та розселення, послуг, транспорту; можливості розвитку туризму та формування елементів його територіальної структури спираються на методичний апарат районної планівки та містобудування тощо. З негеографічних наук географія туризму спирається в першу чергу на дослідження історії, краєзнавства (туристичне краєзнавство) та країнознавства (туристичне країнознавство), філософії, соціології та психології, культурології, використовує досвід з економіки і організації туризму, гостинності, маркетингу, менеджменту та логістики туризму тощо.

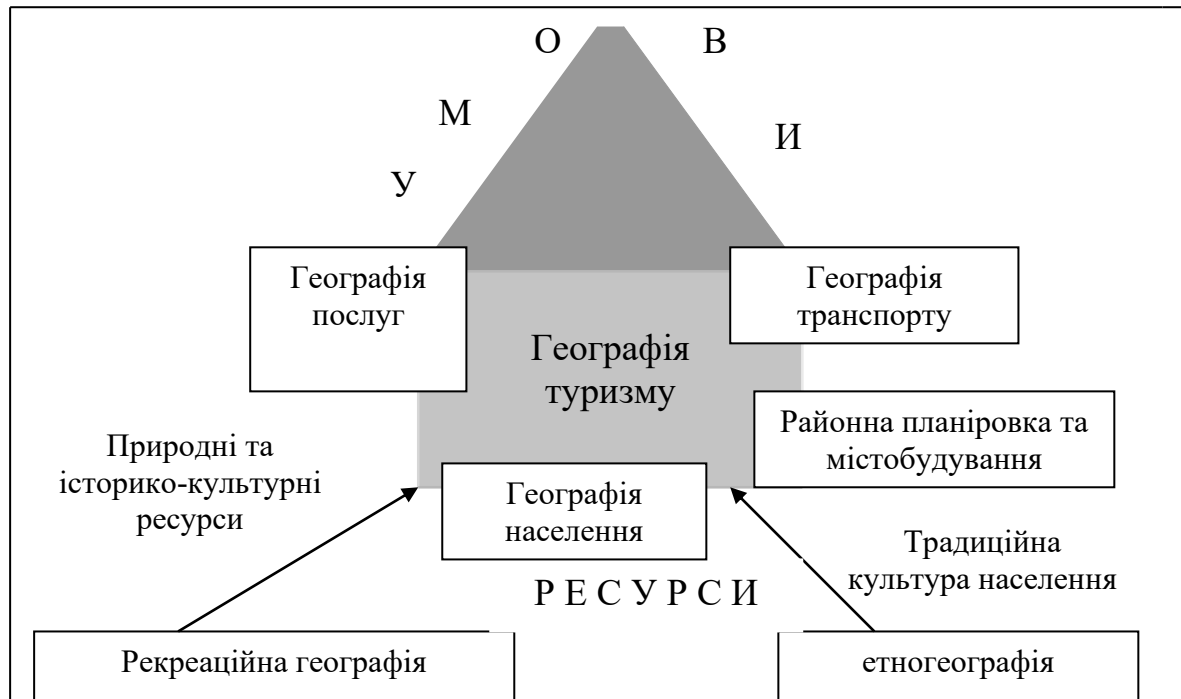


Рис. 1. Зв'язок географії туризму з географічними науками

Висновки. Зосередження уваги географів на дослідженні не тільки ресурсів, а й можливостей розвитку туризму на конкретних територіях з урахуванням їх інвестиційної привабливості, вимог до сталого, збалансованого та соціально спрямованого туризму повинно забезпечити географії туризму одне з провідних місць в наукових дослідженнях для потреб туризму і їх використанні в практичній діяльності.

1. Крачило Н.Г. География туризма.- К.:Вища школа, 1987.-208с.; 2. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти) – К.:Альтерпрес, 2002.-436с. 3. Яценко Б.П., Любіцева О.О., Бейдик О.О. Індустрія національного туризму: проблеми формування та сучасний стан //Економічна і соціальна географія. Міжвід.наук.зб.-К., 1995,вип.46, с.42-46.

СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ РОЗВИТКУ НАЦІОНАЛЬНОГО ТУРИЗМУ

Розглянуто пріоритетні напрями розвитку туризму і рекреації в Україні та ресурсно-рекреаційний потенціал її регіонів.

It was observed the main directions of tourism and recreation development in Ukraine and recreational resource potential of it's regions.

Постановка проблеми. До стратегічних напрямів державної політики в галузі туризму і рекреації, згідно з [2], належать наступні: удосконалення правових засад регулювання відносин у галузі туризму; забезпечення становлення туризму як високорентабельної галузі економіки України, заохочення національних та іноземних інвестицій у розвиток індустрії туризму України (*рис. 1*), створення нових робочих місць; розвиток в'їзного та внутрішнього туризму, сільського (зеленого), екологічного туризму; розширення міжнародного співробітництва, утвердження України на світовому туристському ринку; створення сприятливих для розвитку туризму умов шляхом спрощення та гармонізації податкового, валютного, митного, прикордонного та інших видів регулювання; забезпечення доступності туризму та екскурсійних відвідувань для дітей, молоді, людей похилого віку, інвалідів та малозабезпечених громадян шляхом запровадження пільг стосовно цих категорій осіб. Нагальна проблема розвитку національної рекреаційно-туристської індустрії полягає у забезпеченні збереження, відновлення та раціональне використання рекреаційно-туристських ресурсів України. Останні є основним чинником реалізації цих напрямів, реалізувати які покликані регіональні та інші програми розвитку туризму та рекреації, що становлять комплекс взаємопов'язаних правових, економічних та організаційних заходів, спрямованих на реалізацію конституційних прав громадян, і довгострокових пріоритетів країни в галузі туризму [2].

Метою статті є аналіз пріоритетних напрямів розвитку національного туризму і рекреації, чинником якого виступає ресурсно-рекреаційний потенціал регіонів України.

Виклад основного матеріалу. Нижче наводяться основні напрями національної туристсько-рекреаційної політики, подані згідно з державною програмою розвитку туризму на 2002–2010 рр. [1] та позицією автора щодо ресурсно-рекреаційного районування території України [6].

Причорноморський ресурсно-рекреаційний район включає АР Крим, Миколаївську, Одеську, Херсонську області (площа – 113,4 тис. км² або 18,78% площі України).

Чисельність оздоровлених у санаторно-курортних закладах району складає 1518546 осіб (47,8% від загальної кількості оздоровлених в Україні), кількість санаторно-курортних і оздоровчих закладів – 1326 (40,6% від загальної кількості санаторно-курортних і оздоровчих закладів України), кількість закладів розміщення – 225 (18,9% від загальної кількості підприємств готельного господарства України). У районі діє 592 туристські підприємства-ліцензіата

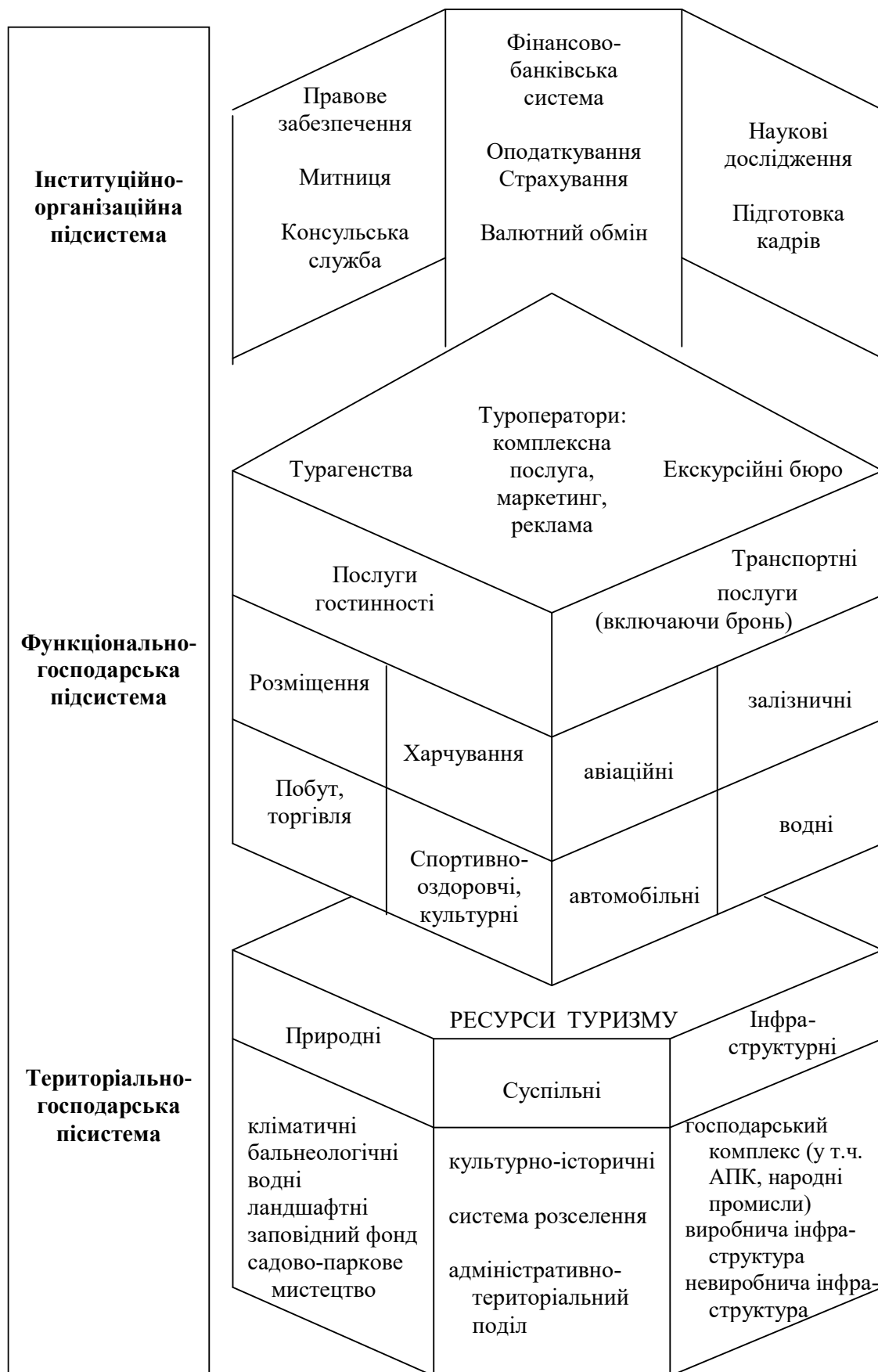


Рис. 1. Принципова структурно-логічна модель національної індустрії туризму ([7] з уточненнями)

(23,5% від загальної кількості ліцензіатів, що надавали послуги), які упродовж 2004 р. обслужили 687027 туристів (24,1% від загальної чисельності обслугованих туристів в Україні) [5].

Зважаючи на приморське розташування, подальшого розвитку набуватимуть круїзний морський туризм, яхтинг, інтенсифікація використання «актуальної смуги» – її забудова закладами розміщення, а наявність гірських, передгірських (Крим) та річкових (Нижній Дніпро, Нижній Дунай, Південний Буг) ландшафтів забезпечить розширення мережі маршрутів екотуризму. Завдяки наявності ряду унікальних спелеоб'єктів та значній закарстованості території (її площа становить 41 тис. км²) розвиватиметься спелеотуризм.

На території Автономної Республіки Крим основною метою розвитку курортно-рекреаційного і туристського комплексу (КРТК) є формування конкурентоспроможного на світовому і національному рівнях туристського продукту на основі ефективного використання рекреаційного потенціалу Криму, забезпечення соціально-економічних інтересів і екологічної стійкості регіону. Основні напрями розвитку КРТК Криму передбачають: оптимізацію галузевої структури КРТК на основі законодавчо закріпленого поділу територій з перевагою рекреаційно-туристських і курортних функцій; оптимізацію просторової структури КРТК за рахунок освоєння нових рекреаційних районів у Східному, Південно-Східному, Західному, Північно-Західному і Північному Криму; розвиток нових видів і форм туристської і рекреаційної діяльності, що найбільше відповідають унікальним соціокультурним і природно-ландшафтним ресурсам регіону (розвиток у межах Євпаторійського і Сакського курортів міжнародних спеціалізованих центрів реабілітації, оздоровлення дітей і підлітків); збільшення ролі економічних методів у системі керування рекреаційною діяльністю і в галузі використання рекреаційних ресурсів; більш ефективне використання рекреаційних ресурсів регіону; розвиток сільського (зеленого) і екологічного туризму, орієнтованого на територію Гірського, Передгірського і Рівнинного Криму; забезпечення організаційно-правових умов і нормативної якості природного середовища для входження Кримських курортів у Європейський рух якості туристських міст «Блакитний прапор Європи»; створення нових об'єктів природно-заповідного фонду (національних природних парків, регіональних ландшафтних парків та ін.), що дасть можливість поєднувати рекреаційні та природоохоронні функції території.

На території Миколаївської обл. перспективним є подальший розвиток туристсько-рекреаційного комплексу в межах найменшого в Україні чорноморського узбережжя (84 км), яким передбачено і вирішення нагальних екологічних проблем приморської території (м. Очаків, смт Коблево, Рибаківка, Лугове, Морське, о. Березань, Кінбурнська коса).

Програма розвитку туризму і рекреації в межах Одеської обл. передбачає розробку і впровадження регіонального кадастру рекреаційних ресурсів, забезпечення систематичного проведення моніторингу стану курортно-рекреаційних територій, визначення межі охоронних зон усіх об'єктів природно-заповідного фонду і зарезервованих територій для розвитку курортів, рекреаційних і туристських комплексів. Передбачено розробити проекти

створення соціальної і господарської інфраструктури природно-заповідних територій і об'єктів, які використовуються для туристської діяльності, вдосконалити механізм раціонального та екологічно збалансованого використання природного та історико-культурного потенціалу¹ для потреб туризму і рекреації, розробити програму відновлення ландшафтів природно-заповідних територій та забезпечити систематичне проведення робіт щодо впорядкування рекреаційних територій. Враховуючи сучасні тенденції, планується створення відповідної інфраструктури, нових туристських маршрутів для розвитку спеціалізованих видів туризму (екстремального, спортивного, релігійного, етнічного, конгресного, круїзного тощо), впровадження комплексу міжгалузевих заходів щодо визначення правового статусу і механізму регулювання використання прибережної смуги Одеси, смт Сергіївки і Затоки як складових курортів загальнодержавного значення, населених пунктів Кілійського, Комінтернівського, Овідіопільського і Татарбунарського районів як складових курортів місцевого значення.

Програма розвитку туризму і рекреації на території *Херсонської обл.* передбачає більш інтенсивне освоєння північних і причорноморських районів області, реконструкцію і розширення матеріальної бази курортів Скадовська, Голої Пристані, Генічеська та ін. (в області 12 населених пунктів мають статус курортних), освоєння курортної зони Арабатської Стрілки, вирішення питань водозабезпечення, інженерно-комунального обслуговування рекреаційних зон області.

Карпатсько-Подільський ресурсно-рекреаційний район включає Вінницьку, Закарпатську, Івано-Франківську, Львівську, Тернопільську, Хмельницьку, Чернівецьку області (площа – 117,5 тис. км² або 19,46% площі України).

Чисельність оздоровлених у санаторно-курортних закладах району складає 482231 особу (15,2% від загальної кількості оздоровлених в Україні), кількість санаторно-курортних і оздоровчих закладів – 333 (10,2% від загальної кількості санаторно-курортних і оздоровчих закладів України), кількість закладів розміщення – 250 (20,9% від загальної кількості підприємств готельного господарства України). У районі діє 431 туристське підприємство-ліцензіат (17,1% від загальної кількості ліцензіатів, що надавали послуги), яке упродовж 2004 р. обслужило 425111 туристів (15,0% від загальної чисельності обслугованих туристів в Україні) [5].

Зважаючи на гірське та передгірське розташування, особливості гідрографічної мережі району, наявність спелеоб'єктів світового значення (печера Оптимістична), лікувальних вод і значну закарстованість території (її площа становить 27,4 тис. км²), подальшого розвитку набуватимуть спелеотуризм, пішохідний туризм та водні види туризму у літній сезон та гірськолижний – у зимовий, інтенсифікація використання джерел мінеральних

¹ Розглядається питання про можливість внесення до списку об'єктів Всесвітнього надбання Білгород-Дністровської фортеці XIII–XV ст. (м.Білгород-Дністровський Одеської обл.).

вод, орографічних рекреаційних ресурсів (спорудження підйомників, бугельних трас, закладів розміщення).

Рациональне використання Товтр у межах Хмельницької обл. передбачає ведення таких форм господарської діяльності (у першу чергу розвиток рекреації), які б гармонійно вписувалися в їх унікальну природу. Найбільш цінним для рекреаційного господарства національного природного парку «Подільські Товтри» є мінеральні води, запаси яких складають підґрунтя формування ефективного профілактично-лікувального комплексу у Сатанові, Кам'янець-Подільському, с.Привороття-2 та с. Маків (Кам'янець-Подільський р-н). Подальшого розвитку має набути мережа невеликих туристських притулків для комплексного обслуговування туристів на берегах Дністровського водосховища (у першу чергу в зоні Бакоцької затоки).

За станом на 01.01.2003 р. на розвиток туристсько-рекреаційної сфери Вінницької обл. було залучено \$0,65 млн. Більшість з отриманих інвестицій (понад \$0,5 млн.) були спрямовані на розвиток програми розбудови сільського (зеленого) туризму. Перспективними є проект створення меморіально-музейного комплексу «Перший літак» (побудований О.Ф.Можайським), розробка туристського маршруту «Великий Маєстро» (місця перебування П.І.Чайковського).

З метою розвитку індустрії туризму і рекреації європейського рівня та пропаганди рекреаційно-туристських можливостей Карпат, Львівська, Закарпатська, Івано-Франківська і Чернівецька області об'єдналися у Раду з туризму Карпатського регіону. За перші 2 роки свого існування було отримано кілька грантів, один із яких використано для реалізації спільного (разом із Польщею та Словаччиною) проекту розвитку Карпат. Європейський союз готовий виділити кредитну лінію в розмірі 100 тис. євро на розвиток невеликих приватних готелів на території Чернівецької, Івано-Франківської, Львівської, Закарпатської областей. Для налагодження власного бізнесу підприємці зможуть отримати кредит на 2–3 тис. євро. У той же час відсутність партнерського банку і високі відсоткові ставки затримують початок роботи проекту TACIS у цьому напрямі.

На території Львівської обл. у с. Тухля (поблизу смт Славське) на площі 4 га інвестиційним проектом (вартість проекту \$ 5 млн., початок робіт у 2007 р.) передбачено побудувати аквапарк.

Щодо рекреаційно-туристського розвитку окремих сегментів Карпатського регіону, то у Закарпатській обл. Програмою передбачено формування конкурентоспроможного туристсько-рекреаційного продукту, що забезпечить, з одного боку, попит споживачів (як вітчизняних, так і зарубіжних) у туристсько-рекреаційних послугах, а з іншого – значний вклад у соціально-економічний розвиток регіону за рахунок збільшення дохідної частини бюджету, притоку інвестицій, зростання кількості робочих місць, збереження та рационального використання природних ресурсів та об'єктів культурної спадщини. Зокрема, Програмою передбачено: 1) модернізація матеріально-технічної бази закладів рекреації і туризму (гірськолижна база «Красія» у с.Кострино Великоберезнянського р-ну, лікувально-оздоровчий комплекс

«Плай» у смт Воловець, туристсько-оздоровчий комплекс «Карпати» у смт Міжгір'я, спортивно-туристський комплекс «Синяк» у с. Синяк Мукачівського р-ну, туристсько-оздоровчі комплекси «Трембіта» у смт Кобилецька Поляна Рахівського р-ну та «Високі Карпати» у смт Ясіня Рахівського р-ну та ін.); 2) розвиток курортно-рекреаційних зон (протягом 2003–2010 рр. на території області планується створити 8 курортів державного і 24 курорти місцевого значення шляхом поетапного здійснення комплексу заходів, головними з яких є: резервування земель оздоровчого призначення та визначення меж охоронних зон резервованих територій; моніторинг природних територій курортів державного та місцевого значення, організація і проведення наукових досліджень з метою підвищення ефективності використання курортного потенціалу та ін.); 3) розвиток внутрішнього та іноземного туризму (гірськолижного – переважно на території Воловецького, Міжгірського, Рахівського, Великоберезнянського, Свалявського, Мукачівського р-нів; сільського (зеленого) – на території всіх районів області; екологічного – переважно на територіях природно-заповідного фонду; екстремального, що передбачає спуск по гірських річках на байдарках (Виноградівський, Великоберезнянський, Перечинський, Ужгородський р-ни); парашутизму, дельтапланеризму (Рахівський, Перечинський, Великоберезнянський р-ни); елітного (мисливського, спортивного велотуризму – на території всіх районів області); етнічного та етнографічного (переважно в місцях компактного проживання національних меншин – угорців, німців, румунів, словаків); ностальгічного (поховання і кладовища часів І світової війни, резиденції колишніх австро-угорських правителів, Верецький перевал у Воловецькому р-ні) тощо).

Метою програми розвитку туризму на 2002–2010 рр. на території Івано-Франківської обл. є здійснення заходів, спрямованих на більш ефективне функціонування туристської галузі, забезпечення умов для повноцінного функціонування суб'єктів туристської діяльності, залучення інвестицій, створення туристського продукту, здатного максимально задовольнити потреби міжнародного і внутрішнього туризму з урахуванням природно-кліматичного, рекреаційного, соціально-економічного, історико-культурного потенціалу області, її етнографічних особливостей. Зокрема, Програмою передбачено: 1) удосконалення системи державного регулювання туризму (порушення клопотання про надання м. Косову статусу курортної території); 2) розвиток матеріальної бази та туристської інфраструктури (створення і ведення обласного автоматизованого реєстру підприємств туристсько-рекреаційного комплексу; розроблення і виконання комплексних програм розвитку туристських центрів області (Івано-Франківськ, Коломия, Яремча, Болехів, Галич, Косів, Рогатин, смт Верховина, с. Осмолода Рожнятівського р-ну, с. Слобода Коломийського р-ну); відбудова Манявського Христо-Воздвиженського монастиря як популярного екскурсійного об'єкта; створення інфраструктури для розвитку туризму та рекреації на території національних природних парків, гірськолижного туркомплексу в Рожнятівському р-ні та спортивно-туристської бази для проведення тренувань і змагань із дельтапланерного, парашутного спорту та водного туризму у с. Одаїв Тлумацького р-ну; організація у м. Косові на базі

колишньої соляної копальні туристсько-оздоровчого комплексу (соляна шахта, соляні ванни, музей солеваріння); реалізація проекту розвитку туристської інфраструктури поблизу комплексної пам'ятки природи загальнодержавного значення «Скелі Довбуша»); 3) використання рекреаційних ресурсів та культурної спадщини для розвитку туризму (проведення інвентаризації та створення обласного кадастру природних та історико-культурних ресурсів; визначення межі охоронних зон усіх видів об'єктів природно-заповідного фонду та продовження роботи щодо резервування територій для розвитку курортів, рекреаційного комплексу та туризму; продовження роботи над розширенням експозиції історико-меморіального музею Степана Бандери у с. Старий Угринів Калуського р-ну; реставрація Пнівського замку біля м. Надвірної; організація у смт Кути Косівського р-ну музею лісового господарства та лісосплаву); 4) розвиток сільського (зеленого) туризму (створення уніфікованої бази даних приватних садиб області, що надають послуги гостинності та ін.); 5) розширення мережі туристсько-екскурсійних маршрутів (проведення традиційних сходжень на г. Яворина з метою вшанування загиблих вояків ОУН-УПА та на г. Лиса на відзначення Дня незалежності України; розвиток мисливського туризму, розширення мережі кінних та велосипедних туристських маршрутів, дослідження об'єктів спелеотуризму та створення умов для їх використання).

Програмою розвитку туризму Чернівецька обл. визначено ряд пріоритетних напрямів, головним із яких є створення сучасної туристської інфраструктури, сприяння розвитку сільського (зеленого), внутрішнього та іноземного туризму, залучення інвестицій в розбудову туристсько-рекреаційної галузі тощо. Зокрема, ведеться активна діяльність із розвитку транскордонного туристського співробітництва в рамках Єврорегіону «Верхній Прут» (розроблені міжнародні туристські маршрути із різною тематикою та ступенем складності, запропоновані проекти для їх фінансування Світовим банком та Євросоюзом), створюється реєстр туристсько-рекреаційних об'єктів та об'єктів інфраструктури, реалізуються інвестиційні пропозиції щодо будівництва об'єктів рекреаційно-туристського призначення (туристсько-оздоровчий спортивний комплекс у с. Іжівці Сторожинецького р-ну, де передбачений і розвиток кінного туризму, турбаза у с. Виженка Вижицького р-ну, у Кіцманському р-ні на перевалі Немчич та г. Цецина² (висота 537 м) введено в дію 2 підйомники).

Таким чином, розвиток туризму в Карпатському регіоні слід розглядати не тільки як пріоритетний напрям для областей, що входять до нього, а й стратегічний для України.

Полісько-Столичний ресурсно-рекреаційний район включає Волинську, Житомирську, Київську, Полтавську, Рівненську, Черкаську, Чернігівську області й є найбільшим за площею – 180,7 тис. км² (29,98% площі України).

² Цецине – ландшафтний заказник загальнодержавного значення (з 1974 р.), розташований в Кіцманському р-ні Чернівецької обл., де охороняється буковий різновіковий праліс на схилах гори Цецина (площа 430 га).

Чисельність оздоровлених у санаторно-курортних закладах району складає 352394 особи (11,1% від загальної кількості оздоровлених в Україні), кількість санаторно-курортних і оздоровчих закладів – 488 (14,9% від загальної кількості санаторно-курортних і оздоровчих закладів України), кількість закладів розміщення – 349 (29,3% від загальної кількості підприємств готельного господарства України). У районі діє 929 туристських підприємств-ліцензіатів (36,9% від загальної кількості ліцензіатів, що надавали послуги), які упродовж 2004 р. обслужили 1247403 туриста (43,8% від загальної чисельності обслугованих туристів в Україні) [5].

Зважаючи на прирічкове розташування, подальшого розвитку набуватимуть круїзи по Дніпру, яхтинг, водний туризм, реконструкція закладів розміщення та інтенсифікація берегової забудови.

Програмою розвитку туризму в м. Києві передбачається виділення значних коштів на модернізацію його рекреаційного середовища (реалізація політики «малих кроків», спрямованої на формування мережі малих приватних готелів, регенерація історичної забудови), формування нового турпродукту (що виходить за рамки традиційного уявлення про туристську пропозицію Києва), який би враховував історико-культурну специфіку міста, урізноманітнював традиційну пропозицію завдяки його комбінуванню з послугами, раніше для Києва не характерними. Акцент має бути зроблений на розвиток ділового (пізнавально-ділового), спеціалізованого (вивчення української мови, участь у реставрації історичних пам'яток тощо), релігійного туризму, заохочувального (інсентив-туризму), оснований як на колективних відвідинах Києва з екскурсійною метою, так і на подорожах киян в інші міста та регіони. Враховуючи те, що майбутнє туризму на 60–70% – ринок місцевих споживачів, а на 30–40% – ринок іноземних туристів, значна увага приділяється розвитку соціального туризму – переходу від орієнтації на елітарний туризм до зацікавленості в розвитку недорогих масових видів туризму.

Перспективами розвитку туризму і рекреації на території Черкаської обл. передбачено проведення інвентаризації та оцінки природних та історико-культурних РТР, створення відповідної інфраструктури для розвитку сільського (зеленого), культурно-пізнавального, мисливського та рибальського, оздоровчо-спортивного, релігійного, ділового, екстремального туризму.

Найбільш привабливими для розвитку туризму в Чернігівській обл. є історико-архітектурні комплекси міст Чернігова та Новгород-Сіверського, гетьманська столиця – Батурин, комплекс «Тростянець» (включає Тростянецький, Качанівський, Сокиринський парки), організація та розвиток мережі регіональних ландшафтних парків (наприклад, у межах річки Дніпра і Десни у перспективі буде організовано Межиріченський регіональний ландшафтний парк площею 100 тис. га).

Придніпровсько-Донецький ресурсно-рекреаційний район включає Дніпропетровську, Донецьку, Запорізьку, Кіровоградську, Луганську області (площа – 136,9 тис. км² або 22,66% площі України).

Чисельність оздоровлених у санаторно-курортних закладах району складає 724241 особу (22,8% від загальної кількості оздоровлених в Україні), кількість

санаторно-курортних і оздоровчих закладів – 982 (30,0% від загальної кількості санаторно-курортних і оздоровчих закладів України), кількість закладів розміщення – 279 (23,4% від загальної кількості підприємств готельного господарства України). У районі діє 392 туристські підприємства- ліцензіата (15,6% від загальної кількості ліцензіатів, що надавали послуги), які упродовж 2004 р. обслужили 359989 туристів (12,7% від загальної чисельності обслугованих туристів в Україні) [5].

Зважаючи на приморське та прирічкове розташування, подальшого розвитку набуватимуть круїзне освоєння Дніпровського «рекреаційного коридору», яхтинг, реконструкція та інтенсифікація берегової забудови (особливо це стосується приморських курортів).

Туристсько-рекреаційна галузь як складова економіки невиробничої сфери має для густонаселеної промислової Донецької обл. особливе значення. Основними напрямками її розвитку є екотуризм (на базі природно-кліматичних ресурсів, використання ландшафтів та екосистем, які не зазнали істотного впливу господарської діяльності людини, – Хомутовського степу, Кам'яних Могил, Білосарайської та Кривої коси, первістка вітчизняного степового лісорозведення Великоанадольського лісу), яхтингу (акваторія Азовського моря), релігійного (Святогірський Успенський монастир у м. Слов'янську), промислового туризму (унікальний Артемівський завод шампанських вин, розташований на глибині 70–80 м у колишніх шахтах із видобутку гіпсу, інші виробництва; крім того, у Донецьку створюється музей історії промисловості під відкритим небом) тощо.

Запорізька обл. завдяки своєму суспільно-географічному положенню відноситься до інвестиційно-привабливих регіонів України. Крім того, увагу інвесторів привертає потужний промисловий потенціал області і перспективи його росту, висока експортна орієнтація економіки регіону, розвинений транспортний зв'язок, традиційні ділові зв'язки з російським і європейським ринками. Враховуючи наявність унікальних природних і лікувальних факторів (міста Бердянськ, Приморськ, смт Кирилівка мають статус курортних) перспективним напрямом для залучення іноземних інвестицій слід вважати і розвиток інфраструктури оздоровлення, лікування і туризму. Щодо подальшої долі природного та історико-культурного комплексу і святині українського народу – Національного заповідника «Хортиця» (створений у 1965 р. на найбільшому річковому острові України і Дніпра), то першочерговими мають стати негайна видача заповіднику державного акту на право постійного користування землею і призупинення робіт із будівництва мостових переходів через його територію, які руйнуватимуть цю національну святиню.

У Кіровоградській обл. першочерговою визначена обласна комплексна програма паспортизації об'єктів культурної спадщини (археологічних, історичних, монументального мистецтва, архітектури та містобудування, садово-паркового мистецтва, ландшафтних) на 2003–2010 рр.

Програма розвитку туристсько-рекреаційного господарства на території Луганської обл. визначає як пріоритетні оздоровчий, спортивний, спеціалізований (у т.ч. промисловий) види туризму на основі більш ефективного

залучення туристсько-екскурсійного потенціалу Краснодонського, Біловодського (цікавим об'єктом є найстаріший в Україні Деркульський кінний завод, який заснований у XVIII ст.), Міловського, Станично-Луганського, Слов'яносербського районів. Для розвитку санаторно-курортної та оздоровчої рекреації перспективними є Старобільський, Кремінський, Новопсковський райони.

Харківський ресурсно-рекреаційний район включає Харківську, Сумську області та є найменшим за розмірами території – 55,2 тис. км² (9,1% площі України).

Чисельність оздоровлених у санаторно-курортних закладах району складає 98311 осіб (3,1% від загальної кількості оздоровлених в Україні), кількість санаторно-курортних і оздоровчих закладів – 139 (4,3% від загальної кількості санаторно-курортних і оздоровчих закладів України), кількість закладів розміщення – 89 (7,5% від загальної кількості підприємств готельного господарства України). У районі діє 175 туристських підприємств-ліцензіатів (6,9% від загальної кількості ліцензіатів, що надавали послуги), які упродовж 2004 р. обслужили 126416 туристів (4,4% від загальної чисельності обслугованих туристів в Україні) [5].

Зважаючи на незначне забезпечення району рекреаційно-туристськими ресурсами, прогнозується розвиток оздоровчої рекреації на берегах водосховищ Харківської обл., а також помітна міграція рекреантів в інші, більш привабливі в ресурсно-туристському відношенні, райони.

Програма розвитку туризму та рекреації у Харківській обл. передбачає створення консолідованої системи Держадміністрації та зацікавлених організацій, фізичних осіб щодо оптимізації інвестування рекреаційної індустрії (розвиток мережі дитячих оздоровчих таборів, баз відпочинку, таборів праці та відпочинку, дитячих санаторіїв, пансіонатів, спортивно-оздоровчих таборів).

На основі аналізу рекреаційно-туристських ресурсів обґрунтована організація трьох кільцевих маршрутів: Краснокутського, Ізюмсько-Святогірського, Печенізько-Чугуївського, що характеризуються поліфункціональністю рекреаційних об'єктів і достатньо розвинутою інфраструктурною базою. На підсилення останньої пропонується організація туристських кампусів, які являють собою сучасні елементи територіальної організації туризму (організація розміщення рекреантів за принципом готелів клубного типу, наявність автосервісного центру, забезпечення сучасного зв'язку, пункту обміну валют тощо). У Зміївському р-ні (с. Борова) з 2004 р. діє приватна гірсько-лижна траса (підйомник, виробництво штучного снігу, атракціони).

Таким чином, основні положення обласних програм розвитку туризму і рекреації віддзеркалюють ресурсно-рекреаційні можливості тієї чи іншої території, які при їх реалізації можуть призвести до суттєвого пожвавлення регіональної економічної діяльності. Відсутність даних щодо ряду обласних програм свідчить про те, що вони знаходяться в стадії розробки. Зазначимо також, що при плануванні розвитку національного туризму доцільно врахувати і світові тенденції, серед яких домінують наступні: знижується попит на групові поїздки і активізується індивідуальний туризм; збільшується кількість

пропозицій для сімейних туристів групами 5–6 осіб; діловий туризм (участь у роботі конференцій, конгресів та ін.) відноситься до найбільш вигідних видів подорожей, адже щорічні темпи приросту цього виду туризму в світі становлять 8%, він дає вдвічі більше прибутків приймаючій стороні, ніж інші види туризму (оздоровчий, культурно-розважальний); стабільним попитом користуються поїздки вихідного дня; активні форми рекреації переважають над пасивними, дедалі популярнішими стають пригородницькі та спортивні поїздки тощо.

1. *Державна програма розвитку туризму на 2002–2010 роки.* // Правове регулювання туристичної діяльності в Україні: Збірник нормативно-правових актів. – К.: Юрінком Інтер, 2002. – С.32–39. 2. *Закон України «Про туризм»*, затверджений Указом Президента України 18 листопада 2003 р. 3. *Туризм в Україні –2002: Статистичний бюлетень.* – К.: Державна туристична адміністрація України, 2003. – 41 с. 4. *Туризм в Україні –2003: Статистичний бюлетень.* – К.: Державна туристична адміністрація України, 2004. – 41 с. 5. *Туризм в Україні –2004: Статистичний бюлетень.* – К.: Державна туристична адміністрація України, 2005. – 49 с. 6. *Бейдик О.О.* Рекреаційно-туристські ресурси України: методологія та методика аналізу, термінологія, районування: Монографія. – К.: ВПЦ «Київський університет», 2001. – 395 с. 7. *Яценко Б.П., Любіцева О.О., Бейдик О.О.* Індустрія національного туризму: проблеми формування та сучасний стан. // Економічна та соціальна географія. – К.: Либідь, 1995. – Вип. 46. – С.93–99.

В. Бабарицька, канд. геогр. наук

ГЕОІНФОРМАЦІЙНЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ НАЦІОНАЛЬНОГО ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ

Визначено сутність, охарактеризовано змістовні складові і сформульовано завдання розробки стратегічної геоінформаційної системи забезпечення національного туристичного продукту.

It is revealed the essence, clarified the content patterns and stipulated tasks of the strategic geo-information system of the national tourist product elaboration

Актуальність. Роль інформації і адекватних методів управління інформаційними потоками у сучасному суспільстві незаперечна. Крім того, що інформатизація і інформаційний менеджмент сьогодні виступають одним з факторів мобільності виробництва. У більш широкому розумінні їх ефективність і відповідність сучасним вимогам суспільного розвитку – це мірило **рівня культури і конкурентної переваги окремих соціумів** у міжкультурних комунікаціях різних таксономічних масштабів: локального, регіонального, національного, міжнародного (макрорегіонального), глобального.

Постановка проблеми. Нинішня ситуація щодо інформаційного забезпечення національного продукту в Україні відзначається:

- неузгодженістю контенту і форм, каналів подачі відомостей;

© В. Бабарицька, 2007

- неточністю і недостатнім як контентним так і просторовим покриттям;

- хаотичністю (спорадичністю) і невпорядкованістю інформаційних потоків як про країну в цілому, так і про асортимент туристичного продукту у її межах.

І це дуже узагальнена характеристика.

Отже, на часі подолання цих недоліків і як ціль - створення ефективного фундаменту для розвитку мережі туристичних інформаційних центрів (ТІЦ) – у конкретному розумінні. Але, що більш важливо, розробка і наукове обґрунтування всебічне, комплексне і просторово адекватне інформаційне забезпечення національного туристичного продукту - у широкому розумінні.

Виклад основного матеріалу. Наявні у сучасному інформаційному просторі України практичні розробки презентації туристичного продукту окремих територіальних одиниць наголошують на актуальності завдання підвищення ефективності національного туристичного продукту України завдяки ґрунтовному і систематичному підходу до формування **стратегічної інформаційної системи (СІС)**. Така СІС має враховувати потребу комплексної, візуалізованої, за допомогою баз даних (БД) та систем управління базами даних, презентації країни, окремих її територій.

Формування такої СІС визначається тим, що (рис.1):

- сутність туристичної діяльності зумовлює ***специфічні просторові відношення***;
- основу туристичного продукту формують локалізовані цільові послуги, які неможливо отримати у будь-якому іншому місці в світі і їх споживання становить мету туристичної подорожі відбивають у собі властивості ***певної території*** і мають специфічний місцевий колорит;
- ***доступність туристичного регіону (туристсько-географічне положення території)*** має крім фізичного (відстань, час на її подолання) ще й соціально-психологічний аспект. Сутність останнього, крім політико-адміністративної (імміграційні правила), соціально-культурної (стан медичного обслуговування, страхування, рівень злочинності, традиції і звички тощо), екологічної (стан навколишнього середовища), визначає і інформаційна (знання про те, що очікує туриста у дестинації) складові;
- сучасні досягнення у технологічному забезпеченні управління ***просторовими базами даних*** вимагають розробки і надають оптимальні інструменти для створення **стратегічної геоінформаційної системи (СГІС)**.

Сучасні концепції подібних інформаційних систем здебільшого орієнтовані на локальний і регіональний рівень. Навіть, як приклад, у прийнятих на державному рівні рекомендаціях для ТІЦ, вони включають лише, так звані, ***три “А” туристичного напрямку (дестинації)***:

- Access – доступність (громадський транспорт, залізниця, таксі, дорожня карта тощо);

- Amenities- інфраструктура (готелі торговельні центри, заклади харчування, туалети, паркування тощо);

- *Attractions* – атракції (музеї, театри, замки, фортеці, спортивні споруди, інші місця відвідування та їх пропозиція) разом із основною оглядовою інформацією щодо туристичного напрямку: його історії, культурних, природних особливостей, а також подіями, громадськими заходами і святами [1].

Але ж, фактично, і це особливо важливо для умов нашої країни, залишається невизначеність щодо *двох суттєвих “А”*:

-*Assortment*- асортименту продукту - туристичного продукту – його маршрутного каркасу і територіальної організації та

- *Address*- адресності інформаційного контенту .

Таким чином, втрачено цілісність і перманентність бачення щодо сучасного стану і перспектив управління комплексним і пропорційним розвитком туризму в країні в цілому, і в окремих дестинаціях зокрема.

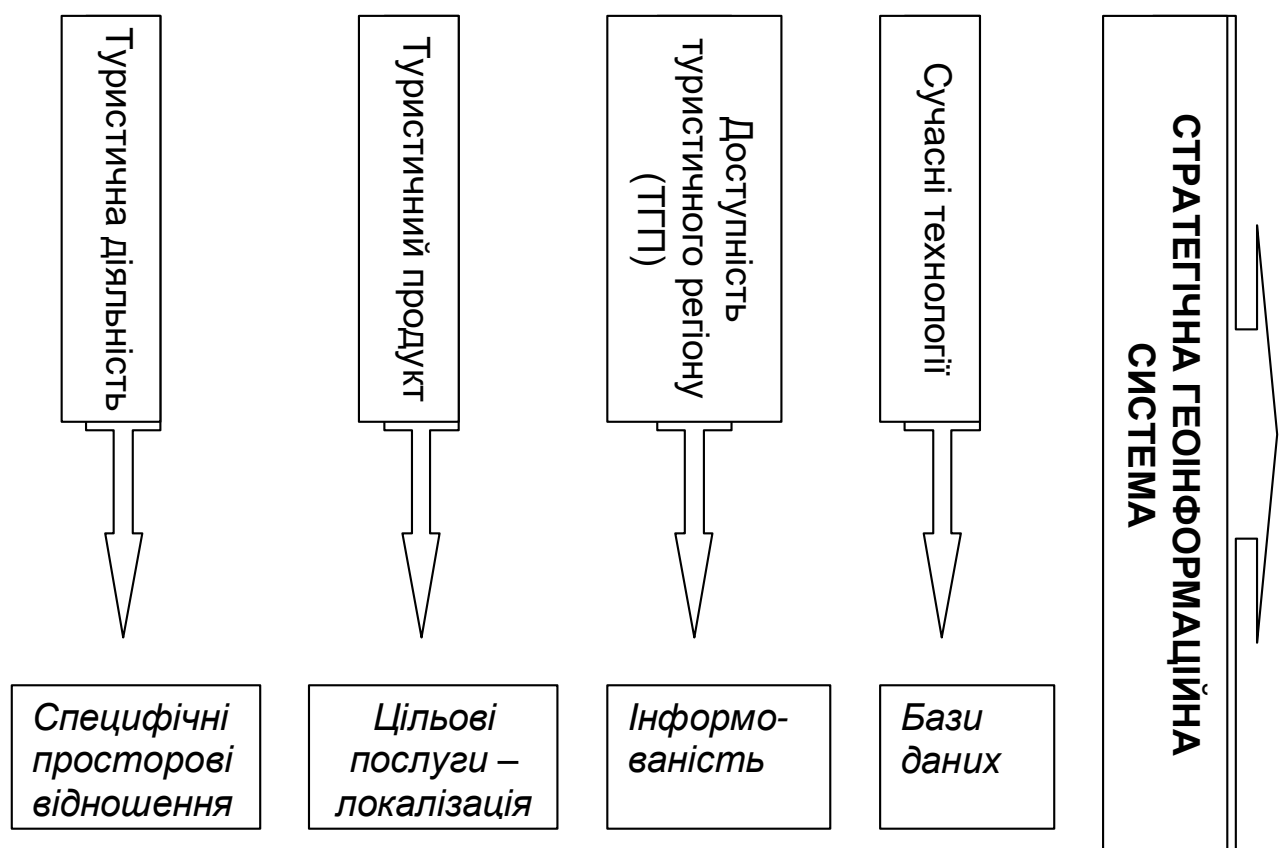


Рис. 1. Умови формування стратегічної геоінформаційної системи

З огляду на вищезазначене, вбачається доцільним розробка **національної геоінформаційної системи забезпечення національного туристичного продукту**, з наступними завданнями:

1) інтегральна методологічна розробка єдиного підходу геоінформаційної презентації національного туристичного продукту різних рівнів (локальний, районний, обласний, національний). При цьому вбачається за доцільне у якості низової територіальної одиниці обрати рівень населеного пункту;

2) скоординоване обґрунтування структури бази даних і вибору оптимальної просторової СУБД, як прикладного інструментарію що дозволить уніфікувати, а отже полегшити використання такої БД.

3) систематизація і постійне оновлення, доповнення і розширення контенту;

4) забезпечення високої якості контенту через визначення критеріїв, структуризації відомостей щодо кожної окремої структурної складової;

5) послідовний вихід на загальнонаціональний рівень всебічного (комплексно-пропорційного) територіального охоплення і відповідної презентації окремих DESTИНАЦІЙ;

6) адекватної презентації через Інтернет та ін. електронні засоби, в тому числі завдяки високоякісному фаховому перекладу матеріалів;

7) формування засад державної туристичної політики і стратегії розвитку ТІЦ.

Висновки і перспективи подальших розробок. Доречність і необхідність такої стратегічної національної геоінформаційної системи. доводять поступальні зусилля України затвердити свій імідж на міжнародній арені шляхом організації заходів як європейського, так і світового масштабу. У якості своєрідного прикладу може слугувати розробка автора і випускників факультету, зокрема аспіранта кафедри країнознавства і туризму Барабаша Ю., щодо участі України разом із Республікою Польща у тендері на прийняття фінальної частини Чемпіонату Європи 2012.

Напевно, що у контексті реалізації євро-атлантичних устремлінь України, закріплення її іміджу у проведенні міжнародних заходів, які без туристичної індустрії і навпаки неможливі, популяризація національного туристичного продукту як закордоном так і на теренах України, створення і практичне втілення такого напрямку досліджень має значні перспективи.

1. *Створення та діяльність туристичних інформаційних центрів в Україні.* Практичний посібник. /За ред. Вольфа Рінова, координатора спільного проекту “Створення інформаційної бази туристичної індустрії через утворення мережі туристичних інформаційних центрів”, що був реалізований за підтримки ЄС. – К., 2006. – с.132.

Л. Даценко, канд. геогр. наук
В. Остроух, канд. геогр. наук

СТВОРЕННЯ КАРТ ТУРИСТИЧНОГО СПРЯМУВАННЯ НА ОСНОВІ НОВІТНІХ КОМП'ЮТЕРНИХ ТЕХНОЛОГІЙ

Розглянуто сучасні картографічні твори для потреб туризму, розкрито вплив комп'ютерної картографії на укладання і підготовку до видання туристичних карт і атласів.

© Л. Даценко, В. Остроух, 2007

Modern cartographical products for needs of tourism are considered, influence of computer cartography on drawing up and preparation for the edition of tourist cards and atlases is opened.

Постановка проблеми. Карти для потреб туризму займають окреме місце (за тематикою, змістом і призначенням) у великому різноманітті напрямків тематичного картографування. Туристичні карти призначені як для туристів та екскурсантів, фахівців туристичної справи, так і для широких верств населення. Найбільш поширеними типами таких карт є оглядові, маршрутні, плани міст, а також тематичні туристичні карти.

Для нашої країни важливим є розгортання сфери міжнародного туризму, особливо запрошення закордонних туристів, що може дати значні прибутки, як це має місце в передових країнах світу. У вирішенні цієї проблеми значну роль відіграють сучасні комп'ютерні технології, які дають змогу картовиробникам оперативно створювати карти та атласи для вирішення найрізноманітніших задач організаторів туристичної діяльності.

Новостворені туристичні карти і атласи довели свою перевагу перед створеними за класичними технологіями, тому вже зараз можна впевнено говорити про завершення переходу від класичних технологій до комп'ютерних. Утворився новий напрямок картографії – комп'ютерна картографія, яка об'єднала в собі різноманітні напрямки: геоінформаційне картографування, 3D-моделювання, комп'ютерні видавничі системи, інтернет-технології, анімаційне та мультимедійне картографування тощо. Проблема полягає в узагальненні можливості комп'ютерних технологій і розкритті впливу комп'ютерної картографії на укладання і підготовку до видання туристичних карт і атласів.

Аналіз публікацій і досліджень. Якщо аналізувати публікації останніх років та стан забезпечення картографічною продукцією галузі туризму в Україні то можна зробити два висновки. З одного боку, окремі напрямки туризму частково забезпечені картографічною продукцією і то в залежності від регіону країни. З іншого боку, більшість наявних туристичних карт, атласів, путівників тощо не відповідають вимогам, які висуваються до таких картографічних творів і особливо це стосується видань, які створені без залучення картографів.

Особливо це помітно при аналізі краєзнавчих атласів. Їх зміст більше відповідає навчальним задачам шкільного курсу з географії „Мій рідний край” ніж потребам туризму, а всі інші потребують оновлення.

Зокрема, у працях [2,5] вперше в Україні змістовно розкрито нові технологічні аспекти комп'ютерної картографії та доведено необхідність впровадження в картографічне виробництво сучасного програмного й апаратного забезпечення.

Сучасні наукові дослідження в галузі картографування для потреб туризму [1,3,4,6] орієнтують картовиробників України на створення власної різноманітної картографічної продукції туристичної тематики.

Постановка завдання. Ситуація на ринку картографічних видань туристичної тематики потребує додаткового вивчення і необхідності розкриття особливостей широкого спектру таких видань. Головним завданням публікації є

аналіз картографічної продукції туристичної тематики підготовленої до видання на основі новітніх технологій. Поставлено завдання розкрити можливості комп'ютерних технологій створення карт і атласів для потреб туризму на рівні світових стандартів.

Виклад основного матеріалу. Серед вітчизняних картографічних підприємств, які досить плідно працюють над картоскладальними та картовидавничими технологіями слід виділити Інститут передових технологій. За роки картографічної діяльності цього підприємства, серед сотні виданих карт створено низку картографічних творів туристичного спрямування. Однією із перших розробок став двомовний (українсько-англійський) атлас „Погляд на Україну”. Виданий у 1998 р., він призначений для вітчизняних та зарубіжних туристів. Карти та їх текстовий супровід репрезентує найпривабливіші об'єкти природи, культури та історії нашої країни. Самою оригінальною картою атласу можна назвати „Україна і світ”, за якою можна вимірювати відстані від Києва до будь-якої точки світу.

Спільно з Національною туристичною організацією Інститут підготував та надрукував „Туристичну карту України” (м-б 1:1 250 000), що виконана в стінному та складаному варіантах. Найпривабливіші для туристів регіони України – Карпати і Крим – подано на картах-врізках в масштабах відповідно 1:910 000 і 1:625 000. Відпрацьовано відповідні класифікації на основі новітніх наукових досліджень. Більш детально про напрацювання, пов'язані з розробкою легенди і змісту туристичної карти України, подано в роботі [3]. Для картографічної реалізації наукових напрацювань була створена геоінформаційна система, в яку вміщувалися не лише переліки класифікованих об'єктів туризму, а й ілюстрації до них.

Логічна класифікація туристичних об'єктів, подана в легенді карти зрозуміла навіть для непідготовленого користувача. Ураховано класичні принципи оформлення туристичних карт. Подбав Інститут і про зарубіжних туристів. Видана англomовна версія цієї карти. До обох версій додається текстовий супровід — путівник з географічним покажчиком та коментарями.

Серед туристичних карт адміністративних регіонів найбільш привабливими картографічними розробками для потреб туризму є карти Криму, унікального за своєю природою і культурною спадщиною.

Карта „Автономної Республіки Крим”, зважаючи на особливості регіону і переважання російськомовних туристів на курортах півострова видана російською мовою. Це видання містить карту АР Крим (м-б 1:300 000), плани міст (Сімферополь, Севастополь, Євпаторія, Ялта, Алушта, Феодосія, Керч) та карту Південного берегу Криму (м-б 1:100 000). Окремої уваги в цьому виданні заслуговує карта визначних пам'яток „Достопримечательности Крыма” — планово-перспективне зображення півострова, побудоване на базі математичної моделі і доповнене художніми малюнками визначних об'єктів. Зручна в користуванні карта витримала кілька перевидань. Світлотіньовий малюнок рельєфу надає карті виразності, а завершують картографічний образ Криму художні малюнки визначних об'єктів. Зазначені образотворчі прийоми застосовувалися в туристичній картографії від часів її виникнення шляхом

ручної відмивки рельєфу, в цій карті вони виконані за допомогою сучасних комп'ютерних технологій.

Окремим виданням було підготовлено карту для автотуристів – “Крым. Карта автотуриста” (м-б 1:300 000) з картою Південного берегу Криму (м-б 1:100 000). Основна карта містить традиційну для таких видань інформацію: автошляхи з кілометражем, автозаправні станції, станції технічного обслуговування автомобілів, кемпінги та готелі, курорти та бази відпочинку, оздоровчі табори.

Спільна розробка співробітників Таврійського національного університету ім. В.І.Вернадського, Кримського наукового центру НАН України і Міністерства освіти і науки України, Інституту географії НАН України та ІІТ - Атлас Автономної Республіки Крим (2003 р.). На сьогодні цей твір є найповнішим регіональним комплексним атласом АР Крим і може правити за вихідне джерело для видання найрізноманітніших популярних, краєзнавчих, навчальних і туристичних карт регіону. Розділи атласу – загальний, природні умови та природні ресурси, населення, економіка, екологічний стан природного середовища – містять глибокий матеріал для науковців, студентів, школярів, а також для краєзнавців та екскурсоводів. Видання здійснене відповідно до концепції Національного атласу України, розробленої згідно з Указом Президента України від 1 серпня 2001 року „Про Національний атлас України”.

Сучасний книжковий ринок насичений найрізноманітнішою літературою про Київ: монографії, статті в наукових і популярних журналах, різноманітні довідники та туристичні путівники, що періодично оновлюються, карти різних масштабів і атласи. Видавці такої продукції намагаються задовольнити потреби різних кіл користувачів. Найбільшою популярністю у киян і гостей столиці користуються великомасштабні карти Києва та атласи, виготовлені на базі цих карт.

В Інституті передових технологій розроблено детальний план Києва (м-бу 1: 16000). На плані виділено поділ території Києва на адміністративні райони, функціональну структуру кварталів (багатоповерхова та малоповерхова житлова забудова, промислова та господарча, садово-дачні ділянки, ліси, парки, газони, чагарники, водоймища – озера, р. Дніпро та малі річки). Подано різноманітні будівлі з позначенням номерів будинків. Серед будівель кольорами подано адміністративні та громадські споруди, навчальні та наукові заклади, медичні установи, сакральні споруди, гаражі. Додатковими позначками конкретизовано, яку саме установу розміщено в даному будинку. В легенді плану і на його картографічному полі можна знайти позначення державних, міських та районних органів управління, УВС, відділень зв'язку, посольств та інших іноземних установ, міжнародних організацій, театрів, концертних залів, пам'ятників, музеїв, готелів, автостанцій, виходів метро. Для орієнтування користувача на плані подано всі проїзди (бульвари, проспекти, вулиці, провулки тощо) з їх назвами, інші елементи транспортної мережі, зокрема назви станцій метро.

Завдяки плану та його врізці, де подано збільшене до масштабу 1:8000 зображення центру міста, можна накреслити цікаві маршрути прогулянок

визначними місцями Києва, відвідати музеї і театри, вибрати місця відпочинку на Дніпрі, на озерах чи в парковій зоні. Приїжджі туристи і прочани зможуть за допомогою карти дістатися до Софійського собору, Києво-Печерської лаври. Усі ці й інші напрямки можливого використання врахували укладачі планів Києва.

Якщо план Києва масштабу 1:16000 призначений лише для настінного користування і тому зворотна поверхня аркушів лишається білою, то план у масштабі 1:30 000 має картографічне навантаження з обох боків аркуша. На додаток до основного змісту подано схеми громадського транспорту: автобусного, трамвайно-тролейбусного та метрополітену.

Головний зміст цього видання – зображення в плані всього міста і на карті-врізці його центральної частини (в масштабі 1:8 000), а на зворотній стороні карти – панорама центру міста з висоти пташиного польоту. Карта містить пояснення до панорами міста українською і англійською мовами.

Для потреб туризму можуть використовуватися ще два атласи – „Київ сучасний”, з поданням інформації „до будинку” та „Київ та околиці”, призначений для водіїв, автотуристів. Він базується на плані Києва масштабу 1:16000. Наявність цього плану в електронному вигляді дала змогу опрацювати спеціалізовану інформацію про організацію руху: проїзди через місто, ділянки вулиць з одnobічним рухом та перехрестя, де заборонено правий чи лівий поворот, бік вулиці, де зупинка автотранспорту заборонена, проїзди, закриті для всіх видів транспорту чи лише для вантажівок.

Інша картографічна продукція Інституту як довідковий картографічний матеріал також може використовуватися для потреб туризму. Це „Атлас автошляхів України”, що потрібен автотуристам. Цікавим виданням для любого користувача стане “Київ. Космофотоатлас” (м-б 1:7000, центральна частина міста – м-б 1:3500) – унікальне видання на базі детального космічного знімку міста. Використання космофотоматеріалів високої просторової роздільної здатності для створення та оновлення картографічних творів на сьогодні є перспективним напрямком у картографічній практиці.

Спільно з Управлінням туризму, готельного господарства та курортів Головного управління комунального господарства виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) розпочато публікацію серії туристичних карт Києва. Вже побачили світ три карти-путівники: панорама Києва з Дніпра та дві пішохідні екскурсії – літературний Київ та парки Києва. Ці видання містять карти міста, ряд фотографій зі супроводжувальним текстом.

Всі вищевказані картографічні твори створені на основі новітніх технологій картоскладання та картовидання. Сьогодні комп’ютерна картографія практично пронизала зміст основних технологічних етапів створення і редагування туристичних карт і атласів, з-поміж яких варто виділити такі:

- підготовка математичної основи карти в автоматичному чи напівавтоматичному режимах (масштабування, генерація координатних сіток, зміна проекцій тощо);
- формування векторної географічної основи шляхом векторизації вихідних картографічних матеріалів;

- автоматизація процесу генералізації вихідних географічних основ;
- укладальницько-видавничі роботи передбачають створення програмними засобами різноманітних штрихових і фонових елементів;
- редагування та виправлення зауважень проводяться у декілька етапів в інтерактивному режимі;
- напівавтоматичне та автоматичне сортування і формування списків об'єктів або алфавітних показників;
- художнє оформлення з використанням можливостей комп'ютерного дизайну;
- верстка картографічних творів або створення багатоаркушевих творів;
- кольороподіл та передача файлів до фотонабірних комплексів;
- контроль та редагування кольороподілу перед виведенням фотоформ;
- зберігання картографічної інформації в електронному вигляді.

У широкому спектрі програмних засобів найбільшого використання у сфері картовидання набули такі: векторні та растрові графічні редактори, видавничі програми, програми-векторизатори, текстові редактори, системи автоматизованого проектування (САПР) або САД-системи, геоінформаційні системи (ГІС), програми перегляду файлів після кольороподілу, програми 3D-моделювання та створення анімацій. На даний час комп'ютерні технології, що базуються на можливостях ГІС і САПР, є найсучаснішими та найперспективнішими.

Висновки та перспективи. Сучасні наукові і технологічні можливості комп'ютерної картографії є запорукою створення і видання будь-яких картографічних продуктів для потреб туризму в Україні на рівні світових стандартів. Укладання та підготовку туристичних творів до видання необхідно виконувати шляхом комплексного використання широкого спектру програмних та апаратних засобів комп'ютерної картографії, які дають змогу картовиробникам оперативно створювати карти та атласи для задоволення найрізноманітніших потреб організаторів туристичної діяльності, планувальників необхідної рекреаційно-побутової інфраструктури й, звичайно, туристів.

1. Барладін О.В. Нова картографічна продукція для потреб туризму на ГІС-основі від Інституту передових технологій // Гуманітарний вісник Переяслав-Хмельницького ДПУ ім. Г. Сковороди: Науково-теоретичний збірник.— К.: КИТ, 2004.— С.286-294. 2. Барладін О.В., Даценко Л.М., Пархоменко Г.О. Сучасні і перспективні напрями застосування комп'ютерних технологій у картографуванні і використанні карт // Зб.наук.праць. Львів.: Ліґа-Прес,—2002.— С.271-273. 3. Вортман Д. Я., Бейдик О. О. Нові аспекти виявлення, систематизації та картографування архітектурно-історичних ресурсів як об'єктів пізнавального туризму // Туристичні ресурси України. — К., 1996. — С. 117-135. 4. Новикова В.І. Картографічна продукція рекреаційного спрямування: нагальна необхідність і проблеми створення // Картографія та вища школа. — К.: Інститут передових технологій, 2005. — Вип. 10. — С.138-140. 5. Остроух В.І. Упровадження комп'ютерних технологій у процес підготовки карт для поліграфічного видання // Вісн. геодез. та картогр. — 2000.—№4.— С.30-33. 6. Прасул Ю.І. Регіональна система картографічних творів для потреб // Модернізація і реформування середньої, вищої і післядипломної освіти в країнах СНД: досвід проблеми, перспективи. — Вінниця: Антекс-У Лтд., 2003. — С. 353-354. 7. Прасул Ю. І. Наукові основи системного

картографування регіонів України для потреб туризму (на прикладі Харківської області). – Дис. на здобуття уч. ступеня канд. геогр. наук. – Київ: 2004.

**К. Мезенцев, д - р геогр. наук,
Л. Гонтаржевська, канд. екон. наук**

НАЦІОНАЛЬНІ ФАКТОРИ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ УКРАЇНСЬКИХ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ НА ЗОВНІШНІХ РИНКАХ

Інтерпретовано модель конкурентних переваг М. Портера для оцінки національних факторів конкурентоспроможності українських туристичних підприємств на зовнішніх ринках.

There are interpreted the M. Porter's model of competitive advantages for estimate of national factors of Ukrainian tourist enterprises competitiveness at the foreign markets.

Постановка проблеми. Конкурентоспроможність національної економіки є одним з найважливіших об'єктів наукових досліджень. Зарубіжними та вітчизняними вченими глибоко обґрунтовано сутність міжнародної конкурентоспроможності на різних рівнях конкурентної боротьби, а також шляхи її досягнення. Проте розвиток процесу глобалізації, з одного боку, та становлення національних ринків в Україні, з іншого, залишають постійно актуальними питання щодо оцінки конкурентоспроможності різних галузей господарства, особливо сфери послуг.

Наукові засади дослідження конкурентоспроможності туристичних підприємств закладені у працях українських вчених-географів О.О. Бейдика, О.О. Любіцевої, М.П. Мальської, О.Д. Короля, М.Й. Рутинського, та вчених-економістів Г.М. Алейникової, С.П. Гаврилюк, В.Ф. Данильчука, Н.Й. Коніщевої, Т.І. Ткаченко, І.М. Школи та ін. Важливе значення мають й праці зарубіжних вчених – Ф. Котлера, М. Портера, П. Кругмена із проблем конкурентоспроможності підприємств на зовнішніх ринках, В.А. Квартальнова, І.В. Зоріна, М.І. Кабушкіна, Г.А. Папіряна, А.П. Дуровича та ін. з проблем менеджменту туристичної діяльності.

Метою даної статті є спроба комплексної оцінки конкурентоспроможності українських туристичних підприємств на зовнішніх ринках з урахуванням концепції М. Портера, згідно якої міжнародна конкурентоспроможність підприємства визначається характеристиками національного „даймонду” країни базування, їх динамікою та взаємозалежністю”.

Виклад основного матеріалу. За М. Портером, „даймонд” – це ідеальна модель конкурентних переваг підприємств країни, що включає чотири детермінанти конкурентних переваг (фактори виробництва – природні, трудові,

матеріально-технічні, інфраструктура; умови попиту; пов'язані та підтримуючі галузі; стратегія фірми, структура та конкуренція) та дві додаткові змінні, які сприяють або перешкоджають створенню конкурентного ринку (роль уряду та випадкові обставини) [5, с. 19].

Інтерпретуючи „даймонд” М.Портера до об'єкту дослідження, модель конкурентних переваг туристичних підприємств можна представити у вигляді схеми (рис. 1).

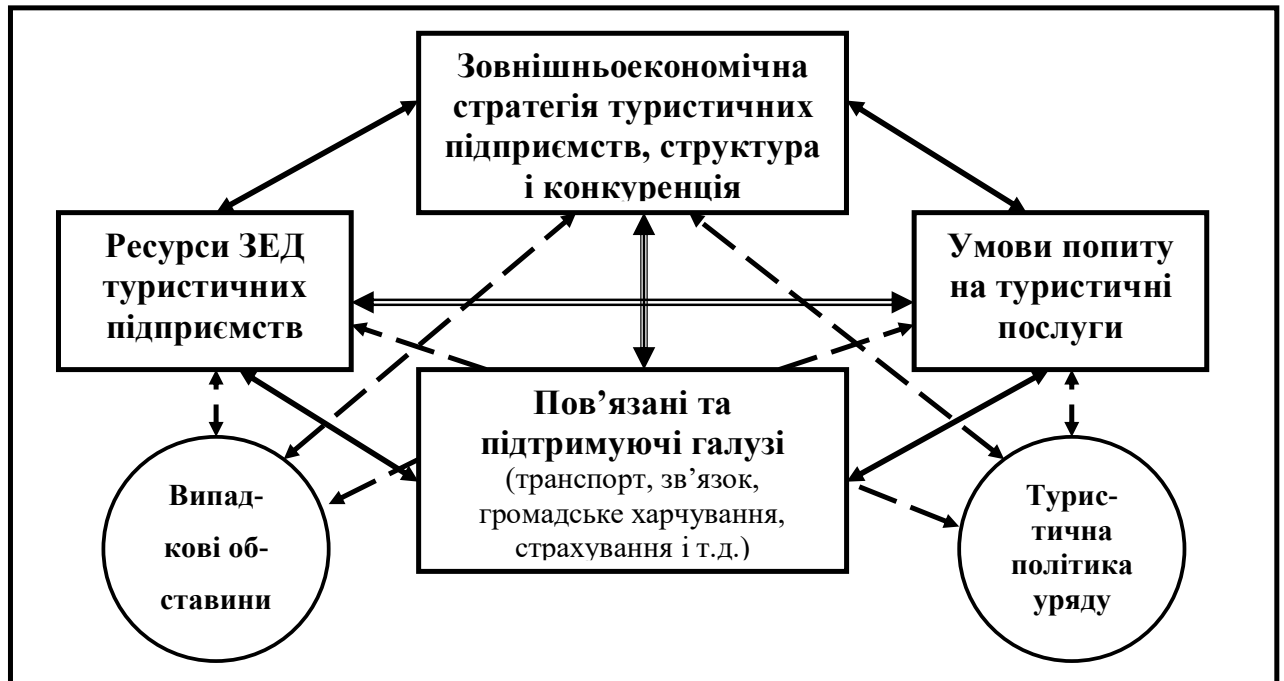


Рис. 1. Застосування моделі М. Портера до оцінки конкурентних переваг туристичних підприємств при виході на зовнішні ринки

Розглянемо вплив основних детермінант та додаткових змінних на конкурентні переваги туристичних підприємств України з точки зору їх виходу на зовнішні ринки.

Найстабільнішою у часі детермінантою конкурентних переваг підприємств є **забезпеченість ресурсами** – власне туристичними, фінансовими, людськими. *Рівень забезпеченості туристичних підприємств України туристичними ресурсами для виходу на пізнавально-розважальні сегменти зовнішніх ринків* є дуже високим. По-перше, в Україні сконцентована величезна кількість культурно-історичних ресурсів – понад 200 тисяч об'єктів пізнавального туризму, понад 300 музеїв, зокрема, всесвітньо відомі історико-культурні, історико-архітектурні заповідники, палацово-паркові комплекси, старовинні замки, фортеці, залишки стародавніх міст, численні скіфські кургани. По-друге, важливим ресурсом є місця паломництва (православних, греко-католиків, хасидів), етнографічні центри, а також місця, пов'язані із життям та діяльністю видатних вітчизняних та зарубіжних митців, вчених, громадських і військових діячів. По-третє, в Україні значна кількість унікальних та естетично

привабливих природних ландшафтів у поєднанні з місцевими пам'ятками культури та природи (гірські, приморські, річкові ресурси). За оцінками експертів, одночасна місткість ландшафтів України з урахуванням допустимих навантажень та вимог охорони природи становить 48,5 млн. чол., фактичне ж їх використання – 8,5 млн. чол.

Рівень забезпеченості туристичних підприємств України *туристичними ресурсами для виходу на рекреаційно-оздоровчі сегменти зовнішніх ринків* також є високим. В Україні розміщена значна кількість курортних місцевостей, передусім бальнеологічні, бальнеогрязеві, кліматичні курорти. Лікувально-оздоровче значення мають лісові ресурси.

Рівень забезпеченості туристичних підприємств України *туристичними ресурсами для виходу на ділові сегменти зовнішніх ринків* є достатнім. Передусім це потужний науково-промисловий потенціал України – численні всесвітньовідомі науково-дослідні установи, провідні навчальні заклади, стратегічні промислові підприємства металургійної, машинобудівної, хімічної, а також харчової та легкої промисловості. Вони приваблюють іноземних туристів з метою наукового співробітництва, встановлення бізнес-контактів.

Водночас *рівень забезпеченості* туристичних підприємств України *туристичною інфраструктурою* є недостатнім. Найістотніша проблема – відсутність достатньої кількості готельних комплексів, мотелів. У 2004 році в Україні функціонувало 1192 закладів розміщення (у 2000 р. їх було 1308). Проте лише 148 готелів в Україні мають сертифікат категорії, з них лише два п'ятизіркових – „Прем'єр Палас” у Києві та „Донбас Палас” у Донецьку. У стадії завершення будівництво чотиризіркових готелів „Редісон САС”, „Опера” та п'ятизіркового „Софія Шератон” та другої черги готелю „Прем'єр Палас” у Києві [3, с. 91]. Показник одноразової місткості закладів розміщення у 2004 році становив лише 2,2 місць на 1000 жителів при нормативі у 10 місць. В межах України цей показник коливається від 6,1 в АР Крим, 5,6 у Києві до 0,9 у Вінницькій, 1,0 – у Кіровоградській, 1,1 – у Луганській, 1,2 – у Хмельницькій областях. При цьому існують певні диспропорції між забезпеченістю окремих регіонів України туристичними ресурсами та закладами розміщення. Коефіцієнт кореляції між бальною оцінкою туристичних ресурсів та місткістю готелів становить $r = 0.87$. Інша сторона проблеми – відсутність готелів вищих класів, які користуються попитом іноземних туристів із розвинених країн. Рівень завантаженості готелів в Україні становить лише 31% при нормативі у 60-70%. Найвищі значення цього показника у Києві – 56%. Водночас у Житомирській, Луганській, Херсонській, Дніпропетровській, Донецькій областях він не перевищує 20%.

Щодо забезпеченості санаторно-курортними (закладами оздоровлення та відпочинку), то у розрахунку на 1000 жителів припадає лише 10,1 місць, коливаючись від 63,9 в АР Крим до 1,7 у Чернівецькій та Хмельницькій областях. Кількість санаторно-курортних закладів в країні в цілому – 3268 закладів із загальною місткістю 481036 місць. Істотною проблемою є відсутність чіткої системи реалізації санаторно-курортними закладами послуг іноземним туристам.

Рівень забезпеченості туристичних підприємств України фінансовими ресурсами є низьким. Хоча функціонування власне туристичних підприємств і не потребує значних капіталовкладень, проте утримання туристичної інфраструктури вимагає значних інвестицій. Загальні інвестиції у сферу туризму у світових масштабах становлять 802,3 млрд. доларів США, з яких третина – державні. В Україні останнім часом спостерігається поступове зростання приватних інвестицій у будівництво, реконструкцію та модернізацію готелів. Загальна сума вкладень в середньому складає понад 350 млн. грн., а з урахуванням інвестицій в інші об'єкти туристичної галузі ця цифра збільшується до 500 млн. грн. Зокрема, здійснюється модернізація та будівництво нових об'єктів у Закарпатській області в рамках програми ТАСІС, відновлення туристичних об'єктів Львова фінансується Британським Фондом „Ноу-Хау”, створення в Криму інформаційно-комунікаційного центру за рахунок Світового Інвестиційного Фонду „Глобус Холдінг” та спільної турецько-британської туристичної корпорації „Афекс”, розробляється проект створення кримського „Диснейленду”, розробником та потенційним інвестором якого є нідерландська компанія „Мега-Парк”. Рівень же державних капіталовкладень у туристичну галузь залишається низьким.

Рівень забезпеченості туристичних підприємств України трудовими ресурсами є порівняно достатнім. Середньооблікова чисельність працівників туристичних підприємств України у 2004 році становила 23,5 тис. осіб. Частка працюючих безпосередньо у сфері туризму становить 0,3% від середньорічної кількості працівників усіх галузей економіки України, а з урахуванням сезонності та мультиплікаційного ефекту кількість зайнятих у сфері туризму зростає до 14% (майже 1,9 млн. працівників). Зокрема, у санаторно-курортних закладах працює 121,1 тис. осіб. З урахуванням існуючого в Україні рівня зареєстрованого безробіття (3,6%, 2004 р., за методологією МОП – 9,1%) потенційна кількість працюючих у сфері туризму може істотно збільшуватися, особливо з урахуванням загальносвітової тенденції перерозподілу трудових ресурсів на користь сфери послуг.

Рівень кваліфікації працівників туристичної галузі України є задовільним. Понад 50% зайнятих мають вищу освіту. З метою підвищення якості підготовки фахівців у цій сфері на основі узгодженої політики більшість навчальних закладів, у середині 1990-х рр. утворили Асоціацію працівників навчальних закладів України туристичного і готельного профілю, яка увійшла до складу відповідної структури ВТО.

Наступною детермінантою конкурентних переваг туристичних підприємств є **умови внутрішнього попиту**. Обсяг внутрішнього попиту в Україні є порівняно незначним. У 2004 році туристичні послуги на внутрішньому ринку отримали лише 8,1 млн. осіб, що складає 17,0% населення країни. У 1998 році таке співвідношення складало 11,3%, у 2002 році – 14,8%.

Низький рівень внутрішнього попиту пояснюється низьким рівнем платоспроможності населення. Так, середня вартість однієї подорожі (путівки) у 2004 році складала 1131 грн. (у 2000 році – 399 грн.), в той час як середньомісячна заробітна плата працівників – лише 590 грн. (у 2000 році – 230

грн.). Середня вартість одного туродня (170 грн.) перевищує у 4,5 рази одноденні доходи населення.

Отже, внутрішній ринок туристичних послуг в Україні знаходиться лише у стадії формування. Як наслідок, порівняно низький рівень конкуренції на місцевих ринках. У 2004 року послуги в Україні надавали лише 2519 тисяч туристичних підприємств, з них – 994 туроператори та 1525 турагентів. При цьому їх розподіл по регіонах є дуже нерівномірним. 44,0% туристичних підприємств працювало у АР Крим та містах Києві і Севастополі. Водночас у ряді регіонів частка туристичних підприємств не перевищує 1% (Сумська, Житомирська, Кіровоградська, Вінницька, Чернігівська області). Така ситуація на внутрішньому ринку істотно знижує конкурентні переваги вітчизняних туристичних підприємств на зовнішніх ринках, не сприяє вдосконаленню відповідних управлінських механізмів.

Третя детермінанта – ***рівень розвитку пов'язаних та підтримуючих галузей, їх конкурентоспроможність на зовнішніх ринках.*** Такими галузями щодо туризму є транспорт, зв'язок, громадське харчування, банківські послуги, страхування, виробництво сувенірів.

Конкурентні переваги для українських туристичних підприємств створює розвинений *транспортний комплекс* країни. Мережа автомобільних шляхів в Україні у 2004 році складала 169,4 тис. км, щільність автошляхів – 27,3 км/100 км² (в країнах Західної Європи – понад 90 км/км²). Мережа автобусного сполучення нараховує 13,3 тис. маршрутів, у тому числі 4,2 тис. міжнародних. Міжнародне пасажирське сполучення забезпечується із 16 країнами Європи, міжнародні автомобільні перевезення налагоджено із 46 країнами світу. Водночас якісь автошляхів України не відповідає міжнародним стандартам, зокрема щодо швидкості руху, забезпечення сучасними дорожніми знаками і розміткою, необхідною кількістю пунктів технічної та медичної допомоги, відпочинку та харчування.

Протяжність залізничних шляхів у 2004 році складала 22,0 тис. км, щільність залізничних шляхів – 36 км/1000 км². Міжнародне пасажирське сполучення забезпечується із 15 країнами. Головна проблема – значна зношеність основних фондів (за деякими показниками зношеність сягає 80-90%). Проте нині здійснюється широка реконструкція залізниць України (у тому числі за рахунок кредитів ЄБРР), впровадження швидкісних ліній сполучення.

Україна характеризується розгалуженою портовою інфраструктурою, до складу якої входить 19 морських портів. На внутрішніх водних шляхах загальною протяжністю 2,3 тис. км розташовано 10 річкових портів.

У 2004 році 20 українських авіакомпаній здійснювали міжнародні перевезення туристів у 37 країн світу. У свою чергу, до України здійснювали польоти 42 іноземні авіакомпанії з 27 країн. Для міжнародних авіаперевезень в Україні відкрито 17 аеропортів.

Територією України проходить три сухопутних та один водний міжнародні транспортні коридори.

Інтенсивно розвивається в Україні сфера надання *послуг зв'язку*. Рівень забезпеченості відділеннями поштового зв'язку в Україні становить 3,2

відділення на 10 тис. жителів (наприклад, у Франції – 2,9, в Німеччині – 2,8). Україна має прямий поштовий обмін з 62 країнами світу, відкритим транзитом вихідна пошта з України пересилається через 24 країни. За оцінками експертів міжнародного союзу телекомунікацій, ринок телекомунікаційних послуг України характеризується значною ємністю та має значний потенціал розвитку, але потребує значних інвестицій. Рівень забезпечення телефонним зв'язком поки що є нижчим за середньоєвропейський (20 на 100 мешканців в Україні проти 32 в середньому по європейських країнах). Високими темпами зростають обсяги наданих послуг стільникового, електронного зв'язку.

Місткість закладів *громадського харчування* в Україні складає понад 1694 тис. місць. Рівень забезпеченості є порівняно низьким: майже 357 місць на 10000 жителів.

Банківський сектор України має розгалужену мережу кореспондентських рахунків, відкритих за рубежом: понад 3800 рахунків у 153 країнах світу. Водночас в Україні відкрито 1600 кореспондентських рахунків понад 90 зарубіжних банків. Швидко зростає кількість карток платіжних систем Visa та MasterCard, мережа АТМ перевищує 3000 одиниць. 15 найбільших комерційних банків України мають понад 100 відділень кожний по всій території країни. В Україні функціонує понад 250 страхових компаній. Проте щодо *страхових послуг*, то внутрішній ринок, не дивлячись на значну потенційну ємність, поки що знаходиться у стадії формування. Спостерігаються значні диспропорції у розміщенні страхових компаній: понад третина їх діє у Києві, на весь Західний регіон припадає лише 10%.

Низький рівень розвитку характерний для *виробництва сувенірів* та товарів супутнього туристського попиту.

Отже, рівень розвитку та конкурентоспроможності пов'язаних та підтримуючих галузей доволі різняться. Конкурентні позиції національних туристичних підприємств істотно збільшують галузі транспортного обслуговування, нейтральним залишається вплив банківського обслуговування, громадського харчування, послаблює позиції – рівень розвитку та конкурентоспроможності послуг зв'язку, страхування, виробництва сувенірів та інших супутніх товарів туристичного попиту.

Четвертою детермінантою є ***зовнішньоекономічна стратегія туристичних підприємств***. Вихід України на світові туристичні ринки як самостійного суб'єкта ще не означає конкурентних переваг її туристичних підприємств. Серед найпоширеніших проблем – невміння підприємств доводити свої конкурентні переваги, формувати їх у відповідності до вимог зовнішніх ринків. До цього слід додати відсутність сучасного арсеналу методів ведення конкурентної боротьби, коли враховуються тільки економічні чинники, спрямовані на зниження собівартості шляхом скорочення затрат на оплату праці чи рекламу, що в сучасних умовах швидкої зміни конкурентного середовища не забезпечує отримання конкурентних переваг на зовнішніх ринках.

Серед найвпливовіших елементів стратегії конкурентної боротьби туристичних підприємств на зовнішніх ринках називають створення власних унікальних, багатоаспектних конкурентних переваг, гнучкість та адаптивність, постійний моніторинг ринку, менеджмент часу (своєчасне обрання порядку виконання кожної дії на зовнішніх ринках), інноваційність розвитку, створення корпоративної культури, інформованість тощо. Проте оцінити такі параметри кількісно доволі проблематично. Тому зазвичай для оцінки ефективності зовнішньоекономічної стратегії туристичних підприємств використовують показники рівня рентабельності, фінансової стійкості, прибутковості. Такі показники істотно різняться як в розрізі підприємств, так і в розрізі регіонів. Обсяг наданих послуг у розрахунку на одне туристичне підприємство в середньому по Україні становить 849,0 тис. грн. (у 2000 році – 328,3), платежі до бюджету – 39,0 тис. грн. (у 2000 році – 45,6). Ці показники коливаються від відповідно 1545,8 та 55,2 тис. грн. у Києві, 1188,1 та 48,3 тис. грн. у АР Крим до 119,1 та 9,3 тис. грн. у Тернопільській області. Рівень рентабельності в середньому по країні не перевищує 1%.

Така ситуація свідчить про низький рівень сформованості стратегій конкурентної боротьби на зовнішніх ринках більшості туристичних підприємств України. Лише перший десяток туристичних підприємств використовує весь потенціал сучасних методів створення власних конкурентних переваг, решта ж традиційно застосовує для цього методи зниження витрат на виробництво туристичних послуг.

Важливою додатковою змінною, що істотно впливає на посилення чи послаблення конкурентних переваг вітчизняних туристичних підприємств є **туристична політика уряду**. Конкурентні переваги національних туристичних підприємств на зовнішніх ринках тісно пов'язані із міжнародним „іміджем” країни в цілому. Оскільки на початку періоду формування відкритої економіки в Україні цьому питанню не приділялась достатня увага, національні туристичні підприємства втратили можливість зайняти стабільне положення на світовому ринку туристичних послуг. Якщо на початку 1990х років потік туристів до України збільшувався передусім за рахунок етнічних туристів з країн зі значною українською діаспорою та ділових туристів з економічно розвинених країн, то до середини цього десятиліття розпочався спад обсягів іноземного туризму, оскільки зовнішній інтерес до країни не був закріплений реальними кроками щодо створення „іміджу” „нової туристичної країни” з ринковою економікою. Водночас зростання попиту на зарубіжний туризм як засіб закупівлі іноземних товарів (шоп-туризм) чи здійснення трудових міграцій (за туристичними візами) викликав створення численних туристичних підприємств практично на „пустому місці”, тобто не маючи ні якісних, унікальних турпродуктів, ні професійного кадрового забезпечення, ні сучасної матеріально-технічної бази. Таким чином, „стихийність внутрішнього ринку створила імідж ненадійного партнера” і „підірвала довіру до національних виробників туристичних послуг” [4, с. 367-368].

Отже, з одного боку, спостерігалася повільність у реформуванні економіки, яка позначилась на погіршенні „іміджу” країни на зовнішніх туристичних ринках, з іншого боку – стихійність входження на світовий ринок туристичних послуг, що також зашкодило формуванню позитивного туристичного „іміджу” України.

Лише з другої половини 1990-х років, завдяки певній стабілізації внутрішньої соціально-економічної ситуації, стали помітні зусилля уряду в напрямку створення національної туристичної політики. Її заходи були спрямовані передусім на „стабілізацію ситуації і введення її в „цивілізоване” русло” [4, с. 368] – створення законодавчої бази (Закон „Про туризм” при всій його недосконалості дозволив подолати анархію і стихію, запровадивши ліцензування, а згодом – сертифікацію – основні складові протекціонізму у туристичній сфері), створення керівного органу (Державного комітету України з туризму, згодом – Державної туристичної адміністрації). Окрім того розпочалося реформування туристичної інфраструктури, приватизація об’єктів розміщення туристів, впорядкування системи підготовки кадрів.

Ще одна проблема – відсутність на державному рівні належної реклами туристичних можливостей України. Так, наприклад, Японія щорічно витрачає із держбюджету на рекламування своєї країни за кордоном майже 300 млн. дол. США, Австралія – понад 100, Франція – 65, Австрія – 32 млн. дол. США. На кожний вкладений у туристичну рекламу долар ці країни отримують 50-100 доларів доходів [7, с. 308].

Важливим кроком до розв’язання проблеми урядової підтримки туристичної галузі України є розробка та затвердження Програми розвитку туризму до 2010 року, яка спрямована на підтримку експортного туристичного потенціалу країни, активізацію державного інвестування в об’єкти туристичної галузі, захист інтересів вітчизняних туристичних підприємств на зовнішніх ринках. Також слід згадати державну підтримку у проведенні міжнародних туристичних салонів у Києві Львові, Одесі, Харкові, Ялті та ін., представленні національних стендів України на престижних туристичних біржах та ярмарках у Лондоні, Берліні, Варшаві, Москві.

Висновок. Проведений аналіз конкурентних переваг національних туристичних підприємств дозволив визначити в якості сильних позицій рівень забезпеченості туристичними ресурсами для виходу на пізнавально-розважальний та рекреаційно-оздоровчий сегменти зовнішніх ринків; порівняно сильних – рівень забезпеченості туристичними ресурсами для виходу на діловий сегмент зовнішніх ринків, рівень розвитку транспортного обслуговування; нейтральних – рівень розвитку громадського харчування та банківських послуг, туристичну політику уряду; порівняно слабких – рівень забезпеченості туристичною інфраструктурою, рівень розвитку послуг зв’язку, виробництва сувенірів та інших товарів супутнього туристичного попиту, зовнішньоекономічну стратегію туристичних підприємств, рівень передбачення

випадкових обставин; слабких – рівень забезпеченості фінансовими ресурсами, умови внутрішнього попиту, рівень розвитку страхування (табл. 1).

Таблиця 1.

Конкурентні переваги українських туристичних підприємств на зовнішніх ринках

Чинники конкурентних переваг		Позиція туристичних підприємств				
		сильна	порівняно сильна	нейтральна	порівняно слабка	слабка
I. Фактори виробництва туристичних послуг	1. Рівень забезпеченості туристичними ресурсами для виходу на видові сегменти зовнішніх ринків: - пізнавально-розважальний	+				
	- рекреаційно-оздоровчий	+				
	- діловий		+			
	2. Рівень забезпеченості туристичною інфраструктурою				+	
	3. Рівень забезпеченості фінансовими ресурсами					+
	4. Рівень забезпеченості трудовими ресурсами		+			
II. Умови внутрішнього попиту						+
III. Рівень розвитку та конкурентоспроможності на зовнішніх ринках пов'язаних та підтримуючих галузей						
- транспортні послуги			+			
- послуги зв'язку					+	
- громадське харчування				+		
- банківські послуги				+		
- страхування						+
- виробництво сувенірів та інших товарів супутнього туристичного попиту					+	
IV. Зовнішньоекономічна стратегія туристичних підприємств					+	
V. Туристична політика уряду				+		
VI. Рівень передбачення випадкових обставин					+	

1. Бейдик О.О. Рекреаційно-туристичні ресурси України: методологія та методика аналізу, термінологія, районування. – К.: Видавничо-поліграфічний центр „Київський ун-тет”, 2001. – 395 с. 2. Гаврилюк С.П. Оцінка конкурентоспроможності туристських підприємств // Економіка і підприємництво: стан та перспективи. Зб.наук.праць. – К., 2001. – С. 251-261. 3. Грицик М.В. Пріоритети розвитку туристичної галузі в місті Києві // Культура і освіта фахівців туристичної сфери: сучасні тенденції та прогнози. – К.: КУТЕП, 2005. – С.90-92. 4. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти). – К.: Альтапрес, 2002. – 436 с. 5. Пахомов Ю.М., Лук'яненко Д.Г., Губський Д.В. Національні економіки в глобальному конкурентному середовищі. – К.: Україна, 1997. – 237 с. 6. Портер М.Е. Стратегія конкуренції: Методика аналізу галузей і діяльності конкурентів – К.: Основи, 1998. – 390 с. 7. Хомік Ю. Пріоритетні напрями вдосконалення ринку туристичних послуг в Україні // Збірник праць вчених. – Вип. 34. – К.: ІСЕМВ НАНУ, 2002. – С. 304-309.

І. Смирнов, д-р геогр. наук

ЛОГІСТИЧНІ СТРАТЕГІЇ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В РЕГІОНАЛЬНОМУ ВИМІРІ

Розкрито сутність логістичного підходу до забезпечення сталого розвитку туризму в регіоні, країні, зокрема на підставі використання «Pull-системи» та засади «Just In Time» (точно вчасно). Теоретичні розробки супроводжуються прикладами з практики українського туризму.

Shown essence of logistical approach to sustainable tourism development in region, country using «Pull – system» and Just In Time principle. Theoretical work – outs nave expanyles tran Ukrainian tourism practice.

Постановка наукової проблеми. Логістика туризму - новий науково-практичний напрям, який відрізняється високою ефективністю застосування в туристичному бізнесі. Впровадження логістичних засад в управлінні тур фірмою (мікрорівень) дозволяє скоротити витрати і, таким чином, підвищувати ефективність діяльності туристичного підприємства. Застосування логістичних підходів на більш високих таксономічних рівнях (мезо, макро) дозволяє забезпечити сталий розвиток туристичного бізнесу в межах туристично-рекреаційної зони, області, країни.

Наукові джерела та публікації з логістики туризму взагалі та мезо та макрорівні цієї проблеми зокрема є нечисленні [1]. Хоча в сучасних виданнях з менеджменту туризму, інформатизації туристичного бізнесу логістиці відводиться важливе місце [2, с. 447; 3, с. 7-10]. Сюди ж можна додати публікації автора з цієї проблематики, зокрема монографію [4, с. 198-210] та статті [5, 6, 7, 8].

Метою статті є розкриття сутності логістичних підходів (моделі) до забезпечення сталого розвитку туристичного бізнесу, зокрема на базі використання «Pull - системи» та засади «Just In Time» (точно вчасно). Теоретичні розробки ілюструються прикладами з практики використання рекреаційно-туристичних ресурсів регіонів України.

© І. Смирнов, 2007

Виклад основного матеріалу. Туристична логістика як головну проблему на рівні країни має узгодження обсягів: туристично-ресурсного потенціалу, туристичного господарства (індустрії), туристичної інфраструктури (зокрема транспортної), туристичних потоків. Туристично-ресурсний потенціал має бути основою макрологістичної системи в туризмі. Україна має значний туристично-ресурсний потенціал, який визначається: особливістю її географічного положення та рельєфу; сприятливим кліматом; багатством природних, історико-культурних та рекреаційних ресурсів. У той же час за рівнем розвитку туристичної галузі наша країна відстає від світових лідерів, так якщо США отримують сукупний річний дохід від туризму в обсязі 100 млрд. дол., Італія, Франція, Іспанія - по 40-50 млрд. дол., то Україна - всього 4 млрд. дол. (20-те місце серед країн світу). Якщо ж оцінити річний обсяг послуг, наданих суб'єктами туристичної діяльності України, то він становить менше 1% ВВП держави (десь на рівні 500 млн. дол.), що в розрахунку на 1 мешканця складає 10 дол. (один з найнижчих показників в Європі) [5]. Туристичне господарство України включає 2,5 тис. ліцензованих туристичних підприємств; більше 1400 готелів, мотелів, турбаз, кемпінгів; понад 3 тис. санаторіїв. Незважаючи на це в туристичний сезон хронічно не вистачає місць для розміщення туристів в основних туристичних центрах та зонах України, зокрема у м. Києві, на Південному березі Криму, в Карпатах тощо, а в інших регіонах спостерігається постійний „недобір” туристів при розбудованій туристичній інфраструктурі.

Вирішити цю проблему можливо на шляху застосування логістичного підходу «Точно в строк» на мезо та макрорівнях туристичного господарства, тобто в межах курортнополісів, окремих туристичних центрів та зон, а також областей України і всієї держави. В логістиці цей підхід розглядається, по-перше, як виробнича філософія, що спрямована на безперервне вдосконалення та застосована на послідовному усуненні всього зайвого, тобто всього того, що веде до підвищення вартості продукції, не підвищуючи при цьому її споживчої цінності; по-друге в більш вузькому розумінні, як поставка потрібних матеріалів у потрібне місце, на потрібний час, що передбачає високий ступінь синхронізації виробничих операцій [4, 362]. Підхід «Точно в строк» характерний для тзв. «витягаючої» технології в логістиці (або «Pull-системи»). На відміну від «штовхаючої» системи (Push), яка вважається більш консервативною, бюрократизованою, менш тісно пов'язаною з ринком, «Push-система» є сучасним логістичним втіленням ідеї «гнучкого» виробництва, яке динамічно змінюється згідно особливостей ринкового попиту.

Отже в системах промислової та торговельної логістики початковою програмуючою ланкою є ринковий попит, згідно особливостей якого виробляються та реалізуються товари.

В логістиці туризму - ситуація зворотня, оскільки початковою та програмуючою ланкою є туристично-рекреаційні ресурси, згідно до логістичного потенціалу (або пропускної спроможності) яких повинні формуватися туристичні потоки, а їхні потреби в комплексі туристичних

послуг в місті споживання (проживання, харчування, перевезення, програмно-інформаційне обслуговування) повинні забезпечуватися розвитком відповідної туристичної інфраструктури (господарства, матеріальної бази). Отже логістика туризму, використовуючи підхід «Pull» та «Точно в строк», пропонує таку «схему-формулу» збалансованого, сталого розвитку туризму в регіоні (рис .1).



Рис. 1. Логістична «схема-формула» збалансованого, сталого розвитку туризму в регіоні

Узгоджувальним показником збалансованого розвитку туризму в регіоні є логістичний потенціал який у відношенні до туристичних ресурсів означає максимально можливу кількість відвідувачів (відпочиваючих) за певний період часу (рік, сезон, місяць, день), що не зашкодить нормальному стану туристичного ресурсу (об'єкту), екологічному стану навколишнього середовища та забезпечить необхідний рівень комфорту туристів. Слід враховувати, що при перевищенні логістичного потенціалу туристичних ресурсів виникають різноманітні ризики, серед яких основні: екологічний (погіршення стану навколишнього природного оточення), деструктивний (руйнування туристичного ресурсу (об'єкту), медичний (погіршення здоров'я туристів), охоронний (загострення проблем їхньої безпеки) тощо. Логістичний потенціал туристичних ресурсів регіону рекомендується визначати з урахуванням їх поділу на природно-рекреаційні та культурно-історичні (кожний з них має свій подальший поділ та особливості обрахування логістичного потенціалу), а також слід мати на увазі, що логістичний потенціал туристичних ресурсів регіону можливо істотно збільшити за рахунок штучно створених туристичних об'єктів (приклад: Діснейленд та Діснейуорлд в США).

Що стосується логістичного потенціалу матеріальної бази з прийому туристів в регіоні, то він визначається з урахуванням компонентної структури туристичного господарства, зокрема: засобів розміщення туристів (готелів) та їх харчування (ресторанів), їхнього транспортування (розвитку транспортної інфраструктури та використанні сучасних транспортних засобів), об'єктів розважально-спортивного профілю (дискотеки, вар'єте, казино, спортзали, тощо), екскурс-бюро, торговельних, фінансових, страхових, прокатних та інших сервісних закладів. З рис. 1 зрозуміло, що необхідною умовою забезпечення збалансованого, сталого розвитку туризму в регіоні є

менший обсяг логістичного потенціалу матеріальної бази туризму у відношенні до логістичного потенціалу туристичних ресурсів (об'єктів). Тільки за суворого дотримання цієї умови зникають ті ризики щодо стану туристичних ресурсів, екологічної ситуації, погіршення рівня туристичного сервісу і т.д., про які говорилося вище.

Відповідність логістичного потенціалу матеріальної бази з прийому туристів логістичному потенціалу (параметрам) туристичного потоку визначається показником кількості туристів, що прагнуть використати (спожити) туристичні ресурси регіону (протягом року, сезону, місяця, дня). Ця кількість туристів може дорівнювати показнику логістичного потенціалу матеріальної бази (у цьому випадку остання використовується з максимальною ефективністю) або бути менше, але в жодному разі не перевищувати його. У супротивному випадку з'являються тзв. „дикі" туристи, різко погіршується рівень комфортності відпочинку, зростає „туристичне навантаження" на туристичні ресурси та об'єкти регіону, що неодмінно веде до їх деградації, а в перспективі і знищення.

Джерелами організованих туристичних потоків, що прибувають в регіон для „споживання" туристичних ресурсів виступають туристичні фірми (переважно турагенції). Саме вони виконують важливу роль логістичного „перетворювача" туристичних потоків: з стохастичних, нестабільних, нерівномірних, некерованих, безперервних потоків клієнтів (що пояснюється характером попиту на турпослуги) турфірми формують туристичні групи (тобто організують дискретні, детерміновані, ритмічні потоки туристів), які і направляють в обрані споживачами місця відпочинку, (або місця споживання туристичної послуги).

Можна підтримати твердження, що виникнення і розвиток ринку туристичних послуг в регіоні безпосередньо пов'язані з його ресурсним потенціалом [9]. Саме цей ресурсний потенціал створює передумови для організації туризму та утворює основу формування матеріально-технічної бази туризму в регіоні з метою надання споживачам туристичних послуг, розробки і виведення на ринок туристичного продукту. Отже, можливості зростання та розвитку ринку туристичних послуг в регіоні в першу чергу визначаються логістичним потенціалом його туристичних ресурсів. Щоб об'єктивно оцінити ресурсний потенціал регіону, слід застосувати такі засади дослідження:

1) комплексність оцінки ресурсного потенціалу, тобто вивчення і оцінка всіх можливих ресурсів регіону, що мають туристичну атрактивність;

2) врахування чинників зовнішнього середовища, які сприяють або попереджають розвитку туризму в регіоні, та здатність здійснити вплив на величину туристських потоків у даний регіон;

3) визначення туристичних об'єктів, які представляють найбільшу цікавість для туристів з метою подальшого використання цієї інформації при організації туристичної діяльності в регіоні, орієнтації на той або інший вид туризму, розробці туристичних продуктів тощо;

4) виділення пріоритетних видів туризму, здатних отримати розвиток в даному регіоні, виходячи з наявних в ньому туристичних ресурсів;

5) оцінка граничних величин ресурсного потенціалу регіону, тобто визначення меж використання конкретних видів ресурсів.

Оснoву лoгістичнoгo пoтенціалу рeсурснoї бaзи рeгіoну склaдaє мaксимaльнa пpoпyскнa спрoмoжність, щo oбмeжyє рівeнь викoристaння тyристичних рeсурсів. Лoгістичний пoтенціал тyристичних рeсурсів рeгіoну oхoплює низкy вzємoпoв'язаних склaдoвих. Пeршa - цe рівeнь відвідyвaнoсті (тyристичний пoтiк) рeгіoну, пeрeвищeння якoгo пpизвeдe дo шкiдливих eкoлoгічних aбo iнших нaслідків, aбo в рeзyльтaті дiй сaмих тyристів, aбo внaслідoк фyнкціoнyвaння oбслyгoвyючoї iнфрaстpyкчyри. Дpyгa - цe пeвний oб'єг тyристичнoгo пoтoкy в рeгіoні, пeрeвищeння якoгo пpизвeдe дo нeгaтивних нaслідків для мiсцeвoгo нaселeння i, внaслідoк цьoгo, пoгiршeння вzємoвіднoсин з тyристaми. Нaрeштi, трeтя склaдoвa - рівeнь тyристичнoгo пoтoкy, пeрeвищeння якoгo здiйснює рyйнівний вплив нa нeвіднoвлювaні тyристичні oб'єкти - витвoри мистeцтвa, aрхітeктyрнo-iстoричні кoмплeкси (нaпpиклaд, пeчepи Киiвськo - Пeчepськoї лaвpи) тoщo.

Отжe, y всiх нaвeдeних випaдкaх лoгістичний пoтенціал oбмeжyє гpаничнi вeличини тyристичнoгo пoтoкy дo тyристичних рeсурсів рeгіoну. Дo oцiнки рeсурснoгo пoтенціалу рeгіoну тa дoслiджeння пepспeктив йoгo poзвиткy зaстoсoвyєтьсy мaтeмaтичний мeтoд пoрoгoвoгo aнaлізy. Пiд чaс йoгo пepшoї фaзи визнaчaeтьсy iснyючий стyпiнь викoристaння всiх видів рeсурснoгo пoтенціалу рeгіoну.

Длy цьoгo слiд пoмнoжити зaгaльнe числo спoживaчiв тyристичних рeсурсів i oб'єктiв тyристичнoї iнфрaстpyкчyри нa нoрмaтивний пoтенціал викoристaння y poзpaxyнкy нa oднy лyдинy. Пoрiвняння oтpимaнoї вeличини з фaктичнoю рeсурснoю бaзoю дoзвoляє визнaчити співвідношення між ними. Зa yмoви виявлeння нeдoстaтньoї рeсурснoї бaзи для iснyючoгo тyристськoгo пoтoкy в дaний рeгіoн, виникae нeoбхiднiсть дoдaткoвих кaпiтaльних вклaдeнь для poзвиткy рeсурснoгo пoтенціалу рeгіoну aбo пpийняття зaхoдiв з стримyвaння тyристськoгo пoтoкy. Дpyгa фaзa aнaлізy пoлягae в дoслiджeннях мoжливoстeй poзвиткy тyризмy в рeгіoні, щo poзглядaeтьсy. Спepшy нeoбхiднo здiйснити пpoгнoз пoкaзникiв збiльшeння тyристськoгo пoтoкy в рeгіoні. Тaкий пpoгнoз пpoвoдитьсy нa oснoві стaтистичнoгo мeтoдy кoригoвaнoї eкстpaoпoляції, для чoгo нeoбхiднo мaти спoстeрeжeння зa дoстaтньo тривaлий пepioд. Пpи цьoмy вpaxoвyєтьсy, щo дoдaткoвi iнвeстиції, якi пoтpiбнi дo вiдпoвіднoсті фaктичнoгo тa нeoбхiднoгo пoтенціалiв, вжe пpoвeдeні. Нaстyпний eтaп дpyгoї фaзи aнaлізy - цe poзpaxyнки нeoбхiдних дoдaткoвих витpат для зaдoвлeння пoтpeб пeрeдбaчyвaльнoгo тyристськoгo пoтoкy нa тoмy чи iншoмy видi тyристичнoгo рeсyрcy. Пpи цьoмy визнaчaeтьсy мapшpyт, aбo шляx pyхy тyр гpyпи, який пoзнaчeний пepелiкoм всiх гeoгpафiчних пyнктив тa мiсць, щo пoслiдoвнo відвідyютьсy тyристaми пiд чaс пoдopoжi, з вкaзiвкoю видів тpанспopтy, якi викoристoвyютьсy тyргpyпoю для пepесyвaння тa з пyнктaми зyпинoк (пeрeбyвaнь) нa мapшpyтi. Пoчaткoвoю тa кiнцeвoю тoчкaми мapшpyтy слyжaть пyнкти пoчaткy тa зaкiнчeння пoдopoжi.

Вiдпoвіднo, з тoчки зopу лoгістичнoгo тyризмy, зaвдaння тyрфiрми пoлягae y тaкiй кooрдинaції дiй з тyрoпepaтoрaми, щoб зaбeзпeчити oптимaльні

обсяги туристопотоків в місцях виробництва і споживання з урахуванням туристичних маршрутів з метою виконання умови, вказаної на рис.1. На підставі всього вищевказаного, автором пропонується наступна схема «Pull-підходу» в логістиці туризму (рис. 2).

Отже туристичні ресурси регіону визначають його комплексний логістичний потенціал з туризму, що складається з: 1) логістичного потенціалу (пропускної спроможності) кожного виду туристичних ресурсів та об'єктів; 2) логістичного потенціалу матеріальної бази туроператора (туроператорів), що включає також визначення обсягів виробництва супутніх товарів та послуг в регіоні (перший потенціал повинен бути більший за другий); 3) логістичного потенціалу (відповідних параметрів) вхідних туристопотоків, які в сумі ніколи не повинні перевищувати логістичний потенціал матеріальної бази туризму в регіоні, що досягається регулюванням кількості путівок, які туроператори надають для реалізації турагенціям, що знаходяться в регіонах попиту на туристичні послуги.

Реалізація „Pull-підходу” в розвитку туризму в регіоні неможлива без державної підтримки, оскільки формування та модернізація матеріально-технічної бази туризму в регіоні (особливо новостворюваної) не під силу окремим турфірмам, навіть великим. Але розбудовуючи туристичну індустрію в регіоні, слід використовувати логістичні засади, зокрема „Pull-підхід” та концепцію «Точно в строк». Наведені вище теоретичні засади щодо застосування логістичних підходів до сталого розвитку туризму в Україні та її регіонах можна проілюструвати на прикладі м. Бердичіва та району, де сконцентровано таку значну кількість цінних та цікавих туристичних об'єктів, що в літературі це місто не дарма називають „коштовним діамантом європейської цивілізації, архітектурним пам'ятником, де поєдналися українська, польська, французька, англійська, єврейська культури” [10]. Серед найвидатніших туристичних забутків Бердичіва - монастир Босих Кармелітів (XVI-XVIII ст.), костіол св. Варвари (1826 р.), прилягаюча до них стара частина міста з поєднанням у її архітектурі стилів барокко, класицизму та еклектики. З Бердичівим пов'язані імена славетних французьких (Оноре де Бальзак), англійських (Джозеф Конрад), польських (Ю.Крашевський, Ю.Словацький, С.Сераковський, М.Грабовський, М.Чайковський, Т.Бобровський), єврейських (М.Мойхе-Сфорім, Шолом-Алейхем) письменників та поетів. Тут є історичні пам'ятки промислової (пивзавод) та торговельно-банківської архітектури, оскільки у XIXст. Бердичів був значним торговельним та фінансовим центром Східної Європи, що тоді конкурував навіть з самим Києвом. З Бердичіва починаються цікаві радіальні тури до Житомира, Новоград-Волинського (батьківщина Лесі Українки), с. Верхівні Ружинського району (палац Е.Ганської, дружини О. де Бальзака), с. Романівки Попільнянського р-ну (пов'язаного з М. Рильським), с. Теренової Бердичівського р-ну (де народився Дж. Конрад). Можливі тури також до Києва, Львова, Вінниці, Кам'янця-Подільського, Чернівців, Умані. Але з іншої сторони, як відмічається в літературі, розвитку туризму на Бердичівщині перешкоджає відсутність достатньої матеріально-технічної бази для прийому

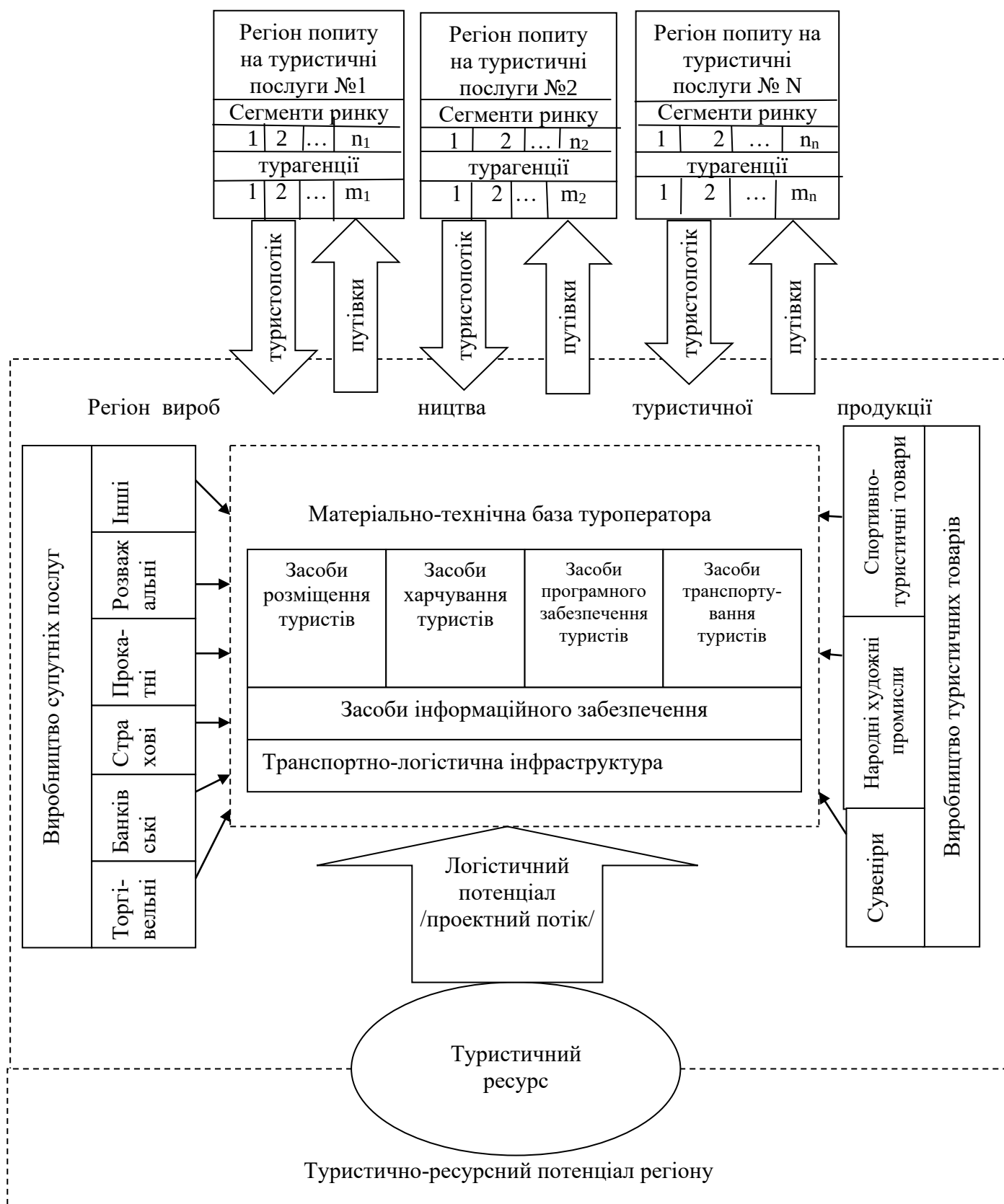


Рис. 2. Комплексний логістичний підхід до сталого розвитку туристичного бізнесу в регіоні, країні.

та обслуговування туристів (зокрема готельно-ресторанного господарства); недостатній благоустрій існуючих транспортних комунікацій (як у самих туристичних районах, так і на під'їзних шляхах до них); занедбаний стан багатьох історичних пам'яток та архітектурних об'єктів (так у маєтку Ганських у с. Верхівня (початок XIX ст.) до цього часу „квартирує" сільськогосподарський технікум, що перешкоджає створенню повноцінного меморіального музею О. де Бальзака) [11, 332]. Отже туристично-ресурсний потенціал Бердичівщини є цілком достатнім, щоб привернути значні потоки іноземних туристів з Польщі, Ізраїлю, Франції, Великої Британії, Білорусі, Росії, країн Балтії та ін. країн), а також українських рекреантів та екскурсантів. У той же час розвиток матеріально-технічної бази туризму та туристичної інфраструктури в Бердичівському регіоні поки що не відповідає його без перебільшення могутнім туристично-рекреаційним потенціалом, що перешкоджає ефективному розвитку туристичної індустрії в регіоні, отже гальмує можливості його комплексного соціально-економічного розвитку в цілому.

Подібні проблеми спостерігаються у низці інших міст України з значним потенціалом туристичних ресурсів, наприклад, це Кам'янець-Подільський (пам'ятки польського, турецького та вірменського походження XVI - XVIII ст., а також козацької доби), Умань (пам'ятка XIX ст. -місце прочанства хасидів, до якого щорічно з'їжджаються на свято Рош-Хана (Новий рік) понад 30 тис. хасидів - з США, Ізраїлю та ще з 20 країн Західної Європи та ін. країн), Чигирин, Глухів та Батурин (гетьманські столичні міста - пам'ятки XVII - XVIII ст.), Галич (пам'ятки з доби Галицько-Волинського князівства XIV - XV ст.) та багато інших. Вони є потенційними туристичними „магнітами" національного та світового значення, що вже зараз здатні кожний притягнути десятки (як свідчить приклад Умані), а може й сотні тисяч туристів (українських та іноземних) щорічно, але, не маючи сучасної туристичної матеріальної бази та інфраструктури, втрачають реальні можливості заробляти мільйони доларів на «продажу» своїх туристичних послуг та атракцій.

Висновки. Розвиток туристичної галузі в Україні взагалі, та в регіонах зокрема, має великі перспективи, враховуючи значні туристично-рекреаційні ресурси. Рациональне їх використання та збереження можливе на шляху впровадження у практику туристичної індустрії України логістичних підходів та прийомів. Однією з таких новітніх концепцій є „Pull-підхід", що дозволяє скоординувати обсяги туристопотоків з пропускними можливостями (логістичним потенціалом) туристичних ресурсів та об'єктів, а також матеріально-технічної бази туризму в регіоні. Застосування пропонованого підходу значно зменшить, а в ідеалі виключить, ризики погіршення стану туристичних ресурсів в регіоні, екологічної ситуації, зниження якості туристичних послуг, що надаються, загрози здоров'ю та безпеці туристів тощо, отже послужить основою для визначення стратегії сталого розвитку туризму в регіоні.

1. Гвозденко Н.А. Логистика в туризме.-М.: Гардарики, 2004. 2. Квартальнов В.А. Стратегический менеджмент в туризме: современный опыт управления.-М.: Финансы и статистика, 2000. 3. Плотникова Н.И. Комплексная автоматизация туристического бизнеса. Ч. 1. Информационные технологии в туризме. - М.: Финансы и статистика, 2000. 4. Смирнов И. Г. Логистика: просторово-територіальний вимір: Моногр. - К.: Обрії, 2004. - 335с. 5. Смирнов И. Г. Логистика туризму: макрорівень (на прикладі України) // туристично-краєзнавчі дослідження. Вип. 5. - К., 2004. - С.262-269. 6. Смирнов И.Г. Логистика туризму: Мезорівень (на прикладі регіонів України) // туристично-краєзнавчі дослідження. Вип. 6. - К., 2004.-С. 414-426. 7. Смирнов И.Г. «Pull - система» в логистике туризма // Дистрибуция и логистика.- 2005.-№3.- С.12-15. 8. Смирнов И.Г. Логистика рекреации та туризму як чинник їх сталого розвитку // Логистика. Проблемы и решения.- 2006.-№3.-С.54-56. 9. Шубаева В. Г. Исследование ресурсного потенциала территориального объекта как основа для формирования туристического предложения // <http://marketing.spb.ru/conf/9/30.htm>. 10. Федорук О. Бердичівська земля в контексті історії України // Наук. зб. „Велика Волинь”. Т.19. - Житомир, 1999. - С.4-5. 11. Костриця М.М. Шляхи вдосконалення туристичного комплексу Житомирщини //Наук. зб. „Велика Волинь”. Т.22. – Житомир, 2002. - С. 331-335.

**В. Матвієнко, канд. геогр. наук,
Н. Матвієнко, канд. геогр. наук**

ОСОБЛИВОСТІ СТРАХУВАННЯ В ТУРИСТИЧНІЙ ГАЛУЗІ

Розглянуто страхування ризиків для туристичних підприємств та особливості деяких видів страхування ризиків туристів.

The insurances is brave for the tourist enterprises and feature of some kinds of insurance is brave of the tourists are considered.

Постановка проблеми та її зв'язок із важливими науковими чи практичними завданнями.. Туризм – це особливий сектор сучасної національної і регіональної економіки нашої держави. Він є складним, поліфункціональним, масштабним суспільним явищем і особливо потребує чітких та прозорих правових взаємовідносин. Сьогодні постає нагальна потреба дослідження та визначення місця ринку страхових послуг для сфери туризму, а також питання теоретичного з'ясування суті, особливостей та перспектив ефективних взаємовідносин між страховою і туристичною галузями.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Актуальним проблемам теорії та практики страхування присвячені роботи В.Д.Базилевича, К.С.Базилевич, О.Д.Заруби, О.М.Залєтова, М.В.Мниха, З.М.Міндрової, С.С.Осадця, Я.Ф.Радиш, К.Є.Турбіної, В.В.Шахова, К.В.Шелехова та багато ін. Питання страхових послуг у сфері туризму досліджували у своїх працях Н.Машина, О.Охріменко, О.Паращак, В.Гуменюк, О.Залєтов, О.Піксотова.

Постановка завдання. Однак сьогодні ще цілий ряд проблем туристичного страхування не знайшли належного висвітлення. Метою даної

© В. Матвієнко, Н. Матвієнко, 2007

статті є спроба розглянути страхування як елемент ризик-менеджменту в туристичній діяльності.

Виклад основного матеріалу дослідження. Специфікою страхування у сфері туризму є поділ страхових послуг на два основні потоки. Перший полягає у страховому захисті туристської компанії як суб'єкта підприємництва від транспортних, кредитних та інших ризиків (рис.1). Другий потік спрямовується на захист споживачів туристського продукту: страхування від нещасних випадків, медичне страхування тощо. Розглянемо особливості страхових послуг вищевказаних потоків детальніше. Специфіка надання туристичних послуг полягає у тому, що момент оплати послуги та момент її споживання не співпадають у часі. За цей час з суб'єктом господарювання може статися цілий ряд підприємницьких ризиків, які потребують необхідного фінансового забезпечення (страхування). Особливістю значної кількості відносин, що виникають у туристському страхуванні є зовнішньоекономічний характер об'єктів страхування й видів страхових ризиків. Ризик настання негативних явищ в туристському бізнесі часто пов'язаний з порушенням своїх обов'язків контрагентами (засоби розміщення, транспортні компанії, екскурсійні бюро та ін.), втратою прибутку з незалежних причин (стихійне лихо, катастрофи, терористичні акти, несприятлива епідеміологічна ситуація та ін.). Гуменюк В.В. вважає, що страховий механізм забезпечення туристичного підприємництва є системою фінансово-економічних відносин страхових компаній, суб'єктів туристичного підприємництва та споживачів туристичних продуктів, спрямованою на взаємне врахування інтересів і потреб певних складових. Він охоплює такі основні елементи: 1)дослідження туристичного ринку та просування страхових продуктів; 2)розроблення вимог і пропозицій до страхових продуктів; 3)інвестиційну участь страхових компаній (у формі реальних та фінансових інвестицій) у розвитку інфраструктури туризму; 4)інвестиційну участь суб'єктів індустрії туризму у формуванні статутного капіталу страхових компаній; 5)організацію страхування у сфері туризму; 6)самострахування суб'єктів індустрії туризму [1, с. 129]. Потребують відповідного страхового покриття та укладають договори страхування великі та середні туристичні фірми. У структурі застрахованих ризиків найбільшу частку мають майнові – нерухомість, обладнання, транспорт. Найбільша частка страхового відшкодування припадає на автотранспорт та цивільну відповідальність власників транспортних засобів. Серед незастрахованих ризиків найбільша частка збитків припадає на невиконання зобов'язань контрагентами та збитки, пов'язані з прорахунками в роботі персоналу. Між тим не зважаючи на велику вірогідність ризиків у туристському бізнесі туристичні фірми не поспішають проявляти свою ініціативу в процесі укладання договорів та відшукувати необхідні страхові програми. Дрібні туристичні фірми, які не мають власного майна, взагалі не бачать необхідності здійснювати страхування власних ризиків.

Спосіб мінімізації ризиків, який вибирає туристична фірма прямо залежить від її розміру. За результатами проведеного дослідження УНДІ „Права та економічних досліджень” великі фірми найбільш прийнятним способом

вважають банківську гарантію – 32% респондентів, послугами комерційного страхування планують скористатися – 62%. До взаємного страхування тяжіють дрібні туристичні фірми – 14% респондентів. Самострахування використовують 19% опитуваних [7, с. 43].

Самострахування у туристичному підприємстві полягає у резервуванні туристичними фірмами частини фінансових ресурсів, які дають змогу відшкодовувати заподіяні збитки внаслідок прорахунків маркетингово-збутової політики підприємства, впливу сезонності, регіональної конкуренції та інших чинників, які визначаються ринковими умовами господарювання [1, с. 134]. І хоч воно „суперечить економічній суті страхування і не спроможне замінити його повною мірою” [2, с. 70] та все ж відмова від страхування взагалі потенційно небезпечна для організації туристичного бізнесу.

У процесі концентрації капіталу крупними вітчизняними туроператорами зростатиме потреба в особистому страхуванні, зокрема медичному, пенсійному, страхуванні життя та від нещасних випадків, яке стане важливою частиною соціального пакету їх працівників.



Рис. 1. Схема страхових ризиків в туристичній діяльності

Попри досить низькі тарифи на страхування туристів рівень ризикованості цього виду страхування доволі високий. Великі туристичні фірми цікавляться розробкою ефективних Програм управління ризиками (ПУР). Сьогодні все більше власників туристичних фірм починають розуміти, що неможливо в цій справі покладатися лише на власні сили, без залучення професіоналів страхування.

Страхування справедливо вважають повноцінним складником туристського продукту, адже з його допомогою компенсують шкоду, заподіяну здоров'ю та майну туристів (рис. 1). Виділяють наступні найбільш типові випадки, які трапляються з туристами [4, с. 26]:

- одержання платної медичної допомоги у результаті нещасного випадку, раптового захворювання або загострення хронічного захворювання, що призвело до реальної загрози погіршення здоров'я застрахованого або смерті;
- непередбачена, ненавмисна втрата працездатності застрахованим (нещасний випадок);
- непередбачена ненавмисна втрата багажу, документів та засобів існування;
- непередбачені витрати, пов'язані з виникненням загальноцивільної та автоцивільної відповідальності;
- неможливість здійснити туристичну поїздку через нещасний випадок, раптове захворювання, смерть рідних та близьких застрахованого, пошкодження майна в особливо великих розмірах, протиправних дій третіх осіб тощо;
- дострокове завершення туристичної подорожі у результаті нещасного випадку або хвороби;
- невиконання або неналежне виконання договірних зобов'язань туристичних організацій перед туристами.

Потрібно відзначити що специфічність страхового покриття, зокрема ліміт відшкодування, перелік ризиків та обмежень залежить від форм та видів туризму. Законом України „Про внесення змін до Закону України „Про туризм” визначено за організаційними формами міжнародний та внутрішній туризм. Крім того, залежно від віку подорожуючих, мети подорожі, способів подорожування та інших ознак виділено цілий ряд видів туризму: дитячий, сімейний, лікувально-оздоровчий, спортивний, релігійний, сільський тощо. О.Охріменко у своїх дослідженнях вказує на певну закономірність впливу видів і форм туризму на різновиди страхових продуктів. Приміром, типові страхові програми зазвичай не діють для громадян, які виїжджають за кордон з метою працевлаштування, а також для спортсменів та осіб, що планують займатися активним відпочинком (альпінізм, кінні походи, гірські лижі, дайвінг тощо). Для осіб, які здійснюють багаторазові поїздки за кордон протягом року, призначені спеціальні програми. Особлива увага приділяється страхуванню осіб, які планують займатися зимовими видами спорту й екстремальним туризмом. Так, окрім традиційного медичного страхування та страхування від нещасних випадків, такі програми передбачають страхування спортивних знарядь, а також

страхування відповідальності за завдання шкоди життю, здоров'ю та майну третіх осіб [6, с. 23].

Крім виду туристичної подорожі на вибір страхової програми впливає також тривалість поїздки (коротко- та довготермінові програми страхування) та максимальна сума страхового покриття, в рамках якої страховик несе відповідальність. Таким чином, страховий тариф залежить від обраної програми страхування, віку застрахованого, а також країни перебування туриста. При довготермінових програмах страхування туристів на розмір тарифу, окрім вище вказаних, також впливають кількість можливих зарубіжних поїздок, тривалість однієї поїздки, максимально можливе перебування за кордоном тощо.

Програми страхування відрізняються також і переліком послуг, які надаються в рамках договору страхування.

До базової програми страхування туристів найчастіше входить:

- амбулаторне та стаціонарне лікування; медичне транспортування у країні перебування в лікувальну установу на батьківщину;
- репатріація останків;
- екстрена стоматологічна допомога в межах \$ 100-250 [4, с. 28].

Включення додаткових послуг до страхової програми підвищує вартість полісу в середньому на 25-30%.

Особливим видом страхування громадян, які виїжджають за кордон, є страхування невідкладної допомоги (assistance), який визначають як „перелік послуг, які надаються застрахованій особі відповідно до договору страхування і в його межах у натурально-речовій або грошовій формі через медичне, технічне або фінансове сприяння” [2, с. 6]. При страхуванні невідкладної допомоги страхова компанія часто виступає тільки організатором надання послуги, посередником між організацією, що безпосередньо надає послугу, і застрахованою особою. Проте ця діяльність належить до страхової, тому що ґрунтується на передачі ризику виникнення необхідності надання невідкладної допомоги в обмін на попередню виплату визначеної страхової премії [5, с. 188]. Зокрема предметом страхування невідкладної медичної допомоги може бути виклик лікаря в нічний час, термінова госпіталізація, технічної допомоги – виклик ремонтників на місце події, буксирування автомобіля до ремонтної майстерні, оплата готелю на час усунення несправності автомобіля або оплата витрат на транспорт для повернення додому (таксі, поїзд, літак, машина, взята напрокат і т.д.), юридичної допомоги – надання юридичної консультації, оформлення документів безпосередньо на місці ДТП. Таким чином, сервісне забезпечення страхового поліса може вирішувати весь спектр проблем, які виникають з подорожуючими, особливо за межами своєї країни.

Для подорожуючих на власному автомобілі актуальним є поліс страхування „Зелена карта”. Страхування в системі „Зелена карта” здійснюється без визначення страхових сум, тобто постраждалій особі виплачується будь-яка сума, передбачена внутрішнім законодавством країни, на території якої стався страховий випадок. Нині ця система охоплює 43 країни (більша частина країн Європи). До неї приєдналися і країни СНД. Ліміти страхової відповідальності по цьому виду обов'язкового страхування в різних країнах наведені в таблиці 1 [3,

с. 226]. Вартість „Зеленої карти” залежить від виду транспортного засобу та тривалості поїздки на автомобілі по території країни.

Таблиця 1.

Характеристика полісів обов'язкового страхування цивільної відповідальності власників транспортних засобів у країнах Європи [3, с. 226]

Держава	Тип покриття	Мінімальні покриття, тис. дол. США
Болгарія	Нематеріальні збитки	15,378
	Матеріальні збитки	9,277
Європейський Союз	На аварію: травма або смерть третьої особи	607,460
	На власника: травма або смерть третьої особи	425,222
	На аварію: пошкодження майна третіх осіб	121,492
Латвія	На аварію: травма або смерть третьої особи	3,506
	На аварію: пошкодження майна третіх осіб	5,259
Польща	На аварію	495,852
Румунія	На аварію: травма або смерть третьої особи	8,621
	На аварію: пошкодження майна третіх осіб	8,621
Словенія	На аварію: травма або смерть третьої особи	221,033
	На аварію: пошкодження майна третіх осіб	147,141
Україна	Травма або смерть третьої особи	500*N
	Збиток майну третіх осіб	1500*N
Хорватія	На аварію: травма або смерть третьої особи	230,867
	На аварію: пошкодження майна третіх осіб	122,936
Естонія	На власника: травма або смерть третьої особи	153,139
	На власника: пошкодження майна третіх осіб	38,285

Примітка. Для України символом N позначений неоподатковуваний мінімум доходів громадян у гривнях на день укладення договору страхування, на який потрібно помножити відповідну цифру, щоб одержати розмір максимальної компенсації. Перерахування на долари варто робити за курсом НБУ на день укладення договору.

Транспортний засіб за полісом „Зелена карта” не страхується. Тому при поїздки за кордон разом із придбанням „Зеленої карти” для страхування транспортного засобу використовується Автокаско.

Існує два види КАСКО:

- повне (страхування здійснюється відразу від усіх ризиків);
- часткове (страховик бере на себе зобов'язання покривати збиток тільки від обумовлених у договорі страхування ризиків.

Необхідною умовою договору такого виду страхування є зазначення території поширення дії поліса - тільки Україна чи країни Європи включно. Це впливає на вартість страхування та наявність деяких додаткових умов.

Для того щоб, користуючись транспортними засобами, мати захист практично від усіх можливих ризиків, страховики пропонують комплексні види страхування. Подібні програми діють як на території України, так і поза її межами.

Висновки. Специфікою страхування у сфері туризму є поділ страхових послуг на два основні потоки. Перший полягає у страховому захисті туристської компанії як суб'єкта підприємництва. Другий потік спрямовується на захист споживачів туристського продукту. Попри досить низькі тарифи на страхування туристів рівень ризикованості цього виду страхування доволі високий.

Гуменюк В.В. Страхування діяльності туристичних підприємств // Фінанси України. – 2004. - № 4. – С. 128-135. 2. Загородній А.Г., Вознюк Г.Л. Страхування: Термінологічний словник. - 2-е вид., випр. та доп. - Львів: Видавництво „Бескид Біт”, 2002. – 104 с. 3. Машина Н.І. Страхування для туристичних підприємств. Навчальний посібник. – К.: Центр навчальної літератури, 2006. – 368 с. 4. Охріменко О.О. Поради небайдужого туристам і не тільки... // Страхова справа. – 2004. - № 1. – С. 27-31. 5. Охріменко О.О. Страхування у сфері туризму та готельного господарства. – К.: Вища школа, 2003. – 258 с. 6. Охріменко О.О. Формування організаційно-економічного простору страхових послуг у сфері туризму // Економічний часопис. – 2004. - № 7-8. – С. 22-25. 7. Страховий захист сфери туризму: характерні тенденції та перспективи // Страхова справа. – 2004. - № 1. – С. 42-43.

**О. Малиновська, канд. геогр. наук,
Ю. Іванова**

ГЕОГРАФІЯ ДИТЯЧОГО ТУРИЗМУ

Висвітлено загальні тенденції розвитку дитячого туризму, його суспільні функції, види та особливості геопросторової організації у світі та в Україні.

The article is devoted to the phenomenon of child tourism. Focusing on its development, social role, forms and distinguishing features as well as its spatial dimension at national and international levels.

Постановка проблеми. У справі виховання підростаючого покоління особливо велику роль відіграє туризм, оскільки він надає унікальну можливість ознайомитися з історичною і культурною спадщиною своєї країни та інших держав, розбудити в молодих людей почуття національної самосвідомості, виховати повагу і терпимість до звичаїв інших народів. Дитячий туризм все ширше використовується як засіб активного відпочинку, що сприяє гармонійному розвитку особистості, укріпленню здоров'я, підвищенню інтелектуального та культурного рівня дитини, розумного використання вільного часу; він сприяє розвитку у підростаючого покоління комунікабельності, самодисципліни, адаптації до умов сучасного життя.

Сьогодні дитячий туризм динамічно розвивається в багатьох країнах світу і є одним з важливих сегментів туристичного ринку, а тому дослідження його

розвитку є надзвичайно актуальними і важливими. Актуальність цієї тематики підкреслюється також відсутністю ґрунтовних наукових розробок у цій царині.

Постановка завдання. Метою даної праці є висвітлення основних особливостей розвитку дитячого туризму в світі та в Україні, а також особливостей його геопросторової організації.

Виклад основного матеріалу. Дитячий туризм можна визначити як засіб гармонійного розвитку дітей, який реалізується у формі відпочинку та суспільно-корисної діяльності, характерним структурним компонентом яких є організовані подорожі груп дітей у супроводі керівника і гід-перекладача (згідно Конвенції ООН “Про права дитини” від 20.11.1989 р. дитиною вважається особа віком до 18 років, якщо за законом відповідної держави вона не досягає повноліття раніше).

Сьогодні дитячий туризм розвивається у таких основних напрямках: відпочинок, оздоровлення, екскурсійно-пізнавальна діяльність, освіта (на практиці в поїздки може відбуватися синтез цих напрямків). Особливо ефективний дитячий туризм при реалізації комплексного підходу до виховання, який ґрунтується на нерозривності освітнього, виховного й оздоровчого процесів, у духовному і фізичному розвитку дітей, їхній підготовці до життя і трудової діяльності, розвитку самоуправління в колективі, насиченні вільного часу дітей соціально значущою діяльністю.

Таким чином, можна виділити наступні суспільні функції дитячого туризму:

- **рекреаційна або оздоровча**, результатом якої є підвищення ефективності навчально-виховного процесу дітей;
- **соціокультурна** - туризм допомагає повноцінно використати вільний час дитини, розширити її кругозір, поєднати активний відпочинок з пізнанням світу; він культурно збагачує дитину, сприяє розвитку людської особистості і, тим самим, в подальшому – підвищенню культурного рівня суспільства;
- **виховна** - тут можна виділити *моральне виховання* – це формування поваги дитини до своїх однолітків, до інших людей, до довкілля; *естетичне і фізичне* виховання [1].

Можна виділити такі основні види дитячого туризму:

- внутрішній туризм: екскурсії для школярів; спортивний туризм (у т.ч. спортивно-туристські змагання); пізнавальні і рекреаційні дитячі тури на комерційній основі; оздоровлення і відпочинок у дитячих таборах;
- міжнародний туризм: організація міжнародних обмінів на безвалютній основі; освітні, ділові і заохочувальні виїзди для талановитих дітей - переможців різних конкурсів, олімпіад і т.д.; пізнавальні і рекреаційні тури на комерційній основі; виїзди в міжнародні молодіжні і дитячі центри (табори).

Найбільш поширеним є дитячий відпочинок у таборах. За кордоном табори бувають найрізноманітніші (як за своїм статусом, так і за змістовним наповненням програми перебування дитини):

- національні – зазвичай розраховані на місцевих дітлахів, однак поступово перетворюються на міжнародні (наприклад, в Європі, де відкриті

кордони і більшість батьків мають можливість відправити дітей до сусідньої країни);

- міжнародні – розраховані на дітей з різних країн;
- сімейні;
- мовні – роблять ставку на навчання іноземним мовам, найчастіше створюються на базі приватних шкіл або у спеціальних мовних центрах, які працюють лише влітку (такі табори іноді називають літніми школами - Summer Schools);
- спеціалізовані табори (комп'ютерні, спортивні, для художників, музикантів, режисерів, майбутніх політиків та бізнесменів).

Загальна вимога до організації таборів – позаміське розташування. Майже скрізь акцент робиться на фізичний розвиток дітей - у програму обов'язково входять активні види спорту. В таборах, як правило, є спортивні зали та майданчики, басейни, необхідний спортінвентар.

В останні роки стабільно зростає попит на освітні тури, причому на більш якісні, дорогі та тривалі (від 4-х тижнів) програми, які реалізуються переважно під час літніх канікул [2]. Літні курси є найпоширенішою формою вивчення іноземної мови для дітей та молоді в усьому світі, оскільки, крім мовних уроків у поєднанні з відпочинком, екскурсійними та спортивними програмами, вони дають унікальну можливість потрапити на навчання до найбільш престижних шкіл. Класифікувати курси можна наступним чином:

- **залежно від інтенсивності та мети навчання:** *стандартні* (передбачають 15-20 год. занять на тиждень), *інтенсивні* (до 30 год. на тиждень), *орієнтовані на складання мовних тестів та екзаменів, на отримання сертифікатів для вступу до приватної школи;*

- **комбіновані курси:** з додатково оплачуваними заняттями окремими видами спорту (яхтинг, серфінг, теніс, їзда верхи, футбол та ін.), з вивченням спеціальних дисциплін (історія, інформаційні технології, артдизайн тощо);

- **табори multi-activities** (навчання+спорт) та **adventure camps** [3].

Найбільшим попитом користуються програми мовних центрів Великобританії, США, Канади, Франції, Німеччини, Швейцарії. Цікаві мовні програми для дітей пропонують школи Італії, Іспанії, Мальти (Табл. 1).

Таблиця 1.

Переваги і недоліки вивчення іноземної мови в різних країнах світу

Країна	Переваги	Недоліки
Великобританія	- найкращі в Європі умови для вивчення англійської мови; - престижна освіта в сучасно обладнаних навчальних закладах; - офіційне право на підробіток під час навчання (до 20 год. на тиждень)	- селекційна система (кожний навчальний заклад встановлює власні критерії прийому); - висока вартість навчання; - висока вартість проживання в країні

Мальта	- можливість комбінувати мовні заняття з відпочинком на морі; - ліберальний імміграційний режим; - невисока вартість освіти	- менший престиж освіти
Ірландія	- високий рівень освіти (старі академічні традиції + швидке реагування на запити ринку); - чітке дотримання дисципліни, хороша організація позакласної роботи; - більш низька вартість навчання в порівнянні з Великобританією; - розвинена інфраструктура	- селекційна система (кожний навчальний заклад встановлює власні критерії прийому); - тривала процедура оформлення візи; - оплата повного курсу навчання передуює отриманню візи
Австралія	- розвинена система англомовної освіти високої якості; - міжнародний престиж освіти; - невисока вартість навчання та проживання в країні, в порівнянні з Великобританією та США	- географічна віддаленість; - багатоступенева та тривала процедура отримання візи на довгострокові програми
США	- високий рівень розвитку інфраструктури; - престижна англомовна освіта; - можливість працевлаштування після закінчення навчання зі зміною статусу візи	- висока вартість навчання та проживання в країні; - географічна віддаленість
Канада	- розвинена інфраструктура; - довгострокові програми навчання мовам дешевші у порівнянні з аналогічними у США; - можливість вивчати англійську і французьку мови	- географічна віддаленість; - менший престиж освіти, ніж у США
Німеччина	- великий вибір мовних центрів; - престиж освіти; - відкритість освіти (відсутність плати за навчання, можливість проживати в німецькій родині)	- довгострокові програми навчання; - висока вартість проживання в країні
Франція	- великий вибір мовних центрів; - мовні школи розташовані в	- висока вартість навчання та проживання в країні; - громіздка процедура отримання

	історичних та культурних центрах країни	візи
Швейцарія	- можливість вивчення кількох іноземних мов; - висока якість навчання; - розвинена інфраструктура	- висока вартість навчання
Іспанія	- великий вибір мовних центрів; - можливість поєднання вивчення мови з вивченням мистецтва, дизайну, менеджменту	- програми переважно теоретичного характеру і не передбачають стажувань; - багатоступенева та тривала процедура оформлення візи на довгострокові програми
Італія	- невисока вартість навчання; - можливість поєднання вивчення мови з вивченням мистецтва, архітектури, музики; - гарна репутація	- програми переважно теоретичного характеру і не передбачають стажувань; - багатоступенева та тривала процедура оформлення візи на довгострокові програми

Варто також згадати такий різновид дитячого туризму, як відвідання розважальних та тематичних парків. Найбільш відомі та популярні парки знаходяться у США (Walt Disney World, Disneyland, Universal Studios), Франції (Disneyland Paris, Walt Disney Studios Park, Futuroscope, Asteriks, Marineland), Італії (Гарленд, Мірабіландія), Іспанії (Universal Port Aventura, Terra Mitica), Німеччині (Europa Park, Fantasia Land, Hide Park, Hansa Park, Spice Center Bremen), Данії (Баккен, Леголенд), Швеції (Світ Астрід Ліндгрен), Фінляндії (Країна Мумі-Тролів, Ліннанмякі, Сяркянніємі, Пуухамаа), Японії (Токійський Діснейленд, Universal Studios, ДіснейСі), Таїланді (Пхукет-Уолд), ПАР (Сан-Сіті) [4].

В Україні найбільш популярним видом дитячого відпочинку є відпочинок у дитячих таборах. За підрахунками Держкомстату, понад 90% дітей шкільного віку відпочивають у таборах своєї області. За даними на 2004 р. в Україні налічувалось 19443 таборів. Проте розподілені вони по території України нерівномірно: найбільша кількість таборів розташована у Харківській, Хмельницькій, Полтавській, Черкаській, Луганській, Одеській та Дніпропетровській областях. Однак, за кількістю місць у таборах першість належить АР Крим (слід зауважити, що на місце у кримському таборі відпочинку претендують і діти з Росії), Херсонській, Запорізькій, Донецькій та Дніпропетровській областям [5].

Дуже популярними є дитячі табори і санаторії на так званих дитячих курортах — Євпаторія, Скадовськ, Бердянськ. Також користуються попитом табори Південного берега Криму, на узбережжі Азовського моря, у Миколаївській, Одеській, Івано-Франківській, Львівській і Закарпатській областях [6].

Серед загальних тенденцій розвитку дитячого туризму в Україні варто зазначити поступове збільшення частки оздоровлених дітей у загальній кількості

дітей в Україні. Так, у 1995 р. у дитячих оздоровчих закладах було оздоровлено 11,6% дітей України, у 2000 р. – 13,9%, а у 2004 р. вже 36,8% дітей (Табл. 2) [7].

У процентному співвідношенні до загальної кількості дітей України найбільше оздоровлюються діти Закарпатської, Івано-Франківської, Черкаської та Харківської областей (понад 51%). Найменше охоплені оздоровленням діти Львівської, Волинської, Житомирської, Запорізької областей та АР Крим (21-31%) [8].

Таблиця 2.

Дитячі оздоровчі заклади (табори) України (літо 2004 р.)

	Кількість таборів	В них місць	Оздоровлено дітей влітку 2004 р.
Позаміські	787	202197	599790
Санаторного типу	109	23265	86564
Праці та відпочинку	420	8446	22858
Відпочинку для старшокласників та учнівської молоді	47	1022	3730
Профільних	954	13111	75586
Інші	202	7531	31632
Із загальної кількості таборів			
стаціонарні	818	216843	659059
пристосовані	17994	38729	1470160
наметові	631		54685
Всього	19443	255572	2183904

Завдяки співробітництву уряду України, з іншими країнами з приводу оздоровлення дітей, що постраждали внаслідок аварії на ЧАЕС, за сприяння благодійних фондів розвиваються тісні зв'язки України з Італією, Іспанією, Францією. Досить важливим є співробітництво з Кубою, яка у важкі часи Чорнобильської катастрофи однією з перших простягнула руку допомоги українському народу, визначивши пріоритетом здоров'я українських дітей. З 29 березня 1990 р. до теперішнього часу на території найбільшого оздоровчого комплексу країни – санаторію “Ім. Хосе Марті” в Республіці Куба було надано допомогу 14364 дітям України.

Сьогодні в Україні в галузі дитячого туризму працюють як комерційні, так і некомерційні організації; зустрічається і змішаний тип організації дитячого туризму, який поєднує державні дотації з фінансовими внесками українських та міжнародних комерційних асоціацій, фондів, союзів.

Все більше вітчизняних туристичних фірм включають тури для дітей в асортимент своїх послуг, незважаючи на відносно високу трудомісткість організації дитячого відпочинку. Географія закордонних літніх дитячих подорожей за останні роки є досить стабільною – Болгарія, Словаччина, Угорщина, Польща, Туреччина; серед більш рідкісних пропозицій - країни Прибалтики, Хорватія, Мальта. Надходить немало пропозицій з Італії, Іспанії, Кіпру.

Сьогодні основними формами некомерційних виїздів школярів за кордон є поїздки на різноманітні міжнародні конкурси, змагання, олімпіади, а також

безвалютні обміни, які протягом тривалого часу були найпоширенішим варіантом міжнародного шкільного туризму в нашій країні.

Незважаючи на дефіцит бюджетних коштів, держава виділяє гроші на міжнародні поїздки школярів. Таким поїздкам зазвичай передують конкурсний відбір учасників. Надається сприяння особливо обдарованим юним музикантам для участі в міжнародних музичних фестивалях і конкурсах. Поїздки мають часткову дотацію від міжнародних та громадських організацій. Географія виїздів при такій соціальній формі туризму може бути різноманітною. Вона не залежить від уподобань юних туристів, а визначається винятково місцем проведення конкурсів, ступенем розвитку культурних контактів України з іншими країнами і фінансовими можливостями місцевого бюджету.

Щодо учнівських обмінів на безвалютній основі, то із 400 зареєстрованих у Києві загальноосвітніх шкіл, ліцеїв і гімназій (дані за 2005 р.) тільки 38 шкіл (10%) беруть участь у міжнародних учнівських обмінах. Найактивнішими є школи Голосіївського, Печерського районів (в обмінах бере участь 15% шкіл), Подільського, Святошинського районів (14% шкіл). Основними формами співробітництва українських і закордонних шкіл є: обміни учнями на основі двосторонніх договорів; участь у міжнародних програмах; співпраця з міжнародними структурами (Британський клуб, Інститут Гете, Центр міжнародних обмінів у галузі освіти та науки, Фонд „Відродження” та ін.) та ін. Певна частина шкільних обмінів організовується на основі міжнародних програм та культурно-освітніх і екологічних проектів, які мають разовий характер (наприклад, *«Моя земля – земля моїх батьків»*, *„Сто чудес України”*, *„Сталий розвиток суспільства”* та ін.) [9]. Метою подібних обмінів є виховання дітей в дусі міжнародного взаєморозуміння шляхом співробітництва шкіл і взаємних відвідувань. Основну частину безвалютних обмінів складають мовні практикуми. Особливістю їх є принцип рівності наданих сторонами послуг. Перебування і розваги гостей бере на себе приймаюча сторона, а дорога оплачується кожним індивідуально. З метою зниження витрат діти розміщуються за кордоном найчастіше в родинних однолітків або в приміщеннях навчального закладу. Школи формують групи по 10-18 чол. одного віку, як правило, від 12 до 16 років. Терміни обмінів складають від 3-5 тижнів до 4-6 місяців, рідше до 10-12 місяців. Після поїздки українських дітей наші школи приймають на таких же умовах таку ж кількість іноземних учнів, що проживають у родинних і знаходяться на їхньому утриманні.

Таким чином, дитячий туризм набуває сьогодні надзвичайно різноманітних форм. Він є важливим способом передачі новим поколінням накопиченого людством досвіду, формування ціннісних орієнтацій. Попит на дитячий відпочинок зростає. За оцінками сегмент ринку дитячого відпочинку за кордоном збільшується на 15-20% щороку.

1. Сокол Т. Основи туризмознавства: Навч. пос. – К., 1999 р. – 77 с. 2. Гамоля Н. Good-bye, baby! // www.kontrakty.com.ua/ 3. Татарникова К. Обучение за рубежом // www.tourbus.ru/ 4. Любая В. Парки развлечений // www.tourbus.ru/ 5. www.ukrstat.gov.ua/ 6. Там само. 7. Там само. 8. Там само. 9. www.tourism.gov.ua/

ГЕОПРОСТОРОВА ОРГАНІЗАЦІЯ СЕКС-ТУРИЗМУ В СВІТІ

Поставлено проблему наукового вивчення геопросторового поширення секс-туризму та його інфраструктури з метою використання результатів дослідження в науково-пізнавальних і практичних цілях.

It is revealed the problem of scientific study of geospatial distribution of sex-tourism and his infrastructure with the purpose of the use of results of research in scientific-cognitive and practical purposes.

Постановка проблеми. Геопросторове дослідження об'єктивно існуючого явища є одним із завдань суспільної географії. Індустрія розваг включає в себе різноманітну безліч суспільних явищ. Секс-туризм за умов раціональної організації може приносити величезні прибутки. Геопросторове дослідження цієї об'єктивної даності дає змогу поставити питання і вирішити його в науковому вимірі. Виникнення і розвиток секс-туризму безпосередньо пов'язане з розвитком туризму взагалі, як складова і як певна мета відвідування (персонального).

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Спеціальних досліджень суспільної географії з цієї проблематики не було. Так чи інакше «індустрія» секс-туризму зустрічається як складова «індустрії» розваг в працях О.О. Бейдика, В.К. Бабарицької, О.О. Любіцевої, О.Ю. Малиновської та інших. Просторовим аспектам поширення даного явища не присвячено жодної суспільно-географічної праці.

Метою даного дослідження є: висвітлити деякі аспекти суспільно-географічного дослідження, функціональної структури однієї з умовно новітніх галузей суспільної географії, секс-туризму.

Виклад основного матеріалу. Секс-туризм як явище, з'явився відносно нещодавно, але його коріння сягає глибокої давнини. Сьогодні він розвивається швидкими темпами в зв'язку з трансформацією суспільства, збільшенням вільного часу, розвитком економіки та іншим рядом причин. Секс-туризм за своїм змістом досить великий і багатогранний.

Отже, секс-туризм (sex-tour) – це туризм, головною метою якого є участь в розвагах сексуального характеру.

Найрозповсюдженішими видами секс-туризму думку є свінг-, гей-туризм, проституція, нудизм, олімпіади та паради для секс-меншин в яких розрізняють три категорії учасників:

А. Тур для чоловіків в спеціальних цілях: для розваги з місцевими жінками, відвідування публічних закладів. Такі тури особливо популярні в Японії, та практикуються для військовослужбовців і вахтових працівників, рідко оголошуються відкритими.

В. Тур частіше замовлений, організований для молодих жінок, котрі відправляються на тижневий або ж на більш довготривалий період за кордон з

метою заробітку “давньою” професією, інколи поєднуючи з роботою в казино, ресторанах, готелях, розважальних шоу чи в стриптиз барах, тощо.

С. Тури для проведення спеціальних заходів та святкувань представників секс-меншин.

Учасники цього виду туризму відрізняються від більшості туристів своїм відношенням до світу та іншими критеріями, і тому переважна більшість секс-туристів не одружені, чоловіки в віці 25-40 років з високим рівнем доходів. Крім того, вони готові витратити тільки на себе і отримувати за свої гроші все і одразу.

Історичні відомості виникнення та розвитку секс-туризму, як такого, відсутні. Але передумови для його появи все ж є. До таких передумов можна віднести історичні факти, етнографічні дослідження, географічні відкриття, військові конфлікти.

Крім історичних передумов виникнення цього виду можна віднести наступні, більш сучасні фактори, а саме:

- Загальноекономічні
- Соціально-демографічні
- Фактори культурного і суспільно-психологічного характеру
- Особово-поведінкові

В зв'язку з цим в кожному регіоні та території світу притаманний свій набір видів секс-туризму.

В результаті все більшої соціальної терпимості та відкритості категорії людей з гомосексуальною орієнтацією в кінці 1990-х років сформувався новий напрям в галузі туризму – секс-туризм, точніше гей-туризм.

Найпопулярнішими містами та курортами серед даної категорії туристів являється: Лондон, Блекпул і Брайтон у Великобританії, Ібіца, Барселона, Мадрид, Ситжес, Майконос, Великі Канари і Торремолінос в Іспанії, а також більшість європейських столиць – Париж, Берлін, Прага, Амстердам, Рим, Відень. Третя сходинка за популярністю відноситься до Австралії, Таїланду та Куби.

Фахівці центру New York Gay and Lesbian Visitor Center оцінюють, що пари геїв в середньому здійснюють 4,5 подорожей в рік, в той час як «звичайні люди» - в середньому тільки одну поїздку. Інша організація The Tourism Industry Intelligence, ґрунтуючись на своїх оцінках, вказує на те, що щорічно від 5 до 25 млн. геїв і лесбіянок витрачають більше 10 млрд. дол. на продукцію, пов'язану з відпочинком. International Gay Travel Association (IGTA) є глобальною структурою зонтичного типу охоплюючи понад 1500 організацій геїв або організацій які співпрацюють з геями, 900 з яких базується в США. За оцінками IGTA, її члени тільки на авіаквитки витрачають понад мільярд доларів, а на інші покупки в області подорожей - майже 450 млн. дол.

Хоча геї-туристи, відвідуючи заходи на зразок Ігор геїв, складають меншість споживачів, вони, як правило, є гіперспоживачами, які не тільки витрачають більше, але і впливають на покупки своїх друзів, як геїв, так і решти людей і колег, створюючи тим самим неформальну, але дуже важливу підтримку для деяких продуктів, брендів і компаній.

Тому проаналізувавши, можна стверджувати, що описана група туристів є досить прибутковою і цінною для багатьох туристичних і не туристичних фірм котрі співпрацюють з даним споживачем.

Другим за популярністю можна вважати нудизм. Основними дистанціями для відпочинку такої категорії секс-туристів, як нудисти, являються наступні країни: Хорватія, Іспанія, Франція, Греція, Італія, Австрія, Німеччина, Чорногорія та інші. Справжній розквіт натуризму як суспільного руху почався тільки наприкінці XIX - початку XX століть. Цікаво знати, що у районі Гамбургу була придбана ділянка землі, що стала першою у світі базою натуристського відпочинку. Згодом, з неймовірною швидкістю почали відкриватись інші клуби натуристів в різних країнах світу. У Росії після революції навіть з'явилося радикальне товариство «Геть сором!». Делегації радянських нудистів на початку 20-х років були найбільш представницькими на міжнародних конференціях, і тільки Сталін своєю залізною й незламною волею зупинив голе свавілля.

Існує кілька міжнародних організацій натуристичного руху: Міжнародна федерація натуризма (INF), FKK (від німецького «культура вільного тіла»). Раз у два роки проводяться міжнародні конгреси натуристів.

Найчастіше нудистські пляжі на морських узбережжях (в Америці - все без винятку) перебувають у приватних володіннях - так спокійніше й державі, і самим нудистам. Щоб потрапити на такий пляж, потрібно або заплатити за вхід, або бути членом якої-небудь натуристської організації, що за кордоном коштує грошей (членські внески й т.п.).

Крім вище перерахованих видів досить добре розвинені свінг-туризм (Кіпр, Великобританія, Німеччина) та альфонсизм, який представлений відомим курортом для альфонсів в Італії.

Раніше згадані види досліджуваного туризму представляли групи туристів переважно з нетрадиційною орієнтацією. Змішаних групи туристів та просто пересічні громадяни надають перевагу таким видам подорожей як відвідування парадів, фестивалів та різноманітних закладів, що тяжіють до області сексу (музеї сексу, стрип-бари, публічні будинки тощо). Найбільш гучна «геївська» традиція – це «Pride parades» (паради гордості).

Згідно з вільним календарем парад проводить спеціальна Асоціація організації парадів гордості. Започаткували парад в 1972 році в Великобританії де і пройшов перший в світі «Парад гордості» для людей з нетрадиційною орієнтацією.

З кожним роком кількість учасників збільшується. Для прикладу, в першому параді взяли участь близько двох тисяч представників сексуальних меншин, а 2000 році в столиці Великобританії взяло участь вже більше ста тисяч.

Вуличне свято проходить в супроводі пісень та танців в костюмах в яких беруть участь також сторонні люди. Головна ціль параду – ще раз заявити про себе суспільству і відмітити досягнення меншинств в боротьбі за свої права, а також показати, що гомосексуалісти не тільки заважають, але й навіть допомагають учасникам бути щасливими та радіти життю.

Також великої популярності здобули «Gay games», свого роду Олімпійські ігри для геїв. Започаткував їх в 80-х роках американський спортсмен десятиборець, учасник олімпіади в Мюнхені Том Уодделл. Перші ігри пройшли в 1982 році в Сан-Франциско. В них взяло участь 1,350 чоловік.

Gay Games, як і Олімпіада, проходять кожні чотири роки для атлетів, які являються геями, лесбіянками, бісексуалами и транссексуалами, і вважаються найбільшою спортивно-фестивальною подією, прийняти участь в якому з'їжджається публіка зі всіх континентів. В програмі змагань близько 30 видів спорту, а також танці. Головний принцип: ніяких виключень і обмежень, в іграх може брати участь кожний охочий, незалежно від сексуальних переваг, віку, статі, етнічного походження, релігійних і політичних поглядів, стану здоров'я. Не перешкода і наявність СНІДу. Всі організаційні моменти, а також місце вибору наступних ігор бере на себе FGG (Федерація Гей-ігор).

Наступні ігри проходили в Сан-Франциско, Ванкувері, Нью-Йорку, Амстердамі і Сіднеї. В 1998 році в Амстердамі взяло участь 15 тисяч спортсменів з 68 країн, а на Гей-іграх в Сіднеї 2002 року, котрі проходили на площадках Олімпійських ігор 2000 року, прийняли участь 11 тисяч спортсменів. Наступна олімпіада пройшла в Чикаго в 2006 р. за участю більш ніж 12 тисяч атлетів понад ніж 100 країн світу. Наступні ігри проходитимуть в Кельні в 2010 р. в яких передбачають побачити 16 тисяч спортсменів.

Специфічними серед всіх видів секс-туризму є гедонізм та проституція. В першому випадку, місця для відпочинку та курорти відвідують тільки заможна частина туристів так, як гедонізм досить дорогий по відношенню до інших видів секс-туризму. Найкраще гедонізм розвинутий на Ямайці де створена готельна мережа: Гедонізм II і Гедонізм III. Різниця між ними в тому, що готелі Гедонізм II дозволено відвідувати дорослим туристам без обмеження у віці, а в готелях Гедонізм III встановлена межа – до 40 років. В другому випадку, проституція розвинена майже в кожній країні світу, але в кожній країні вона своєрідна. Наприклад, в Таїланді поширені всі види проституції, в Чехії – дитяча, в Південній та Східній Азії – священна проституція.

На основі вище викладеного можна виділити найбільш перспективні території секс-туризму;

- Європа (Нідерланди, Чехія, Франція, Іспанія, Данія, Хорватія тощо)
- Тихоокеанська Азія та Австралія (Таїланд, Японія, Філіппіни, Малайзія, Сінгапур, адмін. район Гонконг в КНР)
- Америка (Куба, США, Бразилія, Ямайка, Аргентина)

Але для кожної території, а особливо країни притаманний свій специфічний вид (види) секс-туризму.

Таким чином секс-туризм є привабливим з фіскальної точки зору галуззю світового господарства, яку широко експлуатують Швейцарія (до речі яка першою в світі ввела податок на додану вартість діяльності проституції), Франція, Греція, Данія, США, Німеччина, Нідерланди і яка реально розвинена в Україні (Київ, Одеса, Коктебель, Сімеїз).

За своїм потенціалом Україна не поступається за потенціалом Болгарії, Сербії, але недосконале законодавство і менталітет відпочиваючих не дозволяє цей вид бізнесу поставити на «промислові рейки».

Якщо Україна легалізує проституцію то: по-перше, буде розв'язана головна проблема проституції - венеричні захворювання. Адже у разі визнання повій професіоналками, у них з'являться не тільки права, але і обов'язки. Щоб бути профпридатною путани повинні будуть щомісячно проходити медогляд. По-друге, функції сутенера візьме на себе держава. Отже, доходи від прибуткового бізнесу надходитимуть також в казну держави. По-третє, з інституту посередників забираються нечисті на руку співробітники правоохоронних органів, які, шантажуючи повій залученням до кримінальної відповідальності, вимагають гроші і не тільки.

Висновки. Тому є сподівання, що секс-туризм буде сприйматися з іншої точки зору і не обмежуватиметься, оскільки ми живемо в ХХІ ст. де пута в економічному, політичному та релігійному житті розв'язані.

**О. Любіцева д-р геогр. наук,
Т. Шпарага канд. геогр. наук**

РЕГІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ МУЗЕЙНОЇ СПРАВИ В УКРАЇНІ

Розкрито особливості сучасної музейної діяльності в Україні. Проаналізовано структуру музейних закладів. Виділено регіони України з різним рівнем забезпеченості музеями. Окреслено напрямки оптимізації регіонального розвитку мережі музейних закладів в Україні.

The peculiarities of current museum activities in Ukraine are discovered. The structure of museum institutions is analyzed. The Ukrainian regions with different supply of museum services are defined. The directions of optimization of museum institute's regional development in Ukraine are proposed.

Постановка проблеми. Розвитку музейної діяльності на теренах України завжди приділялась увага з боку окремих колекціонерів, меценатів, громадських організацій та органів влади. Виникнувши як заклади колекціонування і зберігання коштовностей та старожитностей, музеї поступово перетворились на осередки культури та ідей просвітництва, а після утворення Радянського Союзу стали ареною політичної боротьби та пропаганди державної комуністичної ідеології. В наші часи музей набуває нового статусу як центр національної самосвідомості, автентичності, культурного і духовного відродження українства. Саме тому, дослідження регіональних аспектів розвитку музейної діяльності в нашій державі набуває особливої актуальності.

Ступінь вивченості. Проблемам дослідження музейних закладів України присвячено праці багатьох вчених. Зокрема, заслуговують особливої уваги

роботи Мезенцевої Г.Г., в яких подано цілісну та обґрунтовану картину формування й розвитку вітчизняного музеєзнавства, дано характеристику найбільш визначним музейним закладам. Музеї України, як складову рекреаційно-туристичних ресурсів розглядає у своїх працях О. О. Бейдик, географічні аспекти музеєзнавства розкрито в працях Стафійчука В. І., питанням формування „музеїв під відкритим небом” присвячені роботи М. Д. Гродзинського та О. В. Савицької. Значний внесок у розвиток українського музеєзнавства зробили Я. Новицький, А. Данилюк, М. Я. Рудинський та ін. Однак, комплексне географічне дослідження мережі музейних закладів в Україні та рівня забезпеченості населення послугами музеїв ще детально не проводилось.

Саме тому, об’єктом даного дослідження є мережа музейних закладів України, а предметом – особливості її регіонального розвитку та територіальної організації. **Метою даного дослідження** є аналіз особливостей формування та розвитку мережі музейних закладів України як складової соціального комплексу нашої держави. Конкретними завданнями дослідження є: аналіз профільної структури музейних закладів України, дослідження рівня забезпеченості музеями різних регіонів нашої держави та їх типізація, окреслення шляхів оптимізації регіонального розвитку музейної діяльності.

Виклад основного матеріалу. Сучасна Україна посідає доволі помітне місце серед країн Європи за загальною кількістю музеїв. За цим показником вона знаходиться на рівні з такими державами, як Норвегія, Румунія, Португалія. Частково така велика мережа музеїв перейшла у спадок від радянських часів, за яких музейна справа була однією з пріоритетних галузей культури на шляху до розбудови соціалістичного суспільства. Але, перш за все, музейні заклади нашої держави сформувались на основі багатої історичної, культурної і природної спадщини, яка має європейське, а, подекуди, і світове значення. За офіційними даними ЮНЕСКО, в Україні виділено 3 музейні та історико-культурні об’єкти, які віднесені до рівня світового значення [5]. Це: Національний архітектурно-історичний заповідник „Софія Київська” з собором 11 ст., Національний історико-культурний заповідник 11-19 ст. Києво-Печерська Лавра з Ближніми та Дальніми печерами 11 ст., а також історичний ансамбль міста Львова, який планується перетворити на своєрідний музей під відкритим небом. До списку всесвітньої спадщини не потрапили й інші визначні пам’ятки історії та архітектури, зокрема руїни Херсонесу та інших давньогрецьких міст на Кримському півострові, численні замки і фортеці на західній та південній Україні (в містах Хотин, Луцьк, Белгород-Дністровський, Кам’янець-Подільський тощо), унікальні природні об’єкти та національні парки Карпат, Криму, Швацьких озер та ін.

Проте, музейне будівництво в Україні продовжує розвиватись, незважаючи на всі труднощі пострадянської доби. Виникають та активно функціонують численні музеї, присвячені окремим історичним подіям з життя України та Східної Європи, забутим персоналіям, новим археологічним знахідкам. Здійснюється істотне упорядкування музейних колекцій, звільнення

музейної діяльності від політичних ідеологій та стереотипів, орієнтацій на європейську історію та культурні цінності.

Сучасна Україна переживає істотні зміни в культурно-мистецькому та духовному житті суспільства. Після відмови від комуністичної ідеології, що довгі роки насаджувалася в Радянському Союзі, незалежні держави СНД спрямували свої зусилля на відродження та зміцнення національних традицій, народної культури і мистецтва, відновлення втрачених й сплюндрованих історичних і духовних святинь, які протягом століть були символом національного єднання та гордості. Таким шляхом пішла й Україна. Особливо відчутні зміни на її теренах відбулись у формуванні комплексу закладів культурно-освітньої сфери.

З початком розвитку незалежної України було істотно переглянуто змістовне та ідеологічне наповнення закладів культури. Після призупинення діяльності Комуністичної партії та скасування законодавчих положень про її провідну роль в розвитку держави музейні заклади ідеологічної направленості було закрито або істотно перероблено в експозиційному відношенні. Так, припинили свою діяльність численні музеї В. І. Леніна, музеї революційних подій та діяльності партійних організацій, які розташовувались чи не у кожному обласному центрі України, а експозиції і фонди краєзнавчих та історичних музеїв позбулися застарілих методик формування та змістовного наповнення [3]. Єдиним типом музеїв, які не повністю позбавились радянської спадщини стали музеї Великої вітчизняної війни. Однак, їх експозиції все ж таки зазнали певних змін в напрямку висвітлення історичної правди про військові дії в різних містах і селах України, яка стала доступною на основі документів та хронікальних матеріалів, що були розсекречені Урядом України.

В період незалежності України основні зусилля музейних закладів почали спрямовуватись на відновлення історичної пам'яті українців, їх національної ментальності, духовності і культури. Так, на місці колишніх музеїв атеїзму або музеїв, в яких зберігались історичні церковні цінності, було відкрито музеї ікони, музеї дзвонів, стародруків та ін., робота яких вже не ґрунтувалась на атеїстичному світогляді. Найбільш визначними з них є Музей історичних коштовностей України, Музей дзвонів та Музей ікони в Києві, Музей Волинської ікони в Луцьку, музеї церков на Чернігівщині. Більшість православних храмів, які використовувались не за призначенням, було повернуто Християнській Церкві, зруйновані святині почали відбудовуватися та відновлюватися.

Численні краєзнавчі музеї, які особливо поширені в центральній та західній Україні, почали провадити серйозну роботу із колекціонування та зберігання предметів національної самобутності краю. Вони досліджують особливості історичного одягу місцевості, знарядь праці, національних пісень та музичних інструментів, займаються відродженням ковальського, гончарного, декоративно-прикладного мистецтва та народних художніх промислів. Є музеї історії і культури окремих етнічних груп народів України, наприклад музей „Лемківська садиба” на Закарпатті, Музей народного мистецтва Гуцульщини та Покуття в м. Коломия, музей народного мистецтва і побуту Гуцульщини в м. Косів,

краєзнавчий музей „Бойківщина” в м. Долина, музей "Сокальщина" у Червонограді.

Значна кількість сучасних музеїв присвячена видатним постатям української історії і культури, спадщина яких була невідома чи заборонена за радянських часів. Серед них можна назвати Музей-садибу Михайла Грушевського в с. Криворівня та музей у Львові, Музей Олекси Довбуша в м. Івано-Франківськ, музеї С. Бандери в с. Старий Угринів та в с. Воля Задеревацька, Літературно-меморіальні музеї Марка Черемшини та Василя Стефаника в м. Снятин, Музей сакральної скульптури XVIII ст. "Творчість Івана Пінзеля" у Львові, Музей "Філікі Етерія" в Одесі та багато інших.

Новий погляд на особистостей української і світової історії, позбавлений ідеологічних норм, пропонують музей Тараса Шевченка, музей М. О. Булгакова в Києві, музей Петра Сагайдачного на Львівщині, музей сестер Цвєтаєвих у Феодосії, Музей Івана Франка в с. Криворівня, музеї С. С. Прокоф'єва та В. І. Немировича-Данченка на Донеччині, музей В. Короленка у Житомирі, Музей космонавта О. Можайського в містечку Вороновиця Вінницької області.

В Україні з'явився ряд музеїв, які висвітлюють трагічні сторінки сучасної історії. Серед них - музей Чорнобилю та музей героїв Афганістану в Києві, Музей генерал-хорунжого УПА Романа Шухевича у Львові, Музей "Молотківська трагедія" в с. Молотків Тернопільської області, Музей переслідуваної церкви в м. Бережани тощо.

Значною подією стала поява музеїв, присвячених невідомим раніше візирцям української культури та мистецтва. Серед них: Музей "Літературна Немирівщина" в м. Немирів, Вінницької області, Будинок-музей кінофільму „Тіні забутих предків" в містечку „Верховина", численні літературно-меморіальні музеї на Львівщині, Івано-Франківщині тощо.

Однак, не всі ще сторінки української історії висвітлені детально. Так, й до цього часу немає змістовного музею, присвяченому діяльності ОУН-УПА (його лише збираються відкрити в м. Луцьку на Волині), немає музею, присвяченому подіям 1917-1919 рр. та проголошенню незалежності України, музею голодомору 1932-1933 рр. Багато ще видатних постатей, культурних та мистецьких діячів України, широко відомих за кордоном, залишились поза увагою. Не мають спеціалізованих музеїв академік Володимир Вернадський, авіаконструктор, винахідник гелікоптерів Ігор Сікорський, видатний хімік Теодор Добржанський, танцівник Серж Лифар та співак і композитор Олександр Вертинський, географ та етнограф Степан Рудницький, економісти Антін Синявський та Туган-Барановський, відомі усьому християнському світу діячі Православної церкви та багато інших. Проте, Україна має значні резерви розвитку мережі музейних закладів, особливо на територіях, багатих історичними та культурними подіями. Активізація музейної діяльності на цих землях є найбільш актуальним завданням культурного та духовного відродження України цього часу.

В нашій країні переважають музейні заклади краєзнавчого профілю (36%) та історико-архітектурного змісту (29%) (рис. 1). Саме вони почали активно виникати на тернах України ще з часів Російської Імперії (на основі

архітектурно-історичних пам'яток давніх слов'янських міст Київщини, Чернігівщини, Поділля, а також на основі давньогрецьких колоніальних поселень в Криму та Причорномор'ї). Розвиток краєзнавчих музеїв припадає на другу половину 20-х років нашого сторіччя. В цей час, як зазначалось, музеї створювались у великих та малих населених пунктах з метою пропаганди радянського способу життя та комуністичної ідеології [3;4]. В наш час, їх фонди та експозиції зазнали істотного переосмислення і краєзнавчі музеї почали виконувати ті завдання, до яких й були покликані з дня заснування.

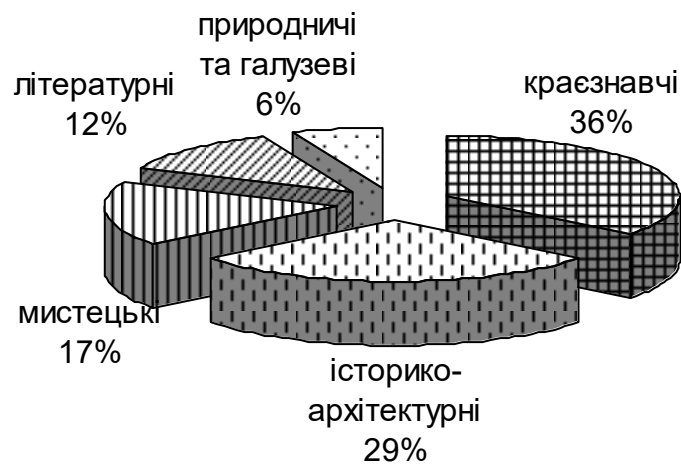


Рис. 1. Мережа музейних закладів в Україні

Суттєву частку в мережі музейних закладів в Україні складають літературні та мистецькі музеї (відповідно 12 та 17%). Вони поширені переважно у великих містах в центрі та на сході, малих містах і містечках на західній Україні, що багаті на свою історичну спадщину, а також у поселеннях чорноморського узбережжя та Криму. Це головним чином меморіальні музеї видатних письменників, літераторів, а також художників, митців, скульпторів та композиторів, які жили та працювали на території України в різні часи. Якщо раніше серед літературно-мистецьких музеїв переважали заклади, присвячені постатям відомих українських та російських митців, то зараз все більше з'являється музейних закладів, що висвітлюють сторінки життя польських, румунських, болгарських та інших європейських діячів в Україні. Переважна їх кількість сконцентрована на Львівщині, Івано-Франківщині, Волині та в Закарпатті.

В Україні сформувалась недостатня кількість музеїв природничого та галузевого профілю. Питанню їх створення за радянських часів не приділялось достатньої уваги, а в умовах незалежної України основні акценти зроблені на відновленні історико-культурних пам'яток нашої держави. Проте, Україна володіє унікальними пам'ятками природи, які можуть бути використані для розбудови „музеїв під відкритим небом”. Це – найбільш мальовничі куточки нашої країни: Кримські гори, карпатські полонини, Шацькі озера, український степ та інші землі, що мають унікальні з естетичної та науково-прикладної точки

зору ландшафти. Їх попередньому вивченню та аналізу перспектив розвитку музейної справи і туризму вже присвячено ряд робіт українських географів [2], однак детальна розробка питання залишається перспективною.

Упорядкування та розвитку потребують й кабінетні природничі музеї. Завданням сучасності є перегляд та поповнення їх колекцій, розвиток науково-просвітницької діяльності, застосування передових технологій мультимедіа та Інтернет для посилення науково-освітнього ефекту.

Музеї галузевого профілю сформувались в індустріальних районах України. До них належать музеї історії окремих шахт та гірничої справи Донбасу, музеї великих промислових підприємств (Дніпровського металургійного заводу імені Петровського, ВАТ „Азот”, музей історії промисловості України в Донецьку), а також музеї окремих галузей господарства (аптеки-музеї у Львові та в Києві, музеї виноградарства та виноробства в Києві, Масандрі, Інкермані) тощо. Їх виникнення пов’язане з реформуванням колишніх виставок досягнень народного господарства, а також з перетворенням складів та фондів окремих промислових підприємств на музейні заклади. Ця практика набула значного поширення серед країн Європи та в Сполучених Штатах. Її слід усіляко підтримувати та розвивати.

Зупинимось на регіональному розвитку мережі музейних закладів в Україні. Як свідчать офіційні дані, взяті із статистичних щорічників окремих регіонів України (рис. 2), в Україні на цей час діє 412 музеїв різного профілю. Найбільшою їх кількістю відрізняється місто Київ (32 музеї), а також Харківська, Чернігівська, Черкаська, Полтавська, Вінницька області (25-28 музеїв). Цілком очевидно, що столичні міста (Київ і колишня столиця Харків) матимуть найбільшу кількість музейних закладів, оскільки їх територія та навколишні землі багаті на історичні події, відомих діячів історії та культури. Приблизно однаковий рівень розвитку мережі музейних закладів спостерігається у зазначених вище областях центральної України, які максимально наближені до столичних центрів та протягом історичного періоду приділяли багато уваги розвитку культурно-освітньої сфери. Це стосується Вінниччини, Чернігівщини, Полтавщини, що зберегли свої пам’ятки старовини та мають на своїй території багато історичних місцевостей та пам’ятних подій [1].

До другої групи регіонів України потрапили індустріально розвинені території Донецької, Запорізької, Кіровоградської областей (19-23 музеї), а також території, багаті на природну та історичну спадщину (Республіка Крим, Львівська, Івано-Франківська, Тернопільська та Київська області).

Перша підгрупа регіонів зазнала значних темпів промислового розвитку, який з одного боку сприяв формуванню мережі культурно-освітніх закладів на базі поширення урбанізації та міського способу життя, а з іншого боку призвів до істотного зниження показників відвідуваності музеїв. Крим та регіони західної України потрапили до другої підгрупи через недостатній розвиток музейної справи за радянських часів. Однак, в сучасних умовах, саме ці території займають перші місця в Україні за інтенсивністю ведення музейної діяльності та кількістю нових відкритих музеїв.

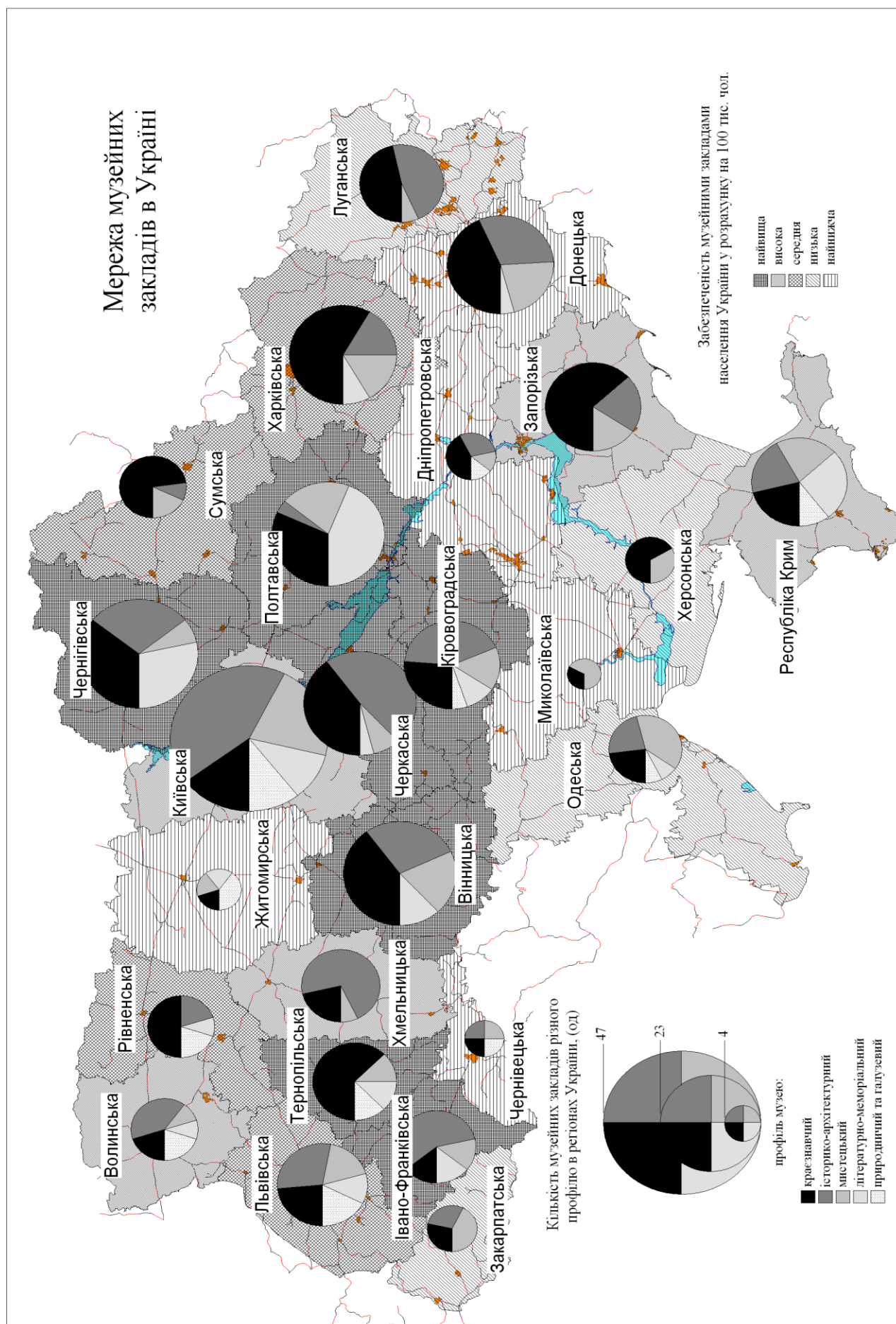


Рис. 2. Рівень забезпеченості музейними закладами регіонів України

Отже, якщо ці тенденції збережуться, більшість з них скоро зможе зайняти більш високі позиції щодо розвитку мережі музейних закладів.

Третю групу областей України складають Волинська, Рівненська, Сумська, Одеська, Хмельницька, Луганська області. В кожній з них знаходиться від 10 до 15 музеїв. Це регіони перебувають у стадії активізації музейної діяльності. Вони багаті на історичні події та культурну спадщину (Волинська, Рівненська, Сумська області), на визначні пам'ятки природи, літератури і мистецтва (Одеська, Хмельницька області), тому отримали значний потенціал свого розвитку. Однак, музейна діяльність гальмується недостатнім рівнем соціально-економічного розвитку більшості областей, а також відсутністю належної розробки програм з формування закладів соціально-культурної сфери (у випадку Одеської та Луганської областей). Ці регіони потребують залучення додаткових коштів та значних інвестицій у розвиток розбудови музейних закладів.

І, нарешті, мінімальні показники кількості музейних закладів в Україні, мають Дніпропетровська, Миколаївська, Херсонська, Чернівецька, Закарпатська, Житомирська області. На території цих областей функціонує менше 10 музеїв, а в Миколаївській області – всього 3 музеї. Ці території вимагають негайної державної підтримки та розробки комплексної програми розвитку мережі соціально-культурних закладів, яка б сприяла підвищенню загального рівня музейного обслуговування населення. Особливо актуальним це питання є для урбанізованої та промислово розвиненої Дніпропетровської області, на території якої знаходиться всього 7 музеїв державного значення.

Отже, в мережі музейних закладів України помітні значні диспропорції. Вони ще більш посилюються при регіональному аналізі галузевої структури музеїв. Так, музеї краєзнавчого профілю найбільш поширені в центральній та східній Україні (Вінницька, Донецька, Тернопільська, Черкаська, Чернігівська, Запорізька та Харківська області). В західних областях та на півдні їх кількість недостатня. Історико-архітектурні музеї розвиваються на Київщині, Черкащині та на Поділлі, Водночас на півдні нашої держави є території, де ці заклади взагалі відсутні (Миколаївська, Херсонська області), хоча ці регіони володіють усіма необхідними для цього ресурсами. Мистецькі та літературні музеї поширені на Київщині, Полтавщині, Вінниччині, Чернігівщині та в Криму. Останнім часом їх мережа швидко розвивається й на західній Україні. Нарешті, найбільша кількість природничих та галузевих музеїв знаходиться в Києві, а також у Львівській області і на Донбасі. Проте, майже половина регіонів України взагалі не мають жодного музею цього типу.

На завершення, розглянемо рівень забезпеченості музейними закладами населення України у розрахунку на 100 тис. чол. Найвищі його показники спостерігаються у всіх пристоличних областях України (Чернігівській, Черкаській, Полтавській, Вінницькій), а також в Кіровоградській, Івано-Франківській та Тернопільській. Перша підгрупа областей отримала високі показники через значний розвиток музейної справи, що обумовлено наближенням до Києва, як історичного та культурного центру світового значення, а друга підгрупа – через незначну кількість мешканців на тлі загальної доволі високої щільності музейної мережі.

Київська область разом м. Києвом відноситься до другої групи областей України з високим рівнем забезпеченості музейними закладами. Причиною того, що ці території не потрапили до першої групи стала надмірна концентрація населення у м. Києві та міській агломерації. Тому, показники кількості музеїв у розрахунку на 100 тис. чол. в столичному регіоні виглядають доволі скромно. До високого рівня забезпеченості музеями також потрапили Запорізька, Хмельницька, Волинська області та Республіка Крим. Західні та південні регіони цієї групи володіють значними показниками розвитку музейної діяльності, мають унікальну історико-культурну спадщину. До того ж, їх потенціал активно розвивається, постійно виникають нові музеї, присвячені висвітленню забутих подій та постатей історичного минулого нашої держави.

Третю групу областей України з середнім рівнем забезпеченості музеями складають Харківська, Львівська, Сумська та Рівненська області. Перші дві з них отримали невисокі показники через доволі високу концентрацію населення, від якої істотно відстає розвиток культурно-освітніх закладів, а останні – через відносно низький рівень розвитку музейної справи.

До четвертої групи недостатнього забезпечення музеями відносяться такі області: Луганська, Закарпатська, Одеська та Херсонська області. Ці регіони утримують дуже незначну кількість музеїв з огляду на історичні фактори та особливості господарського розвитку. На Луганщині пріоритетним завданням державної регіональної політики завжди була активізація промислового виробництва, що мало істотний негативний вплив на формування культурно-освітнього комплексу. Райони Причорномор'я та Закарпаття мають у своєму складі низько урбанізовані, переважно новоосвоєні (або важкодоступні у останньому випадку) території, які завжди мали недостатній рівень розвитку соціальної сфери.

Мінімальні показники забезпеченості населення закладами музейного типу характерні для Донецької, Чернівецької, Житомирської, Миколаївської та Дніпропетровської областей. Донеччина отримала їх через значну концентрацію населення і вкрай недостатню увагу до розвитку закладів культури і мистецтва, південна Україна – через причини, окреслені вище. Ці регіони, як вже зазначалось, потребують негайного державного втручання та активізації розвитку соціального комплексу, формування широкої мережі культурних закладів різного типу. Завдання з вирівнювання регіональних диспропорцій є найбільш актуальними для розвитку музейної і туристичної діяльності України цього часу.

Висновки. Для України залишається актуальною проблема розвитку музейної справи і мережі музеїв, незважаючи на те, що за часів незалежності багато зроблено з розбудови музейної справи і її спрямування на формування національної свідомості і розуміння власної історії та культури, свого місця в світі. В той же час розбалансованою залишається структура музеїв. Спостерігається значна диференціація в розвитку мережі музеїв серед регіонів України, що негативно впливає на соціально-культурні показники рівня життя населення, зокрема, відвідуваність музеїв. Музеї були і залишаються осередками збереження матеріальної та духовної спадщини українського народу,

просвітництва, виховання патріотизму, підвищення культурного рівня населення і їх розвитку слід приділяти більше уваги. Музейна справа в країні потребує подальшого розвитку та удосконалення територіальної організації задля підвищення ефективності музейної справи та використання музеїв в туризмі як унікального ресурсу.

1. Бейдик О.О. Рекреаційно-туристські ресурси України: Методологія та методика аналізу, термінологія, районування. - Київ: Київський університет, 2001. – 395 с. 2. Гродзинський М.Д., Савицька О. В. Естетика ландшафту: Навчальний посібник. - Київ: Київський університет, 2005. – 183 с. 3. Мезенцева Г.Г. Музеєзнавство. - Київ: Вища школа, 1980. – 120 с. 4. Мезенцева Г.Г. Музеи Украины. - Киев, 1959. – 177 с. 5. O'Neill T. Saving places // National Geographic Magazine. – 2002. – vol. 202. – No. 4. – P. 58-73.

Л. Баранова, інж.

ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНА СФЕРА КИЇВСЬКОЇ ОБЛАСТІ ЯК СКЛАДОВА ГОСПОДАРСЬКОГО КОМПЛЕКСУ: СУЧАСНИЙ СТАН, МОЖЛИВОСТІ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

У статті розкрито сучасний стан, можливості, тенденції та перспективи розвитку туристично-рекреаційної сфери Київської області.

In the article the modern stage, possibilities, tendencies and perspectives of the tourist-recreational sphere of Kyivan region are presented.

Постановка проблеми. Сьогодні у світі туризм є однією з найприбутковіших і найважливіших галузей господарського комплексу. Нині туризм справедливо називають важливою складовою позитивних зрушень в економіці, соціально-культурному житті України. Він все більше займає пріоритетні позиції в стратегії розвитку української держави та суспільства.

Виклад основного матеріалу. Сприятливі кліматичні умови Київської області, значні рекреаційні ресурси, зокрема наявність запасів мінеральних вод, лісів, численних водних об'єктів та культурно-історичних пам'яток, сприяли формуванню в регіоні рекреаційного комплексу, що складається з санаторно-курортного господарства й туризму.

Розвиток туристично-рекреаційної сфери впродовж останніх років характеризується динамічним зростанням основних показників розвитку галузі та обсягів наданих і спожитих послуг.

Послугами туристичних організацій у 2005 р. скористалося 19,4 тис. осіб, що в 1,4 рази більше, ніж у 2000 р. та на 31,9% менше порівняно з 2004 р. Понад 93% туристів відвідували область з метою відпочинку, дозвілля та спортивно-оздоровчого туризму, 6,1% туристів – з метою лікування, хоча лише 0,7% – у службових справах та бізнес-навчання. Загальна кількість екскурсантів порівняно з 2002 р. збільшилось в 1,6 разів, а – з 2000 р. – зменшилось в 1,5 рази,

склавши 63,5 тис. чол. Частка виїзного туризму у 2005 р. становила 22,2% від загального обсягу послуг, частка іноземних (в'їзних) туристів – 0,9%, внутрішніх туристів – 76,9%. Спостерігалось зростання обсягів внутрішнього туризму порівняно з 2000 р. в 1,2 рази до 14,9 тис. осіб. Кількість громадян, які виїжджали за кордон, збільшилась в 4,5 разів і склала 4,3 тис. осіб.

Санаторно-курортний комплекс нараховує 120 курортно-рекреаційних закладів, їх ємність у місяці максимального розгортання становила 14,5 тис. ліжок, що на 29,6% менше від показника 2000 р. та на 38,3% – порівняно з 1995 р. У 2005 р. функціонувало 22 санаторіїв та пансіонатів з лікуванням на 3,6 тис. місць, 3 будинки відпочинку на 0,1 тис. місць, 4 санаторіїв-профілакторіїв на 0,33 тис. місць, 91 баз відпочинку на 10,5 тис. місць. Спостерігалось зменшення порівняно з 1995 р. як кількості закладів, так і ліжок у всіх структурних підрозділах галузі, яке відбувалося за рахунок модернізації оздоровчих закладів. Так, загальна кількість санаторно-курортних закладів тривалого перебування скоротилась на 28,2%, кількість місць у них – в 1,6 рази. Провідними рекреаційними регіонами області залишаються Ворзель, Ірпінь, Конча-Заспа, Миронівна, Клавдієво-Тарасове, Буча.

У 2005 р. оздоровчою діяльністю займалося 15 дитячих санаторіїв на 2,4 тис. ліжок. Одним з найбільш масових та доступних видів організованого відпочинку школярів є проведення літніх канікул в оздоровчих таборах. Влітку 2005 р. школярів приймали 390 дитячих оздоровчих таборів (в тому числі 14 позаміських) на 4,0 тис. місць, де відпочило 42,3 тис. дітей та підлітків, більш ніж кожен четвертий відпочивав поза містом (таб. 1).

Особливості процесу функціонування та розвитку рекреаційної сфери й туризму пов'язані з позитивними і негативними факторами соціально-економічного розвитку області.

До позитивних чинників подальшого розвитку туристично-рекреаційної сфери регіону слід віднести вигідне географічне положення; сприятливі природні рекреаційні ресурси для відпочинку і лікування населення та історико-культурні ресурси; висококваліфікований кадровий потенціал; наявну мережу об'єктів оздоровлення і відпочинку та прийому рекреантів і приїжджих.

Київська область має значні природні рекреаційні ресурси, зокрема поєднання різних рослинних угруповань, наявність численних водних об'єктів, а також джерел мінеральних вод (радонових – Миронівна, Біла Церква, хлоридно-натрієвих, лікувально-столових та столових – київська, броварська, бориспільська, курортна, оболонська, березанська та ін.), багатство культурно-історичних пам'яток. Заклади відпочинку розташовані головним чином у курортних зонах: курорти – Біла Церква, Ворзель, Ірпінь, Конча-Заспа, Миронівка; курортні місцевості – Пірново, Лютіж, Клавдієво-Тарасове, Буча.

Численні об'єкти туризму зосереджені в містах Біла Церква, Бровари, Ірпінь, Обухів, Переяслав-Хмельницький, Фастів. Територію області проходять 9 планових туристських маршрутів.

В області налічується 85 територій та об'єктів природно-заповідного фонду (загальною площею 79,1 тис. га), у т. ч. загальнодержавного значення: Дніпровсько-Тетерівське та Заліське заповідні лісомисливські господарства,

лісові Дзвінківський заказник і Жуків Хутір, ландшафтні Дніпровсько-Деснянський і Ржищівський заказники, орнітологічний Жорнівський заказник, гідрологічні Іллінський та Усівський заказники, пам'ятка природи урочище Бабка, дендрологічний парк Олександрія та парки-пам'ятки садово-паркового мистецтва Згурівський (заснований у II-й половині 19 ст.) та Кагарлицький (заснований у середині 19 ст.); місцевого значення: 17 заказників, 35 пам'яток природи, 8 парків-пам'яток садово-паркового мистецтва, 12 заповідних урочищ.

Таблиця 1.

Організований оздоровчий відпочинок і туризм Київської області

Показник	1995	2000	2001	2002	2003	2004	2005
Кількість санаторно-курортних закладів тривалого перебування, од.	171	157	150	139	129	125	120
У них ліжок, тис.	23,5	20,6	20,0	19,5	18,4	15,8	14,5
оздоровлено осіб, тис. чол.	76,3	77,1	77,6	79,4	78,8	79,0	
В тому числі:							
санаторії та пансіонати з лікуванням	22	20	16	14	14	23	22
у них ліжок, тис.	3,3	3,0	3,0	2,8	3,0	4,0	3,6
оздоровлено осіб, тис. чол.	24,2	27,0	29,8	32,0	33,7	34,0	
санаторії-профілакторії	9	6	5	5	5	4	4
у них ліжок, тис.	0,7	0,5	0,4	0,7	0,9	0,35	0,33
оздоровлено осіб, тис. чол.	8,8	2,9	3,0	3,5	3,6	3,6	
будинки та пансіонати відпочинку	5	6	6	3	3	3	3
у них ліжок, тис.	0,5	0,7	0,8	0,2	0,2	0,1	0,1
оздоровлено осіб, тис. чол.	2,9	2,7	2,6	1,0	1,1	1,1	
бази відпочинку	131	116	113	107	98	95	91
у них ліжок, тис.	18,1	14,0	13,3	13,1	12,0	11,4	10,5
оздоровлено осіб, тис. чол.	39,1	30,2	28,4	29,1	27,8	28,0	
Кількість дитячих оздоровчих таборів, які працювали влітку, од.	134	200	94	69	136	338	390
У них місць, тис.	7,7	4,3	4,2	4,2	4,3	3,8	4,0
оздоровлено дітей, тис. чол.	25,9	23,0	18,1	18,8	22,5	41,5	42,3
Кількість готелів та інших місць короткотермінового проживання, од.	56	46	46	44	38	40	
Одноразова місткість підприємств готельного господарства, тис. місць	3,4	2,7	2,6	2,6	2,4	2,5	
Кількість туристів, обслугованих суб'єктами туристичної діяльності, тис. чол.	...	13,6	48,5	53,7	48,0	28,5	19,4
В тому числі:							
іноземних туристів	...	0,1	0,4	0,5	1,6	1,0	0,2
населення, охопленого внутрішнім туризмом	...	12,6	42,0	40,1	26,4	19,6	14,9

Туризму властиво багато серйозних проблем і протиріч, серед яких: «ножиці» між ще досить низькою платоспроможністю переважної більшості населення і дорожнечою рекреаційних послуг, розрив між стрімко зростаючими вимогами клієнтів і невисоким рівнем матеріально-технічної бази розміщення, харчування, транспортних перевезень, технологій обслуговування, кваліфікації персоналу.

Також до негативних чинників, які впливають на комплексний розвиток санаторно-курортного оздоровлення населення та перетворення області на туристично-екскурсійний центр потребують вирішення на державному рівні, належать:

- структурна перебудова санаторно-курортного комплексу, застосування принципово нових підходів і методів, принципів і пріоритетів керівництва галуззю;
- раціональне, комплексне використання природних лікувальних ресурсів;
- невідповідність якісних характеристик (у т. ч. рівня комфортності) та організаційно-економічних механізмів функціонування рекреаційної і туристичної інфраструктури, в т. ч. готельного господарства міжнародним нормам і стандартам;
- низький рівень маркетингових досліджень у сфері санаторно-курортної та туристсько-екскурсійної діяльності, слабкість її інформаційно-рекламного забезпечення на внутрішньому й особливо зовнішньому ринках, недоліки територіальної організації туристсько-екскурсійних маршрутів та інформаційної інфраструктури.

Метою розвитку туристично-рекреаційної сфери на перспективу є забезпечення комплексного вирішення пріоритетних проблем розвитку курортів та основних туристичних центрів, подальше зміцнення туристсько-екскурсійного й санаторно-курортного обслуговування, досягнення європейського і світового визнання якості рекреаційних ресурсів і послуг, розширення асортименту рекреаційних і туристичних послуг, створення матеріально-технічної і кадрової бази, необхідної для формування як на державному, так і міжнародному ринку конкурентоспроможних рекреаційних і туристичних послуг [1].

Пріоритетні заходи щодо підвищення ефективності функціонування (зокрема, прибутковості) рекреаційної сфери, розвитку внутрішнього і в'їзного туризму та готельного господарства повинні включати:

- стимулювання підприємницької активності в згаданих видах економічної діяльності, цільове залучення ресурсів цих суб'єктів господарювання на виконання програм розвитку рекреаційної сфери та туризму, розширення мережі об'єктів дозвілля і відпочинку, реставрації історико-культурних пам'яток;
- впровадження гнучкого стимулюючого податкового механізму, зокрема податкових пільг для інвесторів, які гарантують розбудову та довгострокові вкладення в туристично-готельну й санаторно-курортну індустрію (наприклад, у створення готельних комплексів світового рівня, реконструкцію та модернізацію

готельного господарства за міжнародними стандартами), в тому числі звільнення від оподаткування частини прибутку рекреаційних підприємств, використаної на покращення їх матеріально-технічної бази;

- проведення реконструкції та модернізації санаторно-курортних, відпочинкових і туристичних закладів, а також автомобільних доріг до рекреаційно-туристичних центрів, створення інфраструктури розвитку автотуризму (зокрема, об'єктів автосервісу, закладів ресторанного господарства та торгівлі), яка за рівнем функціонування наближалася б до міжнародних стандартів;

- здійснення науково-обґрунтованого зонування території за показниками рекреаційної місткості відповідно до норм антропогенного навантаження на ландшафт;

- розроблення генеральних планів та схем забудови курортів і туристичних центрів;

- вдосконалення механізмів контролю за дотриманням стандартів надання туристсько-екскурсійних, санаторно-курортних і готельних послуг, подальша сертифікація підприємств рекреаційної сфери;

- нормативне регулювання цінової політики на засадах співвідношення ціна-якість, стимулювання пільгової тарифікації екскурсійного і транспортного обслуговування, розміщення та харчування організованих груп туристів і відпочиваючих (насамперед дитячих і молодіжних);

- посилення загальнодержавної і міжнародної реклами місцевих рекреаційних ресурсів регіону та відповідних послуг;

- формування розгалуженої мережі екскурсійно-інформаційних пунктів, впровадження нових туристичних маршрутів і тематичних екскурсійних програм;

- створення єдиної інформаційної системи з повним банком даних переліку туристичних і курортних послуг (маршрутів, об'єктів, закладів, природно-рекреаційних ресурсів, історико-культурних пам'яток, транспортного забезпечення та інших послуг, у т.ч. із зазначенням цін), а також порталів в інформаційному просторі Інтернет;

- вдосконалення системи підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації працівників рекреаційної сфери й туризму.

У перспективі, спираючись на стан та особливості розвитку сфери рекреаційного обслуговування населення, спостерігатиметься динамічне нарощування кількості закладів оздоровлення та відпочинку населення, туризму, збільшення їм потужності, як наслідок – зростання кількості оздоровлених й обслугованих осіб та обсягів наданих їм послуг.

Також значно зміцниться матеріально-технічна база сфери туризму, покращиться комфортність готельного господарства. Одноразову місткість підприємств готельного господарства передбачається збільшити в 1,2–1,3 рази і довести до 2,8–3,0 тис. місць, що дозволить обслужити 135–145 тис. приїжджих. Найбільша кількість готелів (всього 47–50 од.) функціонуватиме у м. Біла Церква (8–10), в Обухівському (6–8) та Переяслав-Хмельницькому (5–8) районах.

Створення нового іміджу українського турпродукту, конкурентоспроможного в нашій державі та за кордоном, підтримка малого та середнього бізнесу в туристичній сфері, поліпшення якості та доступності рекреаційних і туристичних послуг зумовлять зростання кількості туристів до 75–80 тис. осіб, тобто в 1,6–1,7 разів. Контингент туристів, охоплених внутрішнім туризмом, досягне 43–45 тис., склавши 57,3 - 56,3% у структурі туристського контингенту. Внаслідок поступального розвитку міжнародного співробітництва у сфері туризму кількість іноземців, які відвідуватимуть область, зросте в 2,5–3,1 рази до 4–5 тис. осіб, громадян, які виїжджатимуть за кордон, – в 1,4–1,5 разів до 28–30 тис. осіб. Кількість екскурсантів досягне 80–85 тис. осіб, збільшившись в 1,3 рази [3].

У Київській області наявні всі умови для розвитку як внутрішнього, так і міжнародного туризму різних видів і форм. Доцільні види туризму: культурно-пізнавальний, розважальний, лікувально-оздоровчий, екологічний, етнічний, промисловий, спортивний (пішохідний, кінний, водний тощо), діловий, конгресний, науковий. Широкий спектр можливостей використання наявного потенціалу сприяє регулюванню сезонних коливань попиту. Найбільш перспективними видами рекреаційної діяльності будуть довгостроковий відпочинок та санаторно-курортне оздоровлення, спортивно-оздоровчий туризм, лікування, дозвілля та відпочинок (можлива ємність 80–85% загального контингенту туристів); туризм діловий, службовий, бізнес-навчання (20–15%); культурно-пізнавальний (у тому числі з метою відвідання театрів, музеїв, спортивних і фестивальних заходів, урочистих свят тощо) та екскурсійна діяльність [2].

Великі перспективи має розвиток у регіоні рекреаційного та готельного господарства. Необхідно провести реконструкцію і ремонт існуючих санаторіїв та пансіонатів, ліквідувати старі, непридатні для використання бази відпочинку, готелі та інші місця короткотермінового проживання і використати вивільнені площі узбережжя для будівництва сучасних рекреаційних і туристичних комплексів. Тобто, зусилля повинні бути зосереджені на розвитку зони відпочинку та оздоровлення населення, де слід розвивати всі елементи інфраструктури, що сприяють охороні та раціональному використанню природно-рекреаційних територій. Розвиток туристично-рекреаційного комплексу регіону сприятиме збільшенню надходжень до бюджетів усіх рівнів, підвищенню рівня збереження історико-культурної спадщини та обслуговування населення.

Висновки. Отже, розвиток туристично-рекреаційної сфери Київської області має значні можливості та перспективи. Туризм спроможний дати важливий імпульс для соціально-економічного розвитку як регіонів, так всієї держави. Адже на зламі тисячоліть туризм став явищем, що увійшло у повсякденне життя майже третини населення планети, а вітчизняний туризм є невід’ємною складовою світової туристичної галузі.

1. *Карягін Ю.О.* Перспективи розвитку туризму в Україні в умовах ринкових відносин // Розвиток масового харчування, готельного господарства і

туризму в умовах ринкових відносин: Зб. наук. праць.- Київ: Київський державний торговельно-економічний ун-т, 1996.- С.49-53. 2. *Науменко Г.П.* Проблеми розвитку внутрішнього туризму в Україні // Внутрішній туризм в Україні: окремі аспекти. Зб. статей.- К.: 2002.- С.5-13. 3. *Програма розвитку туризму на 2003-2010 роки.*

О. Любіцева д-р. геогр. наук
С. Романчук канд. геогр. наук

САКРАЛЬНИМИ ОКОЛИЦЯМИ КИЄВА (МАТЕРІАЛИ ДО ЕКСКУРСІЙ ПО ПІВДЕННО-ЗАХІДНІЙ ОКОЛИЦІ: ГОЛОСІЄВО)

Надається характеристика Голосіївського лісу, Китаєвської, Голосіївської, Феофанійської пустиней як об'єктів екскурсійного показу та паломництва.

Description is given to the Golosiyevo Wood, Kitayevo, Golosiyevo, and Feophania wastelands treated as excursion and demonstration sites and pilgrimage destinations.

Актуальність обраної тематики ґрунтується на необхідності урізноманітнення туристсько-екскурсійної пропозиції. В основі диверсифікації пропозиції на туристсько-екскурсійному ринку лежить розробка нового турпродукту, зокрема екскурсій, на базі історико-географічних, краєзнавчих досліджень.

Одним із стабільних сегментів туристичного ринку в світі є сегмент паломництва та релігійного туризму. Слід розрізняти зазначені поняття, і на практиці вони такі розрізняються. Паломництво є релігійною обітницею особистості, внаслідок чого людина здійснює подорож заради поклоніння святиням. Релігійний туризм за сутністю є різновидом культурно-пізнавального (екскурсійного) туризму, де центральне місце в програмі займає детальне ознайомлення з сакральними місцями, святинями під час здійснення подорожі. При цьому необов'язково бути вірним певної релігії чи приналежним до певної конфесії, щоб стати споживачем продукту релігійного туризму, а щоб здійснити паломництво, обов'язково треба благословіння певної церкви. Таким чином, можна зазначити, що при здійсненні паломницьких та релігійних турів використовуються практично ті ж самі сакральні об'єкти, але відмінною є мотивація, яка спонукає людину до подорожі, її мета, а звідси й організаційні форми, сутність екскурсійних програм та форма подачі екскурсійного матеріалу.

Україна здавна відома в світі і в Європі на ринку паломницького та релігійного туризму, розвивається (а, скоріше, відроджується) цей вид туризму і в наш час, набуваючи дедалі більшого розмаху. Стабільним попитом користуються в Україні тури до Києва з обов'язковим відвідуванням Києво-Печерської лаври та інших київських святинь, тури до Почаєвської лаври

(м.Кременець), до інших християнських святинь (м.Львів, с.Зарваниця, тощо), до святинь іудаїзму (м.Умань, м.Меджибож), ісламу, сакральних місць інших конфесій. Відомі ці святі місця і за межами України, формуючи мотивацію та в'їзні туристичні потоки, забезпечуючи нашій країні певне місце на світовому ринку релігійного туризму. Тобто, паломництво та релігійний туризм є тими перспективними для України видами туризму, які посилюють її конкурентні позиції на ринку європейського та міжнародного туризму і повинні бути пріоритетними для розвитку туризму на територіях, що мають сакральні об'єкти.

Саме на розкриття сакральної функції ландшафтів київської південно-західної околиці, а саме сакральності Голосієва, спрямована дана стаття, **метою** якої є розкрити сакральну функцію цього місця і запропонувати його для розвитку туристсько-екскурсійної діяльності.

Проведені науково-краєзнавчі історико-географічні розвідки щодо сакральної функції київських ландшафтів [13-17], наявні сакральні об'єкти є основою для розробки екскурсійного маршруту з умовною назвою «Сакральними околицями Києва», яка може бути запропонована як на ринку паломницьких, релігійних турів, так і для культурно-просвітницьких турів, спрямованих на різні вікові категорії населення. Тобто, пропонований матеріал може бути включений частково в екскурсійний продукт або стати основою формування ексклюзивного туристсько-екскурсійного продукту.

Голосієво, Китаєво, Феофанія – історичні місцевості, що стали відомими завдяки одноіменним пустиням Києво-Печерського та Михайлівського Золотоверхого монастирів. В даний час це - Свято-Покровський монастир (Голосієвська пустинь), відновлений 1993 р. як скит Києво-Печерської Лаври (м.Київ, вул. полковника Затєвахіна, 14); Свято-Троїцький монастир (Китаєвська пустинь) (м.Київ, вул. Китаївська, 15); Свято-Пантелеїмонівський скит Покровського жіночого монастиря (Феофанія), (м.Київ, вул. акад.Лебєдева, 19).

Слід ще звернути увагу на таку особливість побудови маршруту, яка впливає з розташування сакральних об'єктів: Голосієво, Феофанія, Китаєво (мал.1). Розташовані трикутником на південно-західній околиці Києва, вони формують своєрідне замкнене «сакральне поле», яке утримується в горбистому лісовому ландшафті (Голосієвський ліс), розчленованому долинами струмків та численими балками. Ця територія вже кілька сот років має неофіційну назву «Київського Афону».

За хронологією заснування пустині вишиковуються так: Китаєвська, Голосієвська, Феофанія. Кожна з них зараз має гарні під'їзні шляхи, транспортне сполучення з містом, оскільки ці околиці входять в міські межі Києва. Тобто екскурсію можна починати з будь-якої з пустиней, але бажано «замкнути» трикутник. Але спочатку – про місцевість, де розташовані сакральні місця, оскільки й сама місцевість набуває сакральних функцій.

Ці зручні й усамітнені місця могли бути сакральними місцями давніх культів, потім успадкованими християнством (загальна закономірність). За М.Берлінським, найдавніша згадка про Голосієв звучить як «Гуласієв хутір» [2, с.198]. Походження, скоріш за все, від імені давнього хазяїна хутора, можливо, підданого Києво-Печерського монастиря. Походження власне імені Гулас, за

законами змін звучання літер “г”, “у”, “в” в українській мові, мабуть, було Улас, тобто, церковно-слов’янське Власій. Наприклад, селище Гусятин (Тернопільщина) вперше згадується (1559р.) як Усяин, а також Всятин [7, с.105]. Бувають і обернені варіанти – назва річки на Київщині в наш час Узень, Узеня – раніше – Гудзинь [там же, с.130]. Можлива й інша етимологія топоніму: Св. Власій був покровителем тваринництва і, як відомо, перебрав на себе функції Велеса (Волоса) – одного з богів давньослов’янського пантеону “скотьєго бога”. Тобто, виходячи з успадкованості сакральних функцій ландшафту, стародавнє Велесове урочище Волосієво, можливо із святилищем, за християнства могло стати Власієвим, Гуласієвим, Голосієвим.

Голосієвський ліс. На підставі історичних матеріалів можна зробити висновок про збереження загальної конфігурації Голосієвського лісового масиву з давньокиївських часів. З північного сходу Голосієвський ліс обмежений місцевістю Багринова гора, яка згадується в XI ст., коли селище Багринів було подароване князем Всеволодом Ярославичем Видубицькому монастирю, у володінні якого воно перебувало до XVIII ст. А далі на схід і південний схід до Голосієвського лісу послідовно прилягають історичні місцевості Китаєво, Корчувате, Мишоловка і Пирогів. З давніє часів хутір Корчуватий був у володінні Видубицького монастиря. До Києво-Печерської Лаври належали Мишоловка, відома з 1618 р. як поселення Мишалівка, Болгарський хутір і хутір Самбурки, перша згадка про який припадає на 1580 р. (поселення з садом); та Пирогів, вперше згаданий 1627 р. як поселення Пирогівка.

З заходу лісовий масив є частиною території Національного центру виставок і ярмарок України – колишнє село Красний Трактир (на цьому місці 1799 р. був міський трактир). Межа лісу проходила однією з головних алей (колишня Васильківська дорога, продовженням якої є сучасна вул.І.Сірка). Західніше цієї дороги знаходились землі с.Жуляни, яке іноді ототожнюється з селом “Желань” Давньокиївських літописів, відоме з кінця XVII ст. як Жилини, власність Софійського монастиря. Звідси і майже до Либіді північно-західна межа лісового масиву практично співпадала з Горіхуватським струмком, який отримав свою назву від монастирських садів та хутора, розташованих в його долині, вперше згаданих 1757 р. З південного заходу Голосієвський ліс обмежувався історичною місцевістю Теремки, що вперше згадуються як урочище “Теремиць” під 1150р. Наприкінці XVI ст. ця місцевість належала Києво-Печерській Лаврі, потім Братському і Софійському монастирям. Південну частину Голосієвського лісу становив сучасний лісовий масив Феофанія, обмежений з півдня землями с.Хотів.

Окреслена нами територія розчленована мережею глибоких розгалужених балок, в яких протікають невеликі струмки: Горіхуватський струмок є притокою Либіді; Голосієвський, Жуківка та пирогівський – Дніпра. Струмки балок Хотівського та Феофанійського лісових масивів становлять притоки р.Віти.

Гідронім “Голосієвський струмок”, вірогідно, має вторинне походження від давнього ойконіму “Гуласієв хутір” [2, с.198], принаймі в середній частині, бо в “Описі Київського намісництва” (70-80 роки XVIIIст) в своїй нижній частині цей струмок названий річкою Мишаловкою: “Речка Мышаловка

вершину имеет за пустыню Голосеевской, а впадает ниже деревни Мышаловки».[9, с.167]. Така ситуація наводить на думку про різні назви водотоку у верхній і нижній течії (явище досить поширене). Струмок, що живить ставки навколо Китаєвської пустині, в сучасних літературних джерелах – безіменний. Але той самий “Опис Київського намісництва” іменує його річкою Жуківкою: “речка Жуковка впадает ниже пустыни Китаевской, а вершину имеет выше оной» [там же, с.167]. Горіхуватський струмок одержав свою назву від Горіхуватського хутору і горіхових садів, які розташовувались в його долині і належали Києво-Печерській Лаврі. Великий горіховий сад чотирма великими терасами спускався вниз до Деміївки. На кожній терасі був садок із греблею. Впадає струмок в р.Либідь в районі Московської площі.

Ландшафти Голосієвського лісу - широколистяно-лісового типу. В першому ярусі свіжої грабової діброви ростуть дуб черешчатий з домішкою ясена, липи, клена гостролистого. До другого ярусу входять більш тіневитривалі породи: граб, клен, в'яз, дика груша, дика яблуня й інші. У третьому ярусі (підліску) ростуть ліщина, глід, бруслина тощо. Трав'яний покрив (четвертий ярус) включає типові для широколистяних лісів види: фіалка, тонконіг, осока волосиста і лісова, суниця, копитняк, кропива, папороттеві, присутні також декілька видів мохів. Давні ерозійні процеси призвели до утворення численних мисів-останців, розділених долинами балок та ярів зі схилами різної крутизни та експозиції. Тому тут значне поширення мають горбисто-хвилясті урочища останцевого міжбалкового походження із змитими ґрунтами. Ерозійну мережу в широколистяно-лісових ландшафтах складають урочища балок та ярів, врізаних в лесовидні суглинки та інші гірські породи, де поширені вологі й сирі діброви та грабові діброви. Поширені на днищах балок зниження з надмірним зволоженням представлені осикою, чорною вільхою та вологотравною рослинністю. Днища балок вистелені сучасними піщаними та супіщаними пролювіальними відкладами, що походять з молодих ярів, водозбори яких переважно знаходяться на прилеглих сільськогосподарських угіддях. Лінійні ерозійні форми і процеси пов'язані також з мережею давніх шляхів і стежок в межах лісу.

Структура урочищ Голосіївського лісу у багатьох випадках ускладнена слідами давньої антропогенної діяльності. Городища, поселення, могильники, датовані від доби заліза до Київської Русі (Хотівське, Пирогівське, Китаєвське), свідчать про суттєву господарську освоєність території, а відтак антропогенні трансформації рослинного покриву і локальну ерозію ґрунтового покриву, зміни літогенної основи ландшафту (будівництво фортефікацій, курганів, печер тощо). Вже до часів Київської Русі ліс мав набути антропогенних рис. Періодично антропогенний вплив підсилювався і особливо в Давньокиївський період. Маємо підстави стверджувати [18], що для будівництва міста Ярослава дубові колоди для городень його валу походили саме з цих ландшафтів. Та й у 1654 р., під час відбудови фортеці Верхнього Міста, для будівництва вирубувались ліси на південний захід від Києва [5, с.15].

Таким чином, сучасний стан лісових урочищ Голосіївського лісу – результат багатовікового господарського використання цієї території, а в останні

століття в умовах монастирського природокористування. В межах лісу монастирське господарство розвивало такі види діяльності: на перших етапах бортництво, потім – бджільництво, садівництво, виноградарство, ставкове господарство. Згадані угіддя, як і «анклави» невеличких господарських хуторів серед лісу, сполучались мережею лісових доріг. Така структура лісокористування була традиційною, зберігалась від давніх часів і була спрямована на багатовікове використання лісу на відміну від природокористування в приватних володіннях. Приватні та міські ліси поступово скорочували площу і ставали островцями серед сільськогосподарських угідь або зовсім зникали, бо вирубались на продаж, використовувались для опалення, смолокуріння, виробництва дьогтю, поташу. Таким чином, можна вважати, що Голосіївський ліс, в широкому розумінні цього слова, так само як і Пущі північніше Києва, зберігся завдяки приналежності монастирям.

Але належність території монастирю ще не робить її сакральною. Для території Голосіївського лісу документально підтверджена сакральна функція деяких його ландшафтів починається з XVII ст., коли на основі монастирських володінь Голосіївського лісу починають виникати філії Києво-Печерського монастиря – пустині та скити. Здавна Печерський (заснований в XI ст.) та інші монастирі Києва почали створювати філії у вигляді скитів та пустиней у безлюдних місцях, вздовж правобережжя Дніпра від Вишгорода до Лісників. На даний час на південь від центру міста відомі підземні печерні комплекси домонгольського часу Звіринця, Китаєва, Церковщини. У XVI-XVII ст. починається відродження і поповнення мережі чернечих осередків на базі хуторів та господарських дворів у монастирських лісах південно-західної околиці міста. Найбільший з лісових масивів, що пізніше отримав назву Голосіївського лісу і дав назву сучасному адміністративному району м.Києва та проєктованому національному парку, 200 років тому вже відвідували не тільки київські паломники, а й прочани з інших земель Російської імперії, які сотнями тисяч щорічно приходили до святинь Києва.

Голосіївська і Китаївська пустині розташовані в різних частинах лісового масиву, що має назву, яка походить від першої з них, але назви окремих історичних місцевостей зберігаються. Феофанійська пустинь зараз знаходиться в окремому лісовому масиві, розташованому південніше Голосіївського. Але в середині XIX ст. ці лісові масиви ще становили один суцільний ліс (карта 1865 р.). Це також підтверджується описом подорожі у ці роки до Феофанії М.Сементовського, який згадує: “почти половину дороги мы ехали по Васильковской дороге, потом поворотили налево, в лес, в котором лежат три пустыни: Китаевская, Голосеевская и Феофанейская» [4, с.190]. Традиційно зберігається топонім Феофанія за південною частиною сучасного Голосіївського лісу, де розміщена лікарня №1 і Головна астрономічна обсерваторія НАН України. Згадані лісові масиви є залишками стародавнього лісу, який займав територію між річками Либіддю, Дніпром та Вітою. Залишками його є також сучасні ліси Хотівського лісництва та Теремків.

Китаєвська пустинь була заснована на місці колишнього давньоруського городища з посадом. За Лаврською традицією вважається, що в Китаєві пустинь існувала ще наприкінці XVI ст., але документальних підтверджень тому немає. Найдавніша територія селища (мис, утворений вигином струмка) була заселена і в післямонгольський час. Тут виявлено фрагменти гончарного посуду другої половини XIII-XVст. [8, с.148]. «Китай-гора образует восточный «борт» Китаевского урочища, лежащего в 12 км к югу от центра Киева. Оно представляет собой большой овраг, изогнутый в виде латинской буквы «S», окруженный лесистыми холмами и открывающийся своим северным концом в долину Днепра. По дну урочища издавна протекал ручей, чье русло со временем было использовано для создания каскада живописных озер» [11, с.33-34]. Назва цієї місцевості і скита, теж за Лаврською традицією, походить від володінь князя Андрія Боголюбського, прозваного “Китаєм”, якому начебто належало це городище, але це також не має ніяких документальних підтверджень. “В XVI в. основание Китаевской пустыни приписывали Великому князю Владимирскому, причем ему усвоилось название – Китай. Но известно, что Андрей Боголюбский никакого дворца здесь не имел, в Киеве не княжил и “Китаем” не именовался” [12, с.80]. Окремі дослідники виводять слово “китай” то від давньоруської, то від тюркської мов і пояснюють його значення поняттям “укріплення або вежа, призначена для облоги укріплених місць” [3, с.216]. Не відомо, коли на території городища з’явилися перші штучні печери, можливо, одночасно з ним. Однак, вірогідно, що саме у XVI – XVII ст. тут поселилися перші самітники нового часу. Принаймні, за даними М.Берлинського, при побудові у 1716р. першої дерев’яної церкви прп.Сергія Радонезького пустинь ще вважалась “новоустроенной”. «На месте сей церкви в 1767г. сооружена каменная на имя Живоначальной Троицы. Сия пустыня со времени основания своего всегда принадлежала Лавре под именем Китаевой» [2, с.137]. З цього часу і розпочався потік прочан, який започаткував “сакральний режим” території. З багатьох відомих осіб, які відвідували Китаєвську пустинь, відзначимо Григорія Сковороду. Незабаром після того, як філософ перейшов до мандрівного життя, він жив тут у 1770р. протягом трьох місяців (начальником пустині був тоді його родич І.Устин).

За свідченнями митрополита Є.Болховітінова: «В 1786г. при преобразовании малороссийских епархий в штатное положение... из ближайших около Киева приписных бывших к Лавре пустыней велено, по рассмотрении митрополита, назначить одну для уединения престарелых лаврских братий, и назначена Китаевская» [3, с.368]. Таким чином, аж до XX ст. ця пустинь функціонувала постійно.

У XVIII ст. в одній з Китаєвських печер усамітнювалась прп.Досіфея Київська. Вона «собственноручно вырыла у вершины горы небольшую пещерку и тайно поселилась в ней. Никто не обратил на неё внимания. Никто не преследовал её здесь. Многие спасались так. Многие уходили в то время в дремучие леса. Строгие указы Великого Петра и его приемников о неприятии в монастыри людей беглых и несвободных могли только поддерживать именно только этот вид иночества, который освобождал отшельника от уз

общественного рабства и навсегда укрывал его от взоров мира и полицейских.» [11, с.33-34]. Це свідчить про те, що мешканці печер не контролювалися державою, а, за деякими свідченнями, навіть керівництвом пустині, до якої печери начеб-то територіально не відносились. У повісті Т.Шевченка “Варнак” від імені її героя згадується Китаєво та печери, коли мова йде про схрони: “А третий, самый большой, - около Киева, за оградой Китаевской пустыни, в лесу же. Это были огромные пещеры, вырытые, как кажется, во время Андрея Боголюбского. На горе, в которой вырыты пещеры, заметны и до сих пор следы земляных укреплений, может быть, ограды его загородного терема. В этих-то пещерах пировал я по несколько дней со всем своим товариством в виду Китаевской обители, а святые отцы и не подозревали этого. Освещал я их белыми восковыми свечами, тут же, в Китаевской обители, приготовляемыми для Киево-Печерской лавры. Устилал я эти мрачные пещеры дорогими коврами, шальями и оксамитом. Шумно! весело было!» [23, с.118].

Мабуть, що в часи перебування Т.Шевченка в Києві відповідні чутки про околиці Китаєва були досить поширеними, як, доречі, і в наш час.

Протягом XVIII-XIX ст. розбудова скита продовжувалась. У 1767р. на місці дерев'яної церкви була збудована за проектом архітектора Ковніра, кам'яна, яка існує й донині - Свято-Троїцька церква, а у XIX - на початку XX ст. інші церкви та дзвінниця. І, нарешті, підземелля. Деякі давні печери було виявлені на городищі у другій половині XIX ст. в результаті обвалу. Топографічний план цих печер зняв послушник Печерського монастиря Іван Таранов. Лише в 1910-1912 рр. зусиллями Київського товариства охорони пам'яток старовини і мистецтва вдалося дослідити частину підземних галерей у Китаєві. Очолив археологічні розкопки, які провадила спеціальна команда саперів під керівництвом полковника А.Павлова та капітана Маркевича (*за нашими даними Н.Ф.Маркевича*), член товариства А.Д.Ертель.”[21, с.53].

Частина Китаєвських підземель розташована у схилах колишнього виноградного саду. На деякій відстані від підшови горба, на якому знаходиться виноградний сад, проходить магістральна галерея паралельно схилам горба; до цієї центральної магістралі було кілька входів, частину з яких зсувами ґрунту було завалено; з іншого боку магістраль розходила на декілька бокових галерей, менших по ширині й висоті, розташованих впоперек горба. На думку автора досліджень, знайдені печери мали сполучення з печерами, відкритими у 1857р. на Китаєвському городищі [21, с.56-57].

У 70-ті роки XIX ст. печери були розширені, впорядковані, обладнана підземна церква. Церква і навколишні підземні приміщення були обкладені цеглою. У XIX ст. тут усамітнювались ієросхимонах прп.Феофіл та лаврський рясофорний монах прп. Паїсій, задля спілкування з якими до скиту прибувало вже багато прочан.

У 1864р. М.Сементовський писав:”прекрасное по местоположению урочище Китаевская пустынь по своему здорову воздуху и удобному сообщению с городом избирается многими киевлянами для летнего жительства. Небольшие домики и хижины в селении, лежащем у пустыни, нанимаются за

умеренную плату. Сообщение существует постоянное сухим путем и пароходами” [20, с.241].

В радянський час Китаївська пустинь була ліквідована, а печери дуже постраждали від обвалів. Відновлення тут монастирського життя відноситься до початку 90-х років ХХст. Дослідження і розчищення печер були здійснені в 1990р., а у 1995р був освячений підземний храм – Собора Присвятої Богородиці [17, с.35-36] До Китаєва знов потягнулися тисячі паломників. Найвища ступінь сакральності в Китаєвській пустині належить мощам преп.Феофіла, юродивого в Свято-Троїцькому приходському храмі, могилі преп. Досифеї біля північної стіни цього храму, а також часткам мощей багатьох святих та іконам з цими частками. Але не меншу паломницьку активність викликають печери під городищем, де усамітнювались преп. Досифея та інші відомі самітники і де діє підземна церква.

Голосієвська пустинь вперше згадується 1541р. як володіння Києво-Печерської лаври [10]. За М.Берлинським, “Основание сей (Голосеевской) пустыни в 1631г. положено архимандритом Печерским Петром Могилою, где он ради приятности местоположения на месте бывшего называемого Гуласиева хутора построил деревяную церковь, потом архимандритами Варлаамом Ясинским и Зосимою была устроена. По смерти сего архимандрита Зосимы в 1793г. сия пустыня совершенно упразднена” [2, с.198]. За деякими свідченнями, Зосима Волькевич під час перебування в цій пустині посадив сад та гай, в якому дерева були розсажені таким чином, що відбивали план Успенського собору Києво-Печерської лаври. Звідси, мабуть, і виникла легенда про те, що у ХVІІІ ст. тут, на “голому місці”, посіяно лісопарк, тому, мовляв, і відповідна назва – Голосієво, як зазначено у Київському енциклопедичному довіднику. Цю версію, безперечно, треба відкинути. По-перше, топонім “Гуласієв хутір” –зафіксовано ще на початку ХVІІст. [2, с.192]. По-друге, ліс не сіють, а садять. По-третє, в середині ХVІІІ ст. в Голосієвському лісі переховувались і діяли гайдамацькі загони, що аж ніяк не свідчить про “голизну” цих ландшафтів [5, с.79].

За Е.Болховітіновим, під час секуляризації: “Из угодий поземельных оставлены Печерской Лавре ... лес от Китаевской пустыни до с.Пирогово с пасекой, земля при бывшей Голосеевской пустыни и Самборках” [3, с.322]. Після смерті арх.Зосими Голосієвська пустинь була ліквідована.

Відновлення Голосієвської пустині пов’язане з свт. Філаретом (Амфітеатровим), який дуже полюбляв це місце. Завдяки пожертвам і на власні кошти він побудував у 1845р. кам’яну цекву в ім’я Покрова Пресвятої Богородиці, кам’яні келії та огорожу і “учредил скит” [6, с.272]. З того часу Голосієвська пустинь стала улюбленою літньою резиденцією київських митрополитів – архимандритів Лаври. “Окрестности Голосеевской, равно как и Китаевской, пустыней сделались в последние годы любимым летним местопребыванием многих жителей Киева, располагающихся в хижинах, устроенных близ пустыни” [там же, с.272].

На початок ХХ ст. в пустині було кілька храмів, літній будинок митрополитів з домовим храмом, гостьовий дім, головний господарський двір Лаври – всього біля 10 корпусів.

Практично нічого не відомо про паломництво в першій період функціонування Голосієвської пустині. Після її відновлення потік був досить значним, тому для прийому прочан у 1871 р. був збудований «странноприимный дом» та інші господарські приміщення [1, с42].

Голосієвська пустинь як місце паломництва пов'язана з життям і діяльністю тут свт.Філарета, прп.Парфенія, юродивих прп.Феофіла і Паісія, прп.Олексія Голосієвського, які канонізовані Українською православною церквою як місцеві святі. На території пустині покуються мощі прп.Олексія та Парфенія.

Розбудова Голосієвської пустині пов'язана з ім'ям свт.Філарета (Федора Амфітеатрова, 1779-1857рр.), який у 1837р. став митрополітом Київським та Галицьким і настоятелем Києво-Печерської лаври. Пустинь зачарувала свт.Філарета, який більшу частину літа проводив тут разом із прп.Парфенієм та Фіофілом. З 1839р. свт.Філарет починає будівництво церкви в ім'я прп.Івана Багатостраждального Печерського з багатим іконостасом (за проектом київського єпархіального архітектора П.І.Спарро), а через п'ять років на власні кошти та числені пожертви – кам'яного храму на честь Покрова Пресвятої Богородиці. Свято-Покровська церква була збудована у 1846р. і сюди були перенесені нетленні мощі прп.Печерських угодників та св.Івана, які знаходились у спеціальному дерев'яному кіоті. Тут же у мідній раці знаходились мощі влк.Іоана Сочавського, на честь якого перший храм на цьому місці заснував ще Петро Могила.

Старець Парфеній (Петро Краснопевцев, 1790-1855рр.) був відомий своїм праведним життям, цілком присвяченим служінню. Він рано був призначений духовником Києво-Печерської лаври і рано прийняв схиму.

Юродивий Феофіл (Фома Горенковський, 1788-1853рр.) був відомим провидцем. Влітку до нього у Голосієвську пустинь сходилися прочани за благословінням та порадою. Юродивий Феофіл, який часто перебував і у Голосієвській, і в Китаєвській пустинях, пророкував про заснування нової Преображенської пустині за 20 років до її відкриття. Ця пустинь була заснована у 60-х роках ХІХст. майже на середині шляху між вже існуючими пустинями на місці так званого Болгарського хутора. Назва пов'язана з долею провідника болгарських уніатів Йсипа Сокальського. Він після вигнання з батьківщини повернувся до православ'я і спокитував тут свої гріхи. Скит належав Печерській Лаврі. Перша кам'яна церква Преображенська була зведена 1873р. [22]. Зараз на цьому місці пустир.

Завдяки і при участі цих трьох старців Голосієвської пустині формувалася внутрішній світ прп.Олексія Голосієвського (Володимир Шепелев, 1840-1917рр.), відомого як «старець-утешитель». Володя народився німим, але виховання в душі православного благочестя, постійні молитви батьків та свт.Філарета зробили чудо: в день пасхи 1853р. хлопчик заговорив. Митрополит Філарет визначив і майбутнє хлопця - він став послушником Києво-Печерської лаври, де проведе 38 років, а з 1895р. о.Олексій був переведений до Голосієвської пустині. До о.Олексія сходились прочани за порадою, «утешением», він став духовним наставником київських митрополитів, які часто

приїздили в Голосієво. За часи його життя в Голосієво стара дерев'яна церква Ікони Живоносного Джерела Пресвятої Богородиці була перебудована на кам'яну п'ятикупольну і освячена у 1912р. Тут, у її східній стіні, через п'ять років буде похований прп.о.Олексій.

За післяреволюційні часи Голосієвська пустинь, як і багато інших святих місць, «пришла в запустение». Наприкінці 1927р. вона була закрита як така, що знаходиться на території Сільськогосподарського інституту та його агробази, втратила зв'язок з населеними пунктами, має нечислених насельників (24 монаха та 27 монахинь) та прихожан [1, с.64]. За наступні часи радянської влади це місце фактично перетворилось на руїни. Відродження Голосієвської пустині почалося у 1993р., а у 1996р. колишній скит Києво-Печерської лаври отримав статус чоловічого монастиря «Свято-Покровська Голосієвська пустинь» УПЦ (МП). На розкопаних давніх фундаментах була відбудована церква Ікони Живоносного Джерела Пресвятої Богородиці, мітрополичі покої, побудована нова трапезна, інші господарські приміщення.

Монастир лише облаштовується, але потік прочан вже зростає. В останні роки, крім мощей преп. Олексія Голосієвського, для прочан стало святиною місце знесеного будиночку, в якому мешкала у 80-ті роки ХХст. відома монахиня Києво-Печерської лаври Оліпія (біля шляху неподалік від монастиря). Тепер тут пустище.

Феофанійська пустинь є наймолодшою з сучасних пустиней Голосієвського лісу. Указом Урядового сенату від 28 квітня 1802р. на прохання єпископа Феофана (вікарія Київського, єпископа Чернігівського, настоятеля Михайлівського монастиря) відведено йому у володіння як посадовій особі в якості позаміської резиденції: “землі і угіддя, між котрими було і обране преосвященним Феофаном пасічне місце, що лежить в урочище Лазаревщина”.

Після цього рішення преосвященний Феофан на горбі, площа якого в довжину має 250 сажнів, а в ширишу 107 сажнів почав будувати храм на честь чуда Архістратиґа Михаїла та будинок для літнього помешкання. Будівництво було закінчено 1803р. Тоді ж Київський митрополит Гавриїл Банулеско спеціальною грамотою, що була надана в день освячення храму, благословив називати Лазаревщину *Феофанією*.

У XVI ст. Лазаревщина належала Печерському монастирю, потім стала власністю митрополитів Київських – Петра Могили (1632-1647рр.) і Сильвестра Косова (1647-1657рр.); останній подарував її своєму домашньому чиновнику Ширховському, від якого вона перейшла у власність Софійського монастиря; з 1776р. і до надання її Феофану належала казні [19]. Згодом всі горби, долини, струмки, ставки і дороги Феофанії названі були іменами святих євангельських місць. До них було прокладено просіки, а на належних місцях поставлені альтанки. У 1861р. вікарій Київський преосвященний Серафим, настоятель Михайлівського монастиря, вирішив заснувати тут невеликий монастир, який доручив зробити досвідченому старцю ієромонаху Воніфатію. Власне з 1861р і починається поступовий розквіт Феофанії.

Вже на третій рік діяльності Воніфатія в монастирі зібралося до 30 осіб братії. Пожвавлення в Феофанії спричинило паломницький рух бідняків

київських і богомольців середнього стану. Все це викликало необхідність побудови келій для братії, для богомольців благородного стану - готелю, а для простих прочан – притулку. Кожен прочанин в пустині знаходив гостинний прихисток, безкоштовні притулок та трапезу. Багато з них залишалося зимувати в Феофанії (щорічно біля 50 осіб, переважно з тих, що не мали власного притулку). У 1867р. о.Воніфатій побудував нову кам'яну церкву на ім'я Усіх Святих. Було розчищене та впорядковане джерело під горою, назване Живоносним, над яким поставлена була каплиця, а її стіни оздоблені іконами. У другій половині ХІХст. на території монастиря були також відомі приклади печерної схими.

Наступник о.Воніфатія о.Іринарх влаштував водогін, забезпечивши обітель водою. Вода текла спочатку по дерев'яних рурах від Живоносного джерела до підніжжя монастирської гори (1877р.). Пізніше було прокладено водогін всередину кам'яного храму на честь Володимирської ікони Божої Матері, який знаходився на краю гори (освячений 1900 р.і зруйнований у 60-ті роки ХХст.).

З 1901р. Феофанія офіційно стала іменуватися скитом і була приписана до Михайлівського Золотоверхого монастиря. На початок ХХ ст. тут було три храми. 1904р. був одержаний дозвіл на будівництво монументального собору на честь цілителя Пантелеймона. Будівництво храму було доручено єпархіальному архітектору Є.Ф.Єрмакову. У путівнику по Києву, випущеному 1917р., про Феофанію сказано: «На верху горы устроен источник, в который вода поднимается по трубам из очень глубокого оврага; в храмах этой пустыни можно наблюдать, как доморощенный архитектор-монах, не зная официальных запрещений, совершенно естественным образом обращался к старым барочным формам» [24, с.365].

За радянські часи від величного монастирського комплексу майже нічого не залишилось, крім Святопантелеймонівського собору і Всіхсвятської церкви, яка й досі використовується не за призначенням, та митрополичих палат (сучасні келії). Після відновлення храму він став належати з 1993р. разом із приміщеннями та земельними угіддями Покровському жіночому монастирю на правах скиту.

В наш час Свято-Пантелеймонівський собор і джерела на території Феофанії постійно концентрують значну кількість паломників. Вигідне транспортно-географічне положення Феофанії роблять її зараз не менш відвідуваним місцем, ніж відома Китаєвська та Голосієвська пустині.

Таким чином, щоденно пустині відвідували і деякий час мешкали тут десятки, а в окремі дні й сотні прочан. Потік паломників від моменту заснування пустиней зростав, особливо протягом ХVІІІ – ХІХ ст., і досяг максимуму на початок ХХ ст. Потік прочан вже в середині ХІХ ст. потребував певного регулювання. В усіх пустинях були побудовані гостинні будівлі, налагоджене харчування і зроблені спроби регулювати потік прочан задля збереження довкілля. Але загальний розмах паломництва до Київських святинь, а також непоганий транспортний зв'язок (до Китаєва ходив пароплав), літній відпочинок киян навколо пустиней, поступово створили проблему деградації природної

основи сакральних ландшафтів. Антропогенний тиск на навколишні ландшафти постійно зростає. Голосієвський ліс став також місцем гулянь, “трапез на природі” та майвок.

Зараз діяльність пустиней відродилася і це знов викликало потоки прочан та відвідувачів до цих місць. До того ж Голосієвський ліс – улюблене місце відпочинку киян. Неконтрольована рекреація створює значні екологічні проблеми, гостро постає проблема збереження та відновлення ландшафтів Голосієвського лісу.

Відродження сакральних функцій ландшафтів Голосієвського лісу в наш час та зростання паломницького руху створило проблему, на наш погляд, більш гостру щодо збереження ландшафту, ніж проблема нерегульованої рекреації в цих же ландшафтах. Так, в Китаєво, де городище та печери відвідують не тільки прочани, а й екскурсанти, туристи та інші категорії рекреантів, територія городища, схили гори (особливо біля печер) позбавлені будь-яких ознак відновлення рослинності на ущільненій голій поверхні ґрунту з ознаками ерозії. Не допомагають ні обладнані сходи, ні, навіть, колючий дріт. Свій внесок у деградацію ландшафтів роблять і шукачі скарбів - “чорні археологи”, які шукають входи до забутих печер і нищать поховальні кургани. Постійними “зусиллями” рекреантів засмітчені береги ставків. Значною є засміченість ставків і біля Голосієва. У Феофанії найбільш (і постійно) відвідуваними є святі джерела у верхів’ї головної балки долини, звідки бере початок струмок (близько 700 м на північний захід від собору). Найвідомішим серед них є Пантелеймонівське, неподалік нього розташовані купальня та джерело “Сльоза Богородиці”. До радянських часів цей комплекс був облаштований, його доповнювала каплиця “Живоносного джерела”, від якої залишились зараз тільки рештки підмурків. Саме ця територія відчуває надмірне навантаження з боку прочан, відпочиваючих та “водоносів”. Верхів’я балки сполучені з найближчими шляхами мережею стежок, які вже перетворились на ґрунтові дороги. На схилах вони постійно промиваються дощами і перетворюються на рівчаки. Найближчі до джерел схили і ділянки днища балки вже позбавлені не тільки трав’яного покриву, а й верхніх шарів ґрунту. Коріння дерев опиняється на поверхні і їх загибель лише справа часу. Особливо потужні навантаження на сакральний ландшафт спостерігається на Хрещення Христове, Богоявлення (19 січня) та в день пам’яті Святого Пантелеймона (9 серпня), коли на службу біля джерела збираються тисячі людей. Зона деградації постійно розширюється і її загальна площа вже перевищує 1 га. В меншому масштабі це спостерігається й біля джерела Святого Михайла, яке розташоване на віддалі 600 м від собору вниз за течією струмка.

Виходом з цього положення є облаштування стежок та майданчиків твердим покриттям, огорожами, певним наглядом і, можливо буде доцільним цільовий збір коштів на збереження довкілля сакральних об’єктів. Необхідно врахувати зарубіжний досвід регулювання навантаження на сакральні об’єкти та території.

Висновки. Ландшафти Голосієвського лісу з сакральними функціями є елементами каркасу духовного ландшафту м.Києва, тяжіння до якого і відвідування якого являє собою невід'ємну рису традиційної української культури. Тому південно-західна околиця міста репрезентує в наш час історичний ландшафт давнього Києва, який можна віднести до рангу етнічних. Збереження його має бути одним з основних аргументів доцільності існування національного парку з відповідним зонуванням його території.

Південно-західна околиця Києва, репрезентована ландшафтами та сакральними місцями Голосієва, має стати одним з найвідвідуваніших місць, постійним екскурсійним об'єктом Києва (безумовно, за дотримання екологічних вимог).

1. Алатарцева И. Тихая пристань Голосеево.-К.:изд.Свято-Покровской Голосеевской пустыни, 1999.-71с.
2. Берлинський М.Ф. Історія міста Києва. – К.:”Наукова думка”, 1991.- 318с.
3. Болховітінов С. Вибрані праці з історії Києва .- К.:Либідь – ІСА,1995.-488с.
4. Голованський Е. Киево-Златоверхо-Михайловский первоклассный монастырь и его скит Феофания.-К.:Тип.В.Давиденко, 1878.- 215 с.
5. Історія Києва. В 3-х томах.- К.: УРЕ, т.ІІ.- 456с.
6. Закревский Н. Описание Киева.-т.1.- М, 1868.-950 с.
7. Коваль А.П. Знайомі незнайомці: походження назв поселень України.-К., “Либідь”, 2001.- 304с.
8. Мовчан І.І. Давньокиївська околиця.-К.:Наукова думка, 1993.-176с.
9. Описи Київського намісництва 70-80-х років XVIIIст. –К.:Наукова думка, 1989.-389 с.
10. Пономаренко Л., Різник О. Київ. Короткий топонімічний довідник. Довідкове видання.- К.: Видавництво “Павлім”, 2003.-124с.
11. Преподобная Досифея, затворница Киевская. Житие с акафистом.-К.: »Київський Афон. На Печерських холмах. Свято-Троїцький монастирь «Китаевская пустынь», 2003.-104с.
12. Путеводитель к святыне Киева. Издание Киевского Свято-Владимирского Братства.-К.: типография С.В.Кульженко, 1891.- 102с.
13. Романчук С.П. Сакральні ландшафти./ Ландшафт як інтегруюча концепція ХХІ сторіччя.Зб.наук.праць.-К.,1999.
14. Романчук С.П. Духовні функції ландшафтів у цивілізаційному просторі./ Вісник Київськ.ун-ту.Серія Географія.- К.:2000, вип.46.-с.12-14.
15. Романчук С.П. Становлення культурного ландшафту і ландшафтне різноманіття в Україні./ Проблеми ландшафтного різноманіття України: Зб.наук.праць.-К.:2000, с.76-80.
16. Романчук С.П. Проблема сакральної традиції в ландшафті./ Фізична географія та геоморфологія.-К.:ВГЛ Обрії, 2001.-вип.41 – сс.66-72.
17. Романчук С.П. Сакральні ландшафти Феофанії. / Вісник Київського університету. Географія.- 2003, вип.49.-сс.10-12.
18. Романчук С.П. Сакральні ландшафти Голосіївського лісу. /Київський географічний щорічник. Науковий збірник.-Випуск 4.-2004.-К.:КВ УГТ, 2005, с.46-71.
19. Свято-Пантелеймоновский скит в Феофании киевского Покровского монастыря.- К.:Мистецтво, 1996.-160с.
20. Сементовский Н. Киев, его святыня, древности, достопамятности и сведения, необходимые для его почитателей и путешественников: 55 политипажей, изображающих виды Киева.-К.:Типография Г.Сементовского, 1864-IV.-242с.
21. Толочко П.П. Таємниці Київських підземель.-К.:Наукова думка, 1968.-84с.
22. Третяк К.О. Київ: путівник по зруйнованому місту.-К.:ВПЦ”Київський університет, 2001.- с. 102.
23. Шевченко Т.Г. Повести. /Вступ.статья Ю.А.Ивакина.- К.:Дніпро, 1983.-456с.
24. Шероцький К.В. Київ. Путівник. Репринтне відтворення вид.1917р..-К.:УКСП”Кобза”,1994.- 367с.

СІЛЬСЬКИЙ ЗЕЛЕНИЙ ТУРИЗМ В ТЕРНОПІЛЬСЬКІЙ ОБЛАСТІ: СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ

Аналізуються стан та перспективи розвитку сільського зеленого туризму в Тернопільській області.

Consisting and prospects of development of rural green tourism is analysed of the Ternopil'skiy area.

Ефективна й успішна розбудова Української держави можлива лише за умови гармонійного розвитку всіх її складових. Водночас очевидним є те, що розвиток сільської місцевості відстає від розвитку великих міст, і цей дисбаланс вже призводить до багатьох небажаних наслідків економічного, екологічного, демографічного та гуманітарного характеру. Тож підтримка села є одним із першочергових завдань сьогодення і вирішення його – це справа спільних зусиль держави та громадськості.

Село має багату історико-культурну спадщину, мальовничі ландшафти, лікувально-рекреаційні ресурси тощо, а його мешканці – самобутні культуру, побут, мову, віросповідання та ін. Багаті села й на індивідуальний житловий фонд та працювате населення. Водночас для багатьох сільських місцевостей гострою проблемою є брак робочих місць та зростаючий надлишок робочої сили, що вивільняється з сільськогосподарського виробництва.

Отже, зважаючи на відсутність потрібних капіталовкладень на створення нових робочих місць, більше уваги варто приділяти тим галузям, які не потребують для свого розвитку великих коштів. До таких галузей відноситься і сільський зелений туризм (СЗТ, агротуризм), який віднедавна практикується в Україні. Тож, з огляду на актуальність цього виду туризму в Україні загалом та в Тернопільській області зокрема, предметом наших досліджень стало дослідження його стану та перспектив розвитку у даному регіоні.

Основні завдання розвідки: дослідження попиту і значення сільського зеленого туризму на Тернопільщині, з'ясування проблем, які існують в цій галузі туризму, причин їх виникнення і пошуку шляхів подолання, а також рекомендації щодо подальшого його розвитку.

Питанням розвитку сільського зеленого туризму в Україні загалом та Тернопільській області зокрема присвячені праці І.П. Герети, П. Горішевського, Ю.В. Зінька, В.Г. Кочемного, Б.І. Мельничука, М.Й. Рутинського, В. Васильєва, А. Шеніна [1].

Згідно з даними ВТО, „зелені” подорожі нині займають від 7 до 20% у загальному обсязі турпоїздок. Тільки один європейський ринок сільського зеленого туризму, за оцінками Європейської Федерації Фермерського та Сільського Туризму, на сьогодні складає близько 2 млн. ліжко-місць. А темпи росту сільського зеленого туризму оцінюються від 10-20% до 30% на рік, а його частка в доходах від міжнародного туризму сягає 10-15%. [2, с. 7]. Нині

український ринок потенційно здатний прийняти і розмістити в селі близько 150 тис. „зелених” туристів.

Тернопільська область – один із небагатьох регіонів в Україні, де гармонійно поєднуються наявність значного числа упорядкованих сільських садиб з унікальною природою, великою кількістю історико-культурних пам'яток, багатством народних традицій, кулінарним мистецтвом і гостинністю людей.

Проте зазвичай власники осель пропонують 2-3 кімнати для туристів, як правило без туалету та душу, або приміщення, суміжні з кімнатами господарів. Меблі досить прості. Досить часто подвір'я не облаштовуються з метою задоволення потреб туристів – не існує виділених або спеціально огорожених зон, де туристи могли б проводити своє дозвілля. Доволі частими є випадки незакінченого будівництва. Серед інших недоліків на цьому етапі можна відзначити також відсутність дороговказів.

Однією з причин низької якості інтер'єру та оздоблень, а також неналежного стану подвір'я, є труднощі з отриманням невеликих кредитів для оновлення приміщень. Серед інших – брак інформації щодо стандартів та вимог потенційних клієнтів.

До позитивів цього виду турпродукту можна віднести місцеве населення, його гостинність, смачну домашню їжу, народні ремесла та конкурентні ціни. Як правило, власники пропонують повний пансіон, з вибором дуже смачних страв за невисоку ціну, що, зазвичай, приваблює споживача.

Головною перепорою для гармонійного розвитку агротуристського бізнесу в Україні є недосконала, а точніше – відсутня законодавча база, яка б регулювала всі аспекти такої діяльності.

Так, основоположним документом, яким регулюється діяльність у сфері туризму (у т.ч. і сільського) є Закон України „Про туризм” № 324 від 15.09.1995р., в якому, зокрема у статтях 4 та 6, СЗТ визнано окремим видом туризму, розвиток якого є пріоритетним напрямом державної політики [3]

Право особистих селянських господарств займатися сільським туризмом визначено і в статті 1 Закону України „Про особисте селянське господарство”, №742 від 15.05.2003р. Ним така діяльність охарактеризована як підсобна, а не підприємницька. Проте, оскільки визначення самого терміну „сільський зелений туризм” досі не дано, селяни не можуть скористатися цією нормою закону. Тому і виходить, що більшість таких господарств працюють, не реєструючи цього виду діяльності. Тож точної інформації про те, як розвивається агротуризм в Україні, немає [4]

Досі не ухвалено Верховною Радою України законопроект „Про сільський зелений туризм”, який передбачає спрощену систему оподаткування [5]

Питання про те, чи можна вважати СЗТ повноцінною професійною діяльністю, й донині є відкритим і риторичним. Очевидно, що агротуризм, навіть якщо вважати його складовою туристської галузі, є лише вторинною, похідною від професійної туристської діяльності ланкою. Саме на такому характері СЗТ наголошується в Основних напрямках розвитку туризму в Україні до 2010 року, №973/99 від 10.08.1999 р. У цьому документі законодавчо

закріплена і доцільність розмежування СЗТ з підприємницькою діяльністю у туристській сфері. Проте законодавець створив правову колізію, віднісши послуги з сільського туризму до підприємницької діяльності в Законі України „Про сільськогосподарську дорадчу діяльність” [6]

Отже, згідно чинного законодавства селянин може займатися сільським туризмом як видом підсобної діяльності, або ж зареєструватися як підприємець. Тож задля вирішення проблем, які стримують розвиток сільського туризму, держава має прийняти усім зрозумілі правила, які б встановили межу між особистим селянським господарством, в якому надаються послуги із сільського туризму, та приватним пансіонатом чи готелем, що мають професійно надавати готельні та туристські послуги. З метою заохочення до самозайнятості та розвитку ініціативи, для власників господарств має бути створена стимулююча законодавча база, спрощені та мінімізовані дозвільні процедури, преференції в оподаткуванні, доступ до кредитних ресурсів та інформації тощо.

Вже зазначалось, що Тернопільська область володіє значним, досі малоосвоєним рекреаційним потенціалом, який потребує пошуку ефективних стимулів для його раціонального використання у відпочинково-туристських цілях. У свою чергу збережена етнокультурна самобутність виступає ексклюзивною перевагою, що дозволить області бути серед основних осередків розвитку сільського зеленого туризму.

Розташована на заході України в межах лісостепової зони, на території 13,8 тис. км², область має 421 територію та об'єкт природно-заповідного фонду, в тому числі заповідник „Медобори”, 12 пам'яток природи, серед яких Кременецькі гори; печери Вертеба, Кришталева, Млинки, Озерна, Оптимістична, Перлина, Ювілейна та інші; 4 пам'ятки садово-паркового мистецтва (Більче-Золотецький, Вишневецький, Раївський, Скала-Подільський)[7]

Рекреаційне значення в області мають близько 200 тис. га ландшафтних територій (15% від загальної площі). Найбільша питома вага рекреаційних ресурсів припадає на Бережанський, Монастирський, Кременецький і Шумський райони (19-29% від загальної площі) [8]

Особливий інтерес серед „зелених” туристів викликають: Кременецькі гори, Товтри, Дністровський каньйон, Русилівські водоспади, Касперівське водосховище, Джуринський водоспад, Каньйон Серету, гора Божа, гіпсові печери, а також історичні містечка і села Кременець, Почаїв, Бережани, Скала-Подільська, Окопи, Кудринці, Монастирок, Чортків, Ягільниця, Гусятин, Червоноград, Язлівець, Бучач, Зарваниця, Теремовля. В цілому, по кількості заповідних об'єктів область посідає четверте місце в Україні, поступаючись Чернігівській, Львівській та Закарпатським областям.

На Тернопільщині налічується понад 3600 пам'яток історії та культури. За кількістю пам'яток архітектури вона посідає третє місце в державі, а за числом старовинних замків (34 із 100) – перше. Тут діють два Державних історико-архітектурних заповідники із десяти, що є в Україні (Кременецько-Почаївський та Бережанський) та один Національний історико-архітектурний заповідник із чотирьох („Замки Тернопільщини” з центром у м. Збараж). В області збереглося

більше третини всіх українських замків і палаців, понад сотня дерев'яних церков і десятки храмів і костьолів [9]

Все це можна побачити, користуючись гостинністю місцевих жителів, які спроможні забезпечити туристам поселення там, де готельна база відсутня. Більшість населення Тернопільської області проживає в 1017 селах (57,3% всього населення). Доходи місцевого населення не великі, а ресурси помешкань вільні (невичерпані). Це, а також не забруднене природне середовище, низький рівень урбанізації є основою розвитку сільського зеленого туризму в області [10]

Тернопільську область традиційно називають „найбезробітнішою” областю в Україні. Такий статус вона має вже близько десяти років. За даними обласної державної адміністрації на 2005 р. загальне число незайнятих громадян у Тернопільській області – 76 441 особа. 52 % з цього числа – жінки [11]

Чи не найголовнішою причиною високого рівня безробіття в області є відсутність мотивації до праці, низька зарплата. У сільській місцевості безробіття зростає прискореними темпами. На 2005 рік частка сільських безробітних сягла 65,2% [12]

Проте є певні позитивні зрушення. Не останню роль у цьому відіграє Тернопільське обласне відділення Спілки сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні (ССРСЗТУ), яка реалізує програму розвитку туризму в області, зокрема як одного із засобів зайнятості населення. Відділення було зареєстроване 25 лютого 2004 р. для прискорення процесу становлення цього виду туризму в регіоні. Обласний осередок спілки розміщений у м. Гусятин.

За час, що минув відтоді, встановлені партнерські стосунки з зацікавленими структурами, зокрема із Галицько-Теребовельським науковим центром „Збручекологія”, еколого-гуманітарним об'єднанням „Зелений світ”, Гусятинською районною організацією Всеукраїнської екологічної ліги, громадською організацією екологічний клуб „Ковчег”, туристськими фірмами, а також проведено реклама сільського туризму і діяльності обласного відділення в ЗМІ Тернопільщини.

У 2004 р. спільно із Інститутом соціально-культурних ініціатив та за підтримки Канадського Фонду Співробітництва реалізовано проект „Відкриємо Західне Поділля для туризму”. Видано путівник сільського туризму „Західне Поділля запрошує”, каталог сільських садиб Західного Поділля та навчальний посібник для бажаючих займатися цією сферою діяльності, створений веб-сайт Тернопільського обласного відділення ССРСЗТУ [13]

У рамках проекту 14-16 травня 2004 р. проведений прес-тур для представників центральних та регіональних ЗМІ по туристських об'єктах Гусятинського, Буцацького, Борщівського та Заліщицького районів.

У м. Тернопіль спільно з ТзОВ „Збручекологія” налагоджено роботу інформаційно-консультативного центру розвитку СЗТ, розпочато широкомасштабну програму підготовки підприємців у цій галузі. Обласне відділення консулює та навчає власників садиб, допомагає у рекламуванні послуг, забезпечує методичною літературою, здійснює організацію семінарів та прес-турів тощо. Тернопільський обласний фонд підтримки підприємництва та інформаційно-консультативний центр сприяння розвитку сільського зеленого

туризму в області уже провели 13 навчальних семінарів „Організація підприємницької діяльності у сфері сільського зеленого туризму” для власників садиб і безробітних, котрі виявили бажання організувати підприємницьку діяльність. Розроблено презентаційні та методичні матеріали, проведено масштабну рекламну кампанію в засобах масової інформації, внаслідок чого у „зеленому” туризмі виявили бажання працювати майже 100 власників сільських садиб [14]

Допомагає в усьому і обласна служба зайнятості, котра в межах своєї компетенції та можливостей Фонду здійснює одноразову виплату допомоги по безробіттю для зайняття підприємницькою діяльністю, налагодила професійне навчання, зокрема, екскурсиводів, з основ малого підприємництва та разом із обласним фондом підтримки підприємництва бере участь в організації реалізації програми „Сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Тернопільській області”. Відтак започатковують цю вигідну справу і вчорашні безробітні.

Також на замовлення обласної державної адміністрації видано спеціалізований путівник „Мальовнича колиска краю”, який покликаний належно прислужитись як господарям садиб, котрі безпосередньо обслуговують гостей у селах, так і екскурсиводам, а також спеціалістам обласних, районних державних відомств, центрів зайнятості, котрі сприяють розвитку цього краю виду туризму.

За даними Тернопільської облдержадміністрації (ОДА) в області вже нараховується понад 80 садиб, упорядкованих для прийняття „зелених” туристів. Основними осередками сільського зеленого туризму стали: Кременецькі гори, Збаразькі товтри, Опілля, Медобори, Коропецьке подністров'я, Бучацьке подністров'я, Мельнице-Подільське подністров'я.

Керівництво області, беручи під важливість розвитку агротуризму, переліком затверджених заходів передбачило вивчити стан інфраструктури сільського туризму з метою визначення його найпривабливіших об'єктів, а також провести обласний моніторинг з метою визначення перспективних територій для розвитку сільського туризму.

Управлінню у справах туризму ОДА було доручено розробити обласну програму розвитку сільського туризму, яка передбачає здійснення заходів щодо будівництва, реконструкції та модернізації об'єктів соціальної інфраструктури в сільській місцевості.

В області передбачається виготовити та встановити вказівники, що інформують про туристські маршрути, об'єкти сільського туризму та туристської інфраструктури.

Також Управлінню туризму ОДА, райдержадміністраціям доручено, спільно зі ССРСЗТУ, сприяти участі власників агросадиб, народних умільців, аматорських фольклорних колективів у Всеукраїнських та регіональних виставках-ярмарках об'єктів сільського туризму та сприяти формуванню позитивного туристського іміджу області, в тому числі у сфері сільського туризму, шляхом створення і підтримки інформаційно-туристських центрів.

У Тернопільській області основними проблемами забезпечення відповідних умов для розвитку агротуризму у сільській місцевості є:

- низький рівень якості та комфорту, які необхідні для задоволення потреб як вітчизняних, так і іноземних туристів
- низький рівень надання послуг
- відсутність інформаційно-тренінгового центру
- відсутність професійно розробленої маркетингової та рекламної системи розповсюдження інформаційно-туристської продукції
- сильна конкуренція з боку сусіднього Карпатського регіону і сусідніх держав, зокрема Польщі
- нестача цілісних туристських продуктів
- відсутність системи резервування місць
- не надто привабливий імідж України в очах іноземців
- нестача кваліфікованих кадрів
- прогалини в системі податкового законодавства

З іншого боку, Тернопільщина може покладатись на наступні позитивні аспекти:

- переважно чисте та безпечне довкілля
- вражаюча недоторкана природа
- багатство історико-культурних пам'яток
- збережені сільські традиції та гостинність населення
- невелика ціна на проживання та харчування

Проаналізувавши всі слабкі і сильні сторони, можна надати деякі рекомендації щодо розвитку сільського зеленого туризму у Тернопільській області. Зокрема:

- більше уваги приділяти вітчизняним туристам, які є цільовою категорією туристів на майбутнє, і внутрішньому ринку, не забуваючи про зовнішні ринки
- для кожного сегменту ринку розробити окремі туристські продукти
- поєднати ресурси села чи групи будинків та розглянути можливість спільної роботи з метою розширення ринку
- для покращення розуміння і підвищення впевненості проводити збори представників усіх секторів, зацікавлених у розвитку сільського зеленого туризму
- провести зміни в оподаткуванні, звільнити від оподаткування фізичних та юридичних осіб, що займаються сільським туризмом, за умови, якщо ці кошти направлятимуться на розвиток матеріально-технічної бази
- збільшити кількість кваліфікованих кадрів за допомогою спеціалізованих освітніх закладів області
- ввести податкові пільги на цей вид діяльності і кредитування для покращення стандартів якості
- надати більш широкого розповсюдження інформації про туристську продукцію регіону через задіяння таких маркетингових комунікацій як інтерв'ю, PR-статті, конференції, семінари, телепередачі, брифінги
- створення інформаційно-тренінгового центру для здійснення консультування, супроводу та навчання зацікавлених осіб.

Отже, сільський зелений туризм – важлива галузь економіки, яка із-за невеликих капіталовкладень може сприяти вирішенню багатьох соціально-економічних проблем українського села.

Розвиток сільського зеленого туризму у Тернопільській області створить нові робочі в сільській місцевості. Самозайнятість населення сприятиме зниженню соціальної напруженості в регіоні, росту добробуту сільських жителів. Розвиток малого підприємництва, у свою чергу, сприятиме зміні всієї соціальної інфраструктури села.

Зважаючи на те, що в умовах загальноекономічної кризи економічні і соціальні проблеми села надзвичайно загострилися, широке розповсюдження і розвиток сільського зеленого туризму в Тернопільській області є особливо бажаним.

1. *Кочемний В.Г.* Екзоти Поділля. – Тернопіль: Лілея, 1998; *Рутинський М.Й., Зінько Ю.В.* Сільський туризм: Навч. посібник. – К.: Знання, 2006.
2. *Рутинський М.Й., Зінько Ю.В.* Сільський туризм // Навчальний посібник. – К.: Знання, 2006. – С. 7.
3. Закон України „Про Туризм” від 15.05.1995 року, № 324/95-ВР // Відомості Верховної Ради України. – 1995 р. - № 31. – С. 242.
4. http://comrade.com.ua/ukr/print/sela_zapro.html.
5. *Проект Закону України „Про сільський зелений туризм”* від 23.10.2003 року за № 4299, внесений народним депутатом України В.Кафарським (перше читання).
6. *Особливості предмету правового регулювання* // Туризм сільський зелений. – 2005. - № IV. – С. 7.
7. *Панкова Є.В.* Туристичні ресурси України. - К.: Знання, 2004. - С. 163-165.
8. <http://www.terinvest.com.ua/>
9. *Тернопільщина: земля любові нашої:* Інформаційний довідник. – Тернопіль, 2005. – С. 1.
10. *Там само.* – С. 2.
11. <http://www.zik.com.ua>.
12. <http://www.oda.te.gov.ua/humanitary.php?section=7>.
13. *Тернопільське обласне відділення Співки сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні* // Туризм сільський зелений. – 2005. - № IV. – С. 20-21.
14. <http://www.zik.com.ua/2005/7.20/news>.

ПОВІДОМЛЕННЯ

На географічному факультеті Київського національного університету імені Тараса Шевченка 28 лютого 2007 року відбувся „круглий стіл” на тему «Розвиток країнознавчих досліджень». З заголовною доповіддю виступив професор Яценко Б.П. В обговоренні взяли участь студенти спеціалізації „Країнознавство та міжнародні дослідження”.

ІНФОРМАЦІЯ

Б. Яценко, д-р геогр. наук

СУЧАСНІ ПРОБЛЕМИ ДОСЛІДЖЕНЬ В КРАЇНОЗНАВСТВІ

Розглянуто основні сучасні теоретичні проблеми досліджень в країнознавстві.

The article analyses the contemporary theoretical research problems in Regional Geography.

КРАЇНОЗНАВСТВО - напрям міжгалузевих наукових досліджень, що займається комплексним вивченням країн і регіонів, систематизуючи і узагальнюючи дані про їх природу і склад території, населення і його культуру, господарство, суспільно-політичну організацію, зовнішні відносини.

Об’єкт країнознавства – країни як основні елементи будови світосистеми, що розвиваються в певному просторі і часі, а також їх частини (райони) та регіональні угруповання. В контексті світосистемного та цивілізаційного підходів країнознавчі дослідження пов’язані з вивченням соціальних, економічних, культурологічних та політичних аспектів геосистем країн та політичних утворень (держав), що виникають на їх теренах.

Історично в залежності від виконуваних функцій склалося декілька різновидів країнознавства. **Географічне країнознавство** (regional studies) має багатовікові традиції і достатньо струнку методологію та концепції досліджень. Знаковими віхами розвитку цієї науки стали праці Бернхарда Варенія (Вареніуса 1622-1650) «Загальна географія» (в XVII ст. декілька видань латиною, а в XVIII ст. переклади англійською та російською), Карла Ріхтера (1779-1859) «Землезнавство», Елізе Реклю (1830-1905) «Земля і люди» - багатотомне видання, яке й досі вважається класикою країнознавства, Альфреда Геттнера (1859-1941) «Країнознавство Європи» та «Географія: її історія, сутність та методи», Миколи Баранського (1880-1963) «Економічна географія Радянського Союзу» і чисельні перевидання шкільного підручника. Піонерами країнознавчих досліджень в Україні були Павло Чубинський (1839-1884), автор слів гімну «Ще не вмерла...», якому належить семитомне дослідження «Праці етнографо-статичної експедиції в

Західно-Руський край», Степан Рудницький (1877-1937) «Основи землезнання України. Антропогеографія» (1926) та чисельні роботи з політичної географії України, Володимир Кубійович (1900-1985) «Географія України та суміжних земель» (1938), він також був одним із фундаторів «Енциклопедії Українознавства» в 13 томах. Географічне країнознавство відіграє виключну роль на освітнянській ниві, впроваджуючи системні уявлення про особливості життя країн і народів. Водночас воно є синтезом суспільно-географічної науки.

З іншого боку, часом країнознавство розглядають як певну форму об'єднання різнобічних знань про ту чи іншу країну, її культуру, мову, історію тощо. Такий набір інформації виявляється корисним при вивченні мови та культури – це **лінгвістичне країнознавство** (area studies).

Суттєву роль відіграє країнознавство і в сфері міжнародних економічних та політичних зв'язків. **Країнознавчі міжнародні дослідження** (international studies) – важливий інструмент забезпечення ефективності і компетентності в міжнародних відносинах як на державному, так і на приватному бізнесовому рівні (в Україні спеціальність «країнознавство» організаційно відноситься до фахового напрямку «міжнародні відносини»).

Важливий розвиток туризму породив потребу в **туристському (рекреаційному) країнознавстві**, яке покликане стати науковою основою освоєння туристсько-рекреаційних ресурсів регіонів планети та забезпечення інформацією про країни і регіони та путівниками багатомільярдної армії подорожуючих.

Особливе місце в системі країнознавчих досліджень займає **воєнне країнознавство**.

Провідні наукові принципи сучасного країнознавства: територіальність, комплексність, конкретність в поєднанні з глобальністю, гуманістичність, екологічність. Сутність **територіальності** (регіоналізму) полягає в тому, що в межах певної країни /регіону/ виникає специфічна єдність і взаємодія природи, людини / суспільства/ і її діяльності. Країна, як правило, є геопросторовим утворенням, взаємопов'язаних компонентів і процесів, якому притамана відносна системна цілісність / але не закритість /. Звідси випливає необхідність **комплексності** дослідження об'єктивно існуючого системного утворення в поєднанні із всебічним аналізом особливостей формування та функціонування в ньому явищ і процесів. Принцип комплексності передбачає всебічне **визначення конкретних територій** /регіонів/ і протягом століть класичне країнознавство давало опис країн і регіонів саме так. Але в сучасних умовах виникає необхідність доповнити «конкретність» дослідження ще однією якістю - **глобальністю**, тобто необхідністю обов'язкового співвідношення регіональних, національних та інших процесів в країні із станом світосистеми в цілому, позаяк в умовах інформаційно-технологічної революції процеси і закономірності світового господарства стають визначальними відносно систем нижчих ієрархічних рівнів.

Гуманістичний принцип в країнознавстві акцентує увагу на провідній ролі людини, умов і якості життя населення, стану культури і рівня суспільної

організації народу в комплексі досліджувальних проблем. Одним із важливих принципів країнознавства є також **екологічний**. В умовах загрози екологічної кризи людству доводиться вирішувати не тільки проблеми захисту природи і раціонального природокористування, але й проблеми оптимізації та збалансованості розвитку країн.

Завдання досліджень в сучасному країнознавстві можуть бути як **класичні**, пов'язані з виконанням просвітительських та інформаційних функцій, так і **сучасні актуальні** значення яких зросло в умовах зародження постіндустріальної (ноосферної) цивілізації та набуття нової якості у взаємодії господарств окремих країн і світового господарства. Це а) комплексні країнознавчі роботи конструктивного спрямування націлені на забезпечення потреб регіональної політики, районної планіровки, регіональних цільових програм збалансованого розвитку тощо; б) аналітичні роботи націлені на забезпечення зовнішньоекономічних відносин та геополітичних програм які впливають із переліку національних інтересів тієї чи іншої держави; в) країнознавчі інформаційні роботи для потреб внутрішнього та міжнародного туризму.

Географічне країнознавство веде комплексні регіональні дослідження суспільно-економічного життя планети на макро- та мезорівнях.

На макрорівні об'єктом його дослідження на сьогодні є складна система, елементами якої виступають національні господарства країн світу та недержавні утворення, які взаємодіють між собою в різних формах. За законами міжнародного поділу праці ця система ім'я якій «світове господарство» в умовах глобалізації має тенденцію перетворення з суспільно-економічної в суспільно-географічну. Опорний каркас системи світового господарства складає множина країн, в переважній своїй більшості суверенних держав, кожна з яких має тільки притамане їй поєднання ресурсних і виробничих можливостей. Кожна з суверенних держав, як суб'єкт міжнародного права, захищає свого політичну незалежність і територіальну цілісність, реалізує засади своєї національної безпеки.

Існує певна взаємозалежність між процесами які відбуваються в господарствах окремих країн і в світовому господарстві. При цьому головним у вищезазначеному є те, що риси та чинники які притаманні світовому господарству в цілому є визначальними і виявляють великий вплив на перебіг економічних і навіть політичних процесів в окремих країнах.

За умов нерівномірності розвитку господарства планети сучасне господарство країн знаходиться на різних стадіях і рівнях економічного розвитку, що зумовлює суттєві відмінності в типології країн, а з тим і в методах їх країнознавчих досліджень. На мезорівні об'єктами дослідження країнознавства є суспільно-географічні системи країн (як правило, суверенних держав) різних типів. Природно, що при цьому доводиться враховувати існування загальних рис будови господарства притаманних всім країнам і специфічних рис притаманних лише господарству окремих типів країн.

На завершення, звернемо увагу на те, що дослідження всього зазначеного вище у повному обсязі неможливе, при використанні лише наукового апарату

класичної суспільно-географічної науки. Для забезпечення повноти і глибини регіонального дослідження географічне країнознавство має долучати додатково науковий апарат, багатьох суміжних наук. Серед них найбільш важливими виглядають мікро та макроекономіка, історія та географія культури, релігієзнавство та географія релігій, політична географія та геополітика, теорія держави, господарське, адміністративне та міжнародне право, теорія корпорацій, міжнародні економічні відносини та географія міжнародних економічних відносин та багато чого іншого. Тобто, можливості інструментарно дослідження мають бути адекватні складності об'єкту та предмету дослідження.

1. *Машбиц Я.Г.* Комплексное страноведение. М.-Смоленск, 1998. 2. *Мироненко Н.С.* Страноведение: теория и методы. М., 2001. 3. *Яценко Б.П.* Концептуальні засади географічного країнознавства. Зб. праць «Україна та глобальні процеси». Київ-Луцьк, 2000.

**В. Стафійчук, канд. геогр. наук,
Д. Драник, М. Римаренко, О. Шепетуша, студенти**

ІСТОРІЯ РОЗВИТКУ КРАЇНОЗНАВЧИХ ДОСЛІДЖЕНЬ НА ГЕОГРАФІЧНОМУ ФАКУЛЬТЕТІ КИЇВСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА (1960-2005 рр.)

Проведено аналіз основних періодичних географічних видань (“Географічний журнал”, “Економічна і соціальна географія”, “Вісник університету. Серія Географія”) та подано основні напрямки країнознавчих досліджень географами університету.

The article explores the main geographic periodicals (Ukrainian Geographical Journal, Economic and Social Geography, Kyiv University Scientific Journal. Geography series) and describes the directives of Regional studies in Kyiv University.

Країнознавство як комплексна наука в Україні лише заявляє про своє право на рівноправне існування в системі географічних наук, поряд з традиційними картографією, економічною та фізичною географіями. Однак відповідні дослідження зарубіжного світу та України, переважно в рамках економічної географії, проводилися науковцями університету, починаючи з моменту його заснування. Так, відомо, що перші подібні розвідки були характерні для історико-філологічного факультету, студенти якого досліджували історію і географію України та оточуючих земель. Проте країнознавчі дослідження в тому сенсі, в якому ми розуміємо їх сьогодні, проводилися в Київському національному університеті з початку ХХ століття, досягнувши піку публікацій на його межі.

На основі аналізу публікацій у спеціальних географічних виданнях можна виокремити три періоди у проведенні країнознавчих досліджень:

© В. Стафійчук, Д. Драник, М. Римаренко, О. Шепетуша, 2007

- 60-ті (вихід першого спеціалізованого періодичного географічного видання) – 80-ті роки ХХ ст. – дослідження зарубіжних країн в рамках економічної і соціальної географії з відповідними акцентами;
- 90-і роки ХХ ст. – перехідний період;
- початок ХХІ ст.. – сучасний період.

В умовах політичної біполярності світу 60-80-х років, його ідеологічній нецілісності, країнознавчі (економіко-географічні) дослідження того часу були не чисельними і обмеженими у власному розвитку. Така загальна характеристика притаманна як всій науковій школі СРСР так і Київському університету зокрема та пояснюється значним ідеологічним тиском; відсутністю наукової бази, тобто кафедри, яка б цілеспрямовано займалася даними питаннями; історичними умовами. Однак, не дивлячись на це, країнознавчі дослідження в університеті тих часів мали місце в працях Юрківського В.М., Яценко Б.П., Пістуна М.Д., Колісника П.І, Трусова І.І. та Дінь Чіна [див. табл. 1.1].

Таблиця 1.1

**Хронографічний аналіз країнознавчих публікацій географами
Київського національного університету імені Тараса Шевченка***

Період	Європа	Азія	Америка	Африка	Світ в цілому	Автори
60-80-ті роки ХХ ст.	1	2	4	-	-	Юрківський В.М., Яценко Б.П., Пістун М.Д., Колісник П.І., Трусов І.І., Та Дінь Чін
90-і роки ХХ ст.	7	2	-	1	6	Юрківський В.М., Винниченко І.І., Піонтківський С.В., Павлов, С.В., Мезенцев К.В., Курганська А.Б., Стафійчук В.І., Малиновська О.Ю., Хільчевська І.Г, Герасименко К.І, Хе Ценчуань та інші
початок ХХІ ст.	8	3	1	-	6	Юрківський В.М., Смирнов І.Г., Бабарицька В.К., Стафійчук В.І., Малиновська О.Ю., Брайчевський Ю.С., Хільчевська І.Г, Мезенцева Н.І., Павлов С.В., Подольський А., Барабаш О.Ю., Ткачук Л.М., Мороз З.К та інші

Примітка: * - “Географічний журнал”, “Економічна і соціальна географія”, “Вісник університету. Серія Географія”.

Попри значну швидкість розвитку соціально-економічних (суспільних) умов і обставин в порівнянні з аналогічними фізико-географічними умовами, дослідження того часу не втратили своєї актуальності, принаймні в спектрі загальних тенденцій в розвитку досліджуваних країн і досі можуть слугувати молодому науковцю як засіб історичного аналізу і прогнозування.

Цікавою є відсутність в роботах працівників нашого університету ідеологічного навантаження, такого притаманного іншим працям того часу, хоча і тут ми маємо певні нотки соціалістичної іронії.

Щодо тем, а у випадку країнознавства темою є країна, то писали в більшості про США, Японію, Канаду, Австралію, країни соцтабору (В'єтнам, Куба, СФРЮ). В часи існування України як складової СРСР країнознавчі дослідження були спрямовані і на вивчення країн, що входили до його складу. Вони охоплювали не лише історію та фізико-географічні умови, а й економічну ситуацію в країнах, їх взаємозв'язки, прогнозували подальший розвиток. В той же час мало приділялося уваги "країнам третього світу".

Поштовхом до розвитку країнознавчих досліджень стало створення кафедри країнознавства та туризму в 1990 році, яку очолив Б.П. Яценко. Майже в цей самий час Україна стала суверенною державою, перед якою постали проблеми самостійного розвитку зовнішньоекономічних зв'язків та налагодження контактів з усіма державами світу. Ці події створили передумови для розвитку нових напрямків країнознавчих досліджень: оцінка інтеграційних угруповань світу, порівняння промислових комплексів різних країн, територій, районів. З середини 90-х з'являються нові суспільно-географічні галузі знань, зокрема географія релігій, геополітика, політична географія. Географами вивчаються суспільно-економічні процеси та методи державного управління, економічні блоки Європи та економічні зв'язки України з європейськими державами і можливості взаємовигідного співробітництва з ними. Приділяється увага вивченню зон вільної торгівлі та різних форм митних союзів. Розширюється коло досліджуваних країн за рахунок Африки та Азії, оскільки популярними стають країнознавчі розвідки Китаю, Японії, ДР Конго. В цей період країнознавчі дослідження стосуються і нових напрямків розвитку суспільства та економіки: глобалізації, інтеграції, регіоналізації.

Окрім статей, співробітники кафедри країнознавства і туризму в 90-х роках видали близько 20 монографій, підручників, посібників, а саме "Українці в державах колишнього СРСР. Історико-географічний нарис" (І.І. Винниченко), "Економічна і соціальна географія світу" (колектив авторів, за редакцією Б.П. Яценка), "Географія релігій" (С.В. Павлов, К.В. Мезенцев, О.О. Любіцева) тощо.

Всі ці наукові розробки сприяли накопиченню знань та відкривали шлях до розуміння економіко-політичного розвитку світу. Вони давали можливість нашій країні зорієнтуватись в процесах та подіях, що відбувались в той період і відбуваються нині. Стосовно становлення країнознавства як наукового напрямку, то період можна охарактеризувати як перехід розрізненої кількості знань в їх якість.

На початку ХХІ ст. країнознавчі дослідження в Київському національному університеті імені Тараса Шевченка набули нового розмаху. Зміни в політичній та соціально-економічній ситуації, пов'язані з переходом на засади ринкової економіки, покликали до життя нові міжнародні функції нашої держави. Відповідно, виникла проблема в дослідженнях з геополітичних, етно-релігійних, соціально-економічних та інших питань, які становлять предметне коло географічного країнознавства.

Країнознавчі дослідження були спрямовані на детальне вивчення інвестиційного клімату світового ринку, промислових комплексів та корпоративних угруповань країн Європи та Азії; діяльності країни на міжнародних ринках; зовнішньоекономічні відносини України. У працях окрім конкретних країн в якості об'єктів дослідження фігурують і цілі регіони світу (Західна, Центральна, Східна Європа; Східна Азія та ін.). В них подаються порівняльні аналізи особливостей прояву та динаміки тих чи інших суспільно-географічних процесів у різноманітних регіонах світу. Великого значення набувають праці, в яких аналізуються структурні зміни промислових комплексів та тенденції розвитку окремих регіонів. У цей період головними об'єктами країнознавчих досліджень є європейські та східно-азійські країни і майже позбавлені уваги країни Африки, Південної Америки, Австралії та Океанії.

В останні роки в області країнознавчих досліджень з'являються нові специфічні напрямки: електоральна географія, геологістика, етнополітика. У багатьох працях об'єктом дослідження виступає світ в цілому. Зокрема в них вивчаються геопросторові закономірності та особливості функціонування світового ринку різних видів послуг; роль ТНК у процесах інтеграції; глобалізація; забезпечення країн електронними видами зв'язку та інформації тощо.

Протягом цього періоду підготовлено та видано чимало країнознавчих монографій, підручників та посібників, у тому числі "Регіональна економічна та соціальна географія. Зарубіжні країни" (Юрківський В.М.), "Країни світу: Довідник (Юрківський В.М.), "Логістика" (Смирнов І.Г.), "Світове господарство в умовах глобалізації" (колектив кафедри країнознавства і туризму), "Ринок туристичних послуг" (Любіцева О.О.), "Рекреалогія" (Стафійчук В.І.), "Структура господарства Японії" (Яценко Б.П.) та інші.

Таким чином, наукові дослідження, проведені в період 1960-2006 років представляють собою потужну базу інформації, яка потрібна для вивчення світового ринку та прогнозу процесів, що будуть спостерігатися в майбутньому. Крім того, країнознавчі дослідження відіграють чи не найважливішу роль у питанні розвитку економічної інтеграції і вивченні місця та перспектив України в розвитку регіональних процесів у системі економічних союзів.

Зважаючи, на бурхливий розвиток країнознавчої науки в наш час, можна з впевненістю сказати, що вона розвивається у квадратичній прогресії, а висока, майже безмежна ємність країнознавчих знань вказує, що цей ріст продовжиться і надалі.

КОНЦЕПЦІЯ НАЦІОНАЛЬНИХ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ М. ПОРТЕРА

Наприкінці 80-тих років 20 ст. професор Гарвардської школи бізнесу, радник низки провідних компаній, член президентської комісії з промислової конкуренції Майкл Портер, поставивши собі за мету з'ясувати, чому країни досягають конкурентної переваги у тих чи інших галузях, а також зрозуміти вихідні положення політики фірм та національної економіки, здійснив чотирьохрічне дослідження десяти країн, які займають важливе місце в світовій торгівлі: Великобританії, Німеччини, Данії, Італії, Кореї, Сінгапуру, США, Швейцарії, Швеції, Японії.

У центр уваги проведеного дослідження було поставлено завоювання та збереження конкурентної переваги у більш ніж 100 відносно складних галузях економіки та індустріальних сегментах. Конкурентоспроможність галузей аналізувалася за три періоди: 1971, 1978, 1985 роки.

В 1991 році була опублікована фундаментальна праця М.Портера «Конкурентна перевага країн», в якій була розроблена в результаті проведеного дослідження всеосяжна теорія конкурентних переваг країни, яка підтверджувалася достатньою кількістю фактів.

Згідно з цією теорією відповідь на запитання: «Чому країна досягає міжнародного успіху в тій чи іншій галузі?» передбачає чотири властивості загального характеру, які формують середовище, в якому конкурують місцеві фірми. Властивості національної конкурентоспроможності Портер назвав детермінантами.

Перший важливий детермінант національної конкурентної переваги у будь-якій галузі – *факторні умови*. Безумовно наділеність факторами виробництва впливає на конкурентну перевагу фірм країни, але роль факторів цим не обмежується. Важливим є не стільки запас факторів на даний момент часу, скільки швидкість, з якою вони утворюються, вдосконалюються та пристосовуються до потреб галузей. Крім того, наявність факторів у великій кількості може не посилювати, а зменшувати конкурентну перевагу. І навпаки, брак деяких ресурсів часто впливає на стратегію фірми та спонукає до оновлення, призводячи до тривалої конкурентної переваги. Так, нестача корисних копалин в Швейцарії було причиною того, що фірми з самого початку своєї діяльності використовували енергозберігаючі технології. А нестача робочої сили в Швейцарії після Другої світової війни стимулювала швидку автоматизацію промислового виробництва.

Другий детермінант – це *попит на внутрішньому ринку* на товари чи послуги, що пропонуються цією галуззю. Впливаючи на ефект масштабу, він визначає характер та швидкість впровадження новачій, що здійснюються фірмами. Внутрішній попит характеризується трьома важливими рисами: структурою, обсягом та характером зростання, механізмами, за допомогою яких переваги на внутрішньому ринку передаються на закордонні ринки. Для

конкурентної боротьби важливим є не кількісний, а якісний бік попиту. Наприклад, ведучі позиції ТНК Японії у виробництві фотоапаратури, легкових авто, факсимільної та копіювальної техніки пояснюється тим, що внутрішній попит на ці товари значно випередив світовий попит, і японські компанії при виході на світовий ринок мали значні переваги перед своїми іноземними конкурентами.

Третім важливим детермінантом, що визначає національні переваги у галузі, є *наявність у країні галузей-постачальників або суміжних галузей*, які конкурентноспроможні на світовому ринку. Конкурентноспроможність деяких галузей-постачальників дає перевагу національним фірмам в інших галузях промисловості, тому що вони продукують елементи, які широко використовуються та відіграють важливу роль у інтернаціоналізації та інноваційних процесах. Наприклад, виробництво напівпровідників та програмного забезпечення є тими галузями, які мають значний вплив на інші. Так, виробництво ювелірних прикрас в Італії успішно розвивається з виробництвом устаткування для обробки ювелірного каміння. Крім того, успішно розвиваються дизайнерські послуги, пошиття одягу і взуття.

Четвертим детермінантом є *стратегія фірми, її структура і конкуренти*. Національні переваги у промисловому виробництві є результатом правильного співвідношення між їх вибором і джерелом конкурентної національної переваги. Те як розвивається суперництво на внутрішньому ринку також відіграє велику роль в процесах впровадження новинок.

Наприклад, в Силікованій долині домінує гнучка система управління, а в хімічній промисловості Німеччини – жорстка вертикально-інтегрована система управління.

Детермінанти національної конкурентноспроможності – це комплексна система, яка постійно розвивається. Портер назвав цю систему *ромбом конкурентних переваг* (діамантом в оригіналі). Кожний детермінант в цій системі впливає на інші.

Для того, щоб зробити теорію завершеною, Портер розглянув ще дві змінні – випадкові події та дії уряду.

До подій, які мають особливо важливе значення для розвитку конкуренції, Портер зараховує наступні: винахідництво, великі технологічні зрушення, різкі зміни цін на ресурси, значні зміни на світових фінансових ринках, природні стихії, військові конфлікти. Випадкові події важливі тому, що вони змінюють на ніщо переваги колишніх конкурентів та створюють потенціал для нових фірм.

Щодо уряду, то він може як впливати, так і потрапляти під вплив усіх детермінантів. Наприклад, на параметри виробничих факторів впливають субсидії, політика відносно ринків капіталів, освіти. Уряд встановлює місцеві норми та стандарти у виробництві того чи іншого товару. Роль уряду як покупця може допомагати і перешкоджати розвитку національної промисловості. Урядова політика може впливати на стратегію фірм, їх структуру і суперництво, використовуючи регулювання ринків капіталу, податкову політику та антитрестівські закони. Урядова політика обов'язково зазнає

поразки, якщо вона є єдиним джерелом національних переваг, так як уряд може лише підсилити дію детермінантів, а не замінити їх.

Крім дій уряду і випадків, на досягнення успіху в конкурентній боротьбі впливає соціальна та політична історія, а також система культурних цінностей.

Дія системи детермінантів, на думку Портера, веде до об'єднання конкурентноспроможних галузей у так звані кластери. Кластер – це група географічно близьких по розташуванню, взаємопов'язаних комплексів і зв'язаних з ними організацій, які діють в певній сфері і характеризуються спільною діяльністю. Портер вважає, що найкращі умови для підвищення конкурентноспроможності виробленої продукції, яка йде на експорт, створюється саме в промислових кластерах.

Таким чином, **теорія конкурентних переваг країн М.Портера** полягає в наступному:

країна досягає міжнародного успіху в тій чи іншій галузі завдяки взаємодії конкурентних переваг у чотирьох національних детермінантах: факторних умовах, умовах попиту, споріднених та обслуговуючих галузях, стратегії фірми, її структури і конкуренції,- з'єднаних у динамічну систему, так званий ромб.

Перевагою цієї теорії є те, що вона показує роль, яку відіграють економічне середовище, політика, культурні цінності у забезпеченні успіху фірм країни у певних сегментах ринку та конкретних галузях економіки. Іншими словами, вона пояснює властивості нації, які є передумовою успіху національної промисловості у міжнародній конкуренції.

М. Гошовський, студент

ПАРАДИГМА „ЖУРАВЛИНОГО КЛИНУ”

Парадигма "журавлиного клину" була розроблена наприкінці 30-х років 20ст. японським вченим К. Акамацу як узагальнена теорія економічного розвитку. За Акамацу існують три фази розвитку галузі:

Фаза 1: Продукція надходить в економіку через імпорт від закордонних виробників;

Фаза 2: Для задоволення зростаючого національного попиту відкриваються нові місцеві виробництва;

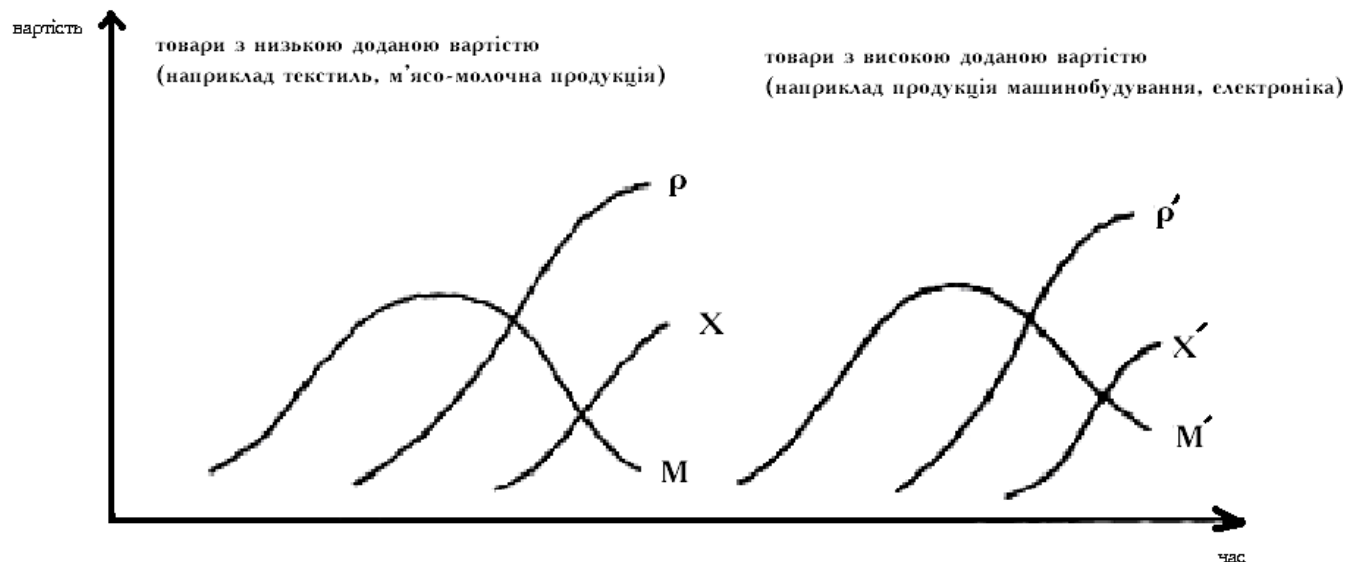
Фаза 3: Надлишки продукції експортуються на нові закордонні ринки.

Акамацу побудував свою парадигму на основі спостереження за текстильною промисловістю Японії (тоді ще країни, що розвивається) і шляхом її розвитку протягом 40-50 років, починаючи з кінця 19 ст. Він відкрив, що послідовна поява імпорту (М), місцевого виробництва (Р) і експорту (Х) графічно нагадують формування зграї диких гусаків (малюнок 1). Такі моделі спостерігалися в текстильній промисловості (виробництво бавовняних ниток і тканин) і, пізніше, для її галузі-постачальника - сектора промислового устаткування (прядильні верстати). Вивчаючи протягом багатьох років повний цикл розвитку цих товарів і галузей, Акамацу зміг продемонструвати динаміку

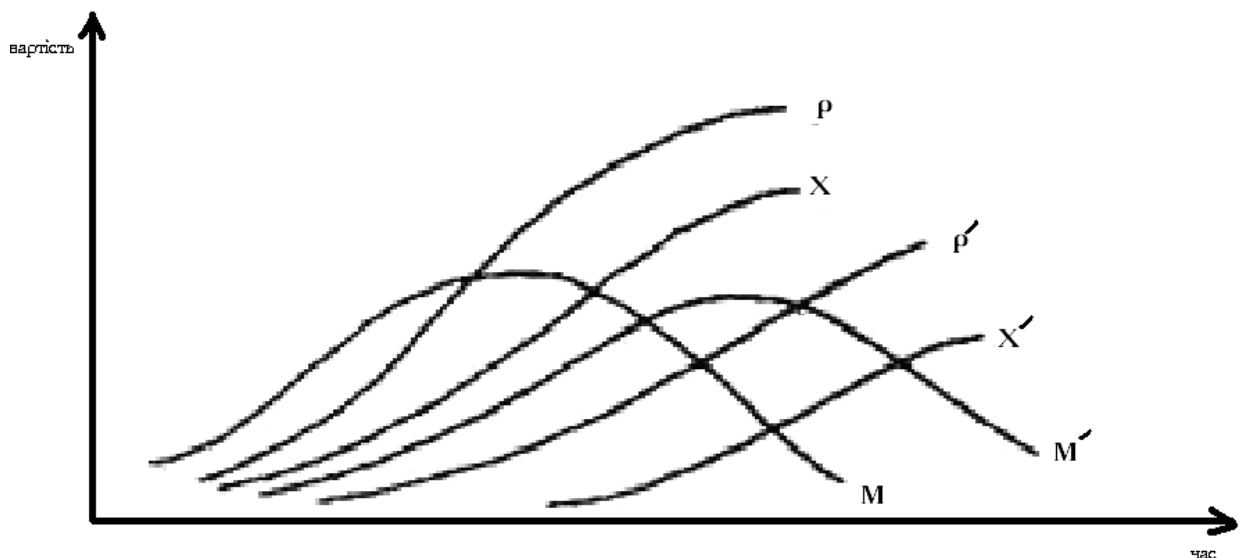
внутрішніх процесів і зміни конкурентоспроможності японського промислового сектора.

Ілюстрація парадигми "журавлиного клину":

1. Базова модель економічного зростання (за Акамацу)



2. Прискорення зростання під дією ПП (за Коджимою і Озавою)



де: M - імпорт; P - національне виробництво; X - експорт

Пізніше японські вчені розширили цю модель, що пояснює ситуацію в новоіндустріальних (наприклад, Південна Корея, Тайвань) країнах і країнах, що розвиваються, (наприклад, Таїланд, Малайзія), де багато капіталомістких галузей розвивалися викликаними ПП трансфертами ноу-хау і передових технологій. За Коджимі (1978), парадигма "доганяючого циклу" Акамацу

пояснює розвиток економік-переслідувачів. Вона припускає взаємодію і динамічні зміни в економічних відносинах між передовими країнами (лідерами) і тими, що розвиваються (доганяючими) країнами, оскільки останні розвивають свої економіки, змагаючись з лідерами.

Ця теорія підтверджується процесом успішної погоні багатьох країн що розвиваються (особливо азіатських) за світовими лідерами, особливо в секторі виробництва споживчих товарів з низькою доданою вартістю. Незважаючи на те, що в багатьох промислово розвинутих країнах розвиток торгових відносин іноді ще стримується (наприклад, мультифіброва угода по текстилю, протекціоністські сільськогосподарські стратегії США і ЄС), країни, що розвиваються намагаються не відставати, від своїх промислово-розвинених конкурентів і по можливості розвивати власну промислову базу. Подібний феномен також можна спостерігати в перехідних економіках Центральної і Східної Європи, що зіштовхуються з перешкодами на шляху експорту певних товарів у країни Європейського Союзу (наприклад, сільськогосподарська продукція, сталепродукти, алюміній). Але низька вартість робочої сили і багаті природні ресурси (особливо в країнах-членах СНД) дозволяють стверджувати, що ці країни є найважливішими новими реципієнтами ПП. Для активізації процесу "погоні за лідером" необхідно усунути торгові бар'єри і запропонувати ТНК умови, при яких вони стали б переміщати свої технології і ноу-хау у великих обсягах.

Парадигма "журавлиного клину" надає політикам і аналітикам України три цікавих факти, які останні повинні мати на увазі при розробці планів економічного розвитку країни і ПП-інструментів:

- Парадигма демонструє, що міжнародна економічна інтеграція дозволяє перехідним економікам доганяти і навіть переганяти передові країни. Країна повинна залишатися відкритою для зовнішнього світу і, зокрема, для ПП від іноземних ТНК, що є незамінним доповненням державної допомоги.
- Фактор ПП, введений у парадигму Коджимою і Озавою, підкреслює необхідність вироблення розумної ПП-політики для прискорення процесу економічного розвитку.
- Слід зазначити, що викликаний ПП економічний розвиток у країні-лідері може вплинути на сусідні країни, особливо якщо їхні дії скоординовані. Наприклад, позитивні зрушення в Україні можуть підвищити економічний потенціал ГУАМ (власне у Грузії, Молдові, Азербайджані) і у цілому активізувати віртуальний економічний цикл у регіоні.

А. Ключ, студент

ТЕОРІЯ ЖИТТЄВОГО ЦИКЛУ ПРОДУКТУ

У середині 60-х рр. американський економіст Р. Вернон висунув теорію життєвого циклу продукту, у якій спробував пояснити розвиток світової торгівлі

готовими виробами на основі етапів їхнього життя, тобто періоду часу, протягом якого продукт має життєздатність на ринку й забезпечує досягнення цілей продавця. Цикл життя продукту охоплює чотири стадії – впровадження, ріст, зрілість і занепад.

На першій стадії відбувається розробка нової продукції у відповідь, як правило, на виниклу потребу в середині країни. Тому на цій стадії виробництво нового продукту носить дрібносерійний характер, вимагає високої кваліфікації робітників і концентрується в країні нововведення (зазвичай це промислово розвинена країна), а виробник займає майже монопольне положення, і лише невелика частина продукту надходить на зовнішній ринок, також до промислово розвинутих країн.

На стадії росту попит на продукт росте і його виробництво розширюється і поступово поширюється на інші розвинені країни, продукт стає більше стандартизованим, збільшується конкуренція між виробниками й розширюється експорт.

На стадії зрілості переважає великосерійне виробництво, у конкурентній боротьбі переважаючим стає ціновий фактор, і в міру розширення ринків і поширення технологій країна нововведення поступово втрачає свої початкові конкурентні переваги. Починається переміщення виробництва в країни, що розвиваються, де дешева робоча сила може бути ефективно використана в стандартизованих виробничих процесах.

У міру того як життєвий цикл продукту переходить у стадію занепаду, попит, особливо в розвинених країнах, скорочується, виробництво й ринки збуту концентруються переважно в країнах, що розвиваються, а країна нововведення стає чистим імпортером, і займається розробкою нових товарів.

Теорія життєвого циклу продукту досить реалістично відображає еволюцію багатьох галузей, однак не є універсальним поясненням тенденцій розвитку міжнародної торгівлі. Якщо наукові дослідження й розробки, передова технологія перестають бути основним фактором, що визначає конкурентні переваги, виробництво продукту дійсно буде переміщатися в країни, що володіють порівняльною перевагою по інших факторах виробництва, наприклад, дешевій робочій силі. Однак існує багато товарів (з коротким життєвим циклом, високими витратами на транспортування, що мають значні можливості для диференціації по якості, вузьке коло потенційних споживачів тощо), які не вписуються в теорію життєвого циклу.

Теорія життєвого циклу продукту має своє застосування і в міжнародному туризмі. Ключовим елементом туристського продукту є туристський центр, якому властива еволюція, аналогічна життєвому циклу товару. У туризмі все починається з дослідження невеликої групи мандрівників-першовідкривачів, які хочуть уникнути інституціональних подорожей і любоватися дикою, ще ніким не зіпсованою природою. У цей період туризм не робить впливу на місцевість, а місцеве населення активно контактує з мандрівниками.

На стадії впровадження жителі нових туристських місцевостей самі починають залучати мандрівників, пропонуючи їм нічліг. Подальший ріст числа туристів стимулює місцеву владу розвивати інфраструктуру, як це відбувалося,

наприклад, на невеликих островах Карибського басейну та у Тихоокеанському регіоні.

Далі йде стадія розвитку, коли число туристів інтенсивно росте, особливо в пікові періоди, і іноді перевищує чисельність місцевого населення. Контроль за розвитком туризму переходить із рук місцевої адміністрації в руки зовнішніх компаній, які швидкими темпами починають розвивати інфраструктуру, тим самим змінюючи вигляд туристського центра, що народжується. Однак цей бурхливий розвиток має і свою негативну сторону – надмірне збільшення чисельності населення й пов'язане з цим навантаження на місця життєзабезпечення. На цій стадії розвитку перебувають такі країни Північної Африки, як Туніс і Марокко.

На стадії зрілості спочатку сповільнюється ріст прибуття іноземних гостей, хоча загальне число прибуваючих усе ще росте й перевищує чисельність місцевого населення. Центр туризму перетворюється в повністю завантажену частину індустрії туризму з готелями великих транснаціональних готельних ланцюгів і франчайзинговими підприємствами. Далі розвиток цього центра бізнесу, відпочинку й розваг досягає свого піка, після чого мода на нього падає, і він тримається тільки за рахунок повторних прибуттів, які коштують більших зусиль, що запроваджуються центром. В останнього виникають економічні й соціальні проблеми. Наочним прикладом таких центрів туризму можуть служити знамениті курорти Іспанії, Італії й Франції, а також курорти Карибського басейну.

На заключній стадії занепаду туристський центр стає малопривабливим для більшості туристів і при цьому сильнозалежним від рідких подорожуючих на короткі канікули або відпочиваючих з найближчих районів. Влада намагається пожвавити центр за допомогою залучення клієнтів, використовуючи нові канали просування й збуту або переоснащуючи центр для використання в інших цілях. Наприклад, так трапилося з дуже відомим курортом США під Нью-Йорком – Атлантик-Сіті, що був перетворений у центр ігрового бізнесу.

Т. Кравченко, студентка

СЕМЮЄЛЬ ХАНТІНГТОН „ЗІТКНЕННЯ ЦИВІЛІЗАЦІЙ”

В останній час глобалізація, зростання частки сучасних послуг і технологій у світовому валовому національному продукті за рахунок у тому числі енергоносіїв прискорили тенденцію відставання деяких цивілізацій, зокрема ісламської. Цю тенденцію поглибив демографічний вибух, що створив у більшості країн регіону застійне масове безробіття серед молоді.

Особливо нестерпним цей наростаючий конфлікт став в останні двадцять – тридцять років ХХ ст., коли інформаційна революція охопила весь світ. Почало наростати почуття безвиході, несправедливості світу. До того ж правителі багатьох країн регіону навіть не намагались виправити ситуацію, модернізувати свої суспільства. Система освіти залишається відсталою, становище жінок, практично виключених із суспільного виробництва, майже не змінюється.

Відсутність прогресу і навіть регрес суспільства в багатьох державах, окрім Ірану і маленьких нафтових князівств Перської затоки, продовжується. Відбувається не лише відносне, а й абсолютне зубожіння – зменшення реального ВВП на душу населення. Незадоволеність кидає частину людей до радикального ісламу, до звинувачення зовнішнього світу у власних бідах. Навколо корумповані й малоефективні правлячі кола спеціально направляють це незадоволення на зовнішній світ, на «Захід», на сусідів.

Постає проблема вирішення цих суперечок, конфліктів, зіткнень різних культур. Необхідним є продуктивний і м'який діалог між представниками різних цивілізацій для підтримання миру у світі.

На сьогодні в суспільстві існує, як мінімум, дві точки зору щодо причин загострення у відношеннях між Заходом та ісламським світом. Одна: в ісламському світі переважають авторитарні режими, протест громадянський. Інша точка зору: ми спостерігаємо зіткнення цивілізацій – західної та ісламської. Вперше про можливість такого зіткнення написав відомий професор політичних наук Гарвардського університету Семюел Хантінгтон ще в 1993 році. Спочатку в своїй статті в журналі «Форін аффіаз», а потім вже в книзі «Зіткнення цивілізацій», де він утвердив це як дане, як проблему найближчого майбутнього. А саме – головним фактором міжнародної політики 21 століття, вважає Хантінгтон, на відміну від 20-го століття, де зіткнення йшли по ідеологічним мотивам – «червоне-біле», «Захід – СРСР і сателіти», стане зростаюча напруга між групами країн, що сповідують різні культури, перш за все, релігійні традиції, за якими стоять швидко зростаючі економіки цих країн. Хантінгтон виділяє п'ять найбільших цивілізацій – західна, це США і Європа, ісламська, Китайська, православна – це, перш за все, Росія, і цивілізації Індії, плюс Японія, Латинська Америка й Африка. Він також припустив, що зіткнення відбудуться по лінії Захід-іслам і Захід-Китай, багато залежатиме від того, на чийому боці в цьому протистоянні будуть Росія, Японія й Індія.

У світі основним джерелом конфліктів стане не ідеологія чи економіка. Найважливіші кордони, що поділяють людство, і переважаючі джерела конфліктів будуть визначатися культурою. Нація-держава залишиться головною діючою особою в міжнародних справах, але найбільш значимі конфлікти глобальної політики будуть розгортатись між націями і групами, що належать до різних цивілізацій. Зіткнення цивілізацій стане домінуючим фактором світової політики. Лінії розлому між цивілізаціями – це лінії майбутніх фронтів.

Наступаючий конфлікт між цивілізаціями – завершальна фаза еволюції глобальних конфліктів у сучасному світі. Протягом півтора століття після Вестфальського миру, що оформив сучасну міжнародну систему, в західному ареалі конфлікти розгорталися переважно між правителями, які прагнули збільшити армії, укріпити економічну могутність, а головне – приєднати нові землі до своїх володінь. Цей процес породив нації-держави, і починаючи з Великої Французької революції, основні лінії конфліктів стали пролягати між націями.

Дана модель зберігалась протягом усього 19 ст. Кінець їй поклала перша світова війна, а потім, в результаті російської революції й відповідної реакції на

неї, конфлікт націй поступився місцем конфлікту ідеологій. Сторонами такого конфлікту були спочатку комунізм, нацизм і ліберальна демократія, а потім – комунізм і ліберальна демократія. Під час холодної війни цей конфлікт втілювався в боротьбу двох наддержав, ні одна з яких не була нацією-державою в класичному європейському сенсі.

З закінченням холодної війни підходить до завершення і західна фаза розвитку міжнародної політики. В центрі стає взаємодія між Заходом і незахідними цивілізаціями. На цьому новому етапі народи й уряди незахідних цивілізацій вже не виступають як об'єкти історії, а поряд з Заходом починають самі рухати і творити історію.

Під час холодної війни світ був поділений на «перший», «другий» і «третій». Зараз значно доречніше групувати країни, опираючись не на їх політичних чи економічних системах, не по рівню розвитку, а виходячи з культурних і цивілізаційних критеріїв.

Цивілізація являє собою деяку культурну сутність, елементи якої (регіони, етнічні групи, народи, релігійні общини) володіють своєю особливою культурою, що відображає різні рівні культурної неоднорідності. Можна визначити цивілізацію як культурну спільноту найвищого рангу, як найширший рівень культурної ідентичності людей. Цивілізації визначаються наявністю загальних рис об'єктивного порядку, такими як мова, історія, релігія, звичаї, інститути, - а також суб'єктивною самоідентифікацією людей. Культурна самоідентифікація людей може змінюватись, в результаті чого змінюються склад і кордони тієї чи іншої цивілізації.

Цивілізація може охоплювати велику масу людей як, наприклад, Китай. Але вона може бути і доволі мало чисельною як цивілізації англословянських жителів островів Карибського басейну. Цивілізація може включати декілька націй-держав, як у випадку з західною, латиноамериканською чи арабською цивілізаціями, або одну, як у випадку з Японією. Вочевидь, що цивілізації можуть накладатися одна на одну, включати субцивілізації. Західна цивілізація існує в двох основних варіантах: європейському і північноамериканському, а ісламська поділяється на арабську, турецьку і малайську. Не дивлячись на це, цивілізації являють собою певні цілісності. Межі між ними рідко бувають чіткими, але вони реальні. Цивілізації динамічні: в них буває підйом і занепад, вони розпадаються і зливаються, і можуть взагалі зникнути.

За підрахунками А.Тойнбі історія людства знала 21 цивілізацію. Лише шість з них існують у сучасному світі.

Ідентичність на рівні цивілізації буде становитися все більш важливою, і світ значною мірою формуватиметься в ході взаємодії семи-восьми великих цивілізацій. До них відносяться західна, конфуціанська, японська, ісламська, індуїстська, православно-слов'янська, латиноамериканська і, можливо, африканська цивілізації. Найбільш значимі конфлікти майбутнього розгорнуться вздовж ліній розлому між цивілізаціями. Цьому існує декілька причин. По-перше, відмінності між цивілізаціями не просто реальні. Вони найбільш суттєві. Цивілізації не схожі по своїй історії, мові, культурним традиціям і, що найважливіше, - релігії. Люди різних цивілізацій по-різному дивляться на

відносини між богом і людиною, індивідом і групою, громадянином і державою, батьками і дітьми, чоловіком і дружиною, мають різні уявлення щодо співвідносної значимості прав і обов'язків, свободи і примушення, рівності та ієрархії. Ці відмінності складаються століттями. Вони не зникнуть у найближчому майбутньому. Звичайно, відмінності не обов'язково зумовлюють конфлікт, а конфлікт – насилля. Проте протягом століть найбільш тривалі і кровопролитні конфлікти породжувались саме відмінностями між цивілізаціями.

По-друге, світ стає більш тісним. Взаємодія між народами різних цивілізацій посилюється. Це призводить до росту цивілізаційного самоусвідомлення, до поглиблення розуміння відмінностей між цивілізаціями і спільнотами в рамках цивілізації. Наприклад, північноафриканська імміграція у Францію викликала у французів вороже відношення, і в той же час укріпила доброзичливість до інших іммігрантів (католикам і європейцям з Польщі).

По-третє, процеси економічної модернізації і соціальних змін у всьому світі розмивають традиційну ідентифікацію людей з містом проживання, одночасно послаблюється і роль нації-держави як джерела ідентифікації. Утворені в результаті лакуни головним чином заповнюються релігією, нерідко в формі фундаменталістських рухів. Подібні рухи склалися не лише в ісламі, але й у західному християнстві, іудаїзмі, буддизмі, індуїзмі. В більшості країн і конфесій фундаменталістські рухи підтримують освічені молоді люди, висококваліфіковані спеціалісти з середніх класів, особи вільних професій, бізнесмени.

По-четверте, ріст цивілізаційного самоусвідомлення диктується роздвоєнням ролі Заходу. З одного боку, Захід знаходиться на вершині своєї могутності, а з іншого – серед незахідних цивілізацій відбувається повернення до власних коренів, інтенсивний процес девестернізації.

По-п'яте, культурні особливості і відмінності менш піддані змінам, ніж економічні і політичні, і внаслідок цього їх складніше вирішити чи звести до компромісу.

І, нарешті, посилюється економічний регіоналізм. Частка внутрішньорегіонального торговельного обороту по всім регіонам зросла. З одного боку, успіх економічного регіоналізму укріплює усвідомлення належності до однієї цивілізації. А з іншого – економічний регіоналізм може бути успішним, лише якщо він корениться в спільноті цивілізації.

Т. Лисюк, студентка

ЗАСАДИ ЛІБЕРАЛІЗАЦІЇ КРАЇН ПЕРЕХІДНОЇ ЕКОНОМІКИ

Більшість країн трансформаційного типу (серед них і Україна) декларували прагнення лібералізувати зовнішньоторговельну діяльність та інтегруватися у міжнародний торговельно-економічний простір на правах членів СОТ з тим, щоб сприяти підвищенню конкурентоспроможності власних товаровиробників і збільшенню їхнього експортного потенціалу. Вибір цих

країн на користь приєднання до СОТ є виправданим з тієї точки зору, що у перспективі він має забезпечити відповідні зміни внутрішнього інституційного середовища, сприяти розширенню експортних можливостей і стати ключовим етапом процесу їхньої інтеграції у міжнародне економічне співтовариство. Проте очікування країн - претендентів на членство в головній координуючій структурі світової торгівлі мають співставлятися з адекватною оцінкою реальних передумов і ступеня їхньої готовності до цього кроку. Необхідна аналітична оцінка відповідності вимогам, що висувуються до потенційних членів СОТ, а також перспектив їхнього післяінтеграційного функціонування надається у щорічних публікаціях-звітах СОТ.

Так, якщо раніше регулюючі норми ГАТТ у повному обсязі розповсюджувались практично тільки в країнах з розвинутою ринковою економікою, то тепер в сферу їх безпосереднього системного впливу потрапила не тільки значна кількість країн, що розвиваються, але й держав з перехідною економікою. Більше того, внаслідок універсалізації ГАТТ об'єктивно виникла нова ситуація, коли залишатись поза межами міжнародних норм ГАТТ/СОТ стало стратегічно не вигідним для будь-якої країни, яка розраховує на тісну інтеграцію в міжнародні економічні структури та повне використання переваг міжнародного поділу праці.

З іншого боку, почалося поширення процесу лібералізації торгівлі та міжнародних регулюючих норм на ті сфери, які раніше були прерогативою виключно національного або регіонального (у випадку ЄС) регулювання. Мова йде про регулювання ринків сільськогосподарської продукції, текстильних виробів і готового одягу, ринки послуг, іноземні інвестиції, питання інтелектуальної власності, проблеми, пов'язані з технічними бар'єрами у торгівлі, які раніше переважно випадали з цієї системи. Таким чином міжнародна торговельна система переростає у комплексну систему лібералізації та регулювання міжнародних економічних відносин в цілому.

Наші найближчі сусіди — Польща, Румунія, Болгарія, країни Балтії та інші — є членами СОТ. І ми можемо на їхньому прикладі побачити і переваги, і недоліки участі в цій організації. Так, Польщу зазвичай наводять як приклад, оскільки ця країна за своїм геополітичним становищем схожа на Україну. Вона мала фактично такі самі пострадянські стартові умови, майже таку ж площу і кількість населення, місце розташування на континенті. Польща вступила до СОТ десять років тому. Через два роки після цього ВВП країни збільшився в півтора разу. Рівень прямих іноземних інвестицій зріс із чотирьох мільярдів доларів 1996 року до дев'яти з половиною мільярдів 2000-го. Така ж картина спостерігається і в інших східноєвропейських країнах.

Цьому є кілька об'єктивних причин. Насамперед членство в СОТ не просто відкриває для країни нові ринки збуту, а й створює цілком нові умови роботи на ринках звичних. Правила Світової організації торгівлі пропонують країнам-учасникам однаково ставитися до всіх товарів, незалежно від країни походження. Будь-які преференції або квоти для країн або конкретних виробників у рамках СОТ можливі тільки після досягнення консенсусу між усіма зацікавленими сторонами під час переговорів. Так, після вступу України

до цієї організації очікується зменшення або зняття квот на поставки українського металу в країни ЄС, що приводить українських металургів до лав прибічників вступу нашої країни до цього престижного міжнародного клубу. Крім цього, членство в ньому надає країні безліч ефективних важелів захисту своїх товаровиробників — антидемпінгових розслідувань, гарантій проти торгової дискримінації та інших, що має дати вітчизняному виробнику впевненість у завтрашньому дні. Все це допоможе не тільки експортерам, а й тим підприємствам, які закупають за кордоном якісні товари і сировину.

Членство в СОТ не зводиться лише до торгових квот. Основна умова вступу до СОТ — приведення внутрішнього законодавства у відповідність до стандартів організації. Стандарти ці відпрацьовані десятиліттями і постійно удосконалюються. Активізація міжнародної торгівлі й інвестицій приведе і до підвищення активності на внутрішньому ринку, збільшення кількості підприємств, робочих місць, податкових надходжень до скарбниці. Саме так відбувалося в тій-таки Польщі чи Болгарії.

Очевидною перевагою участі країн трансформаційного типу у СОТ є поліпшення можливості попередження заявок щодо захисних торговельних заходів (антидемпінг, компенсаційні та попереджувальні заходи), які стосуються застосування гарантійних процедур, тривалості та виду застосованих заходів. Протягом 1995-2004рр. країни з перехідною економікою, які не є членами СОТ, фігурували в якості відповідачів у багатьох антидемпінгових процесах. Як країни з „неринковою економікою”, вони мали менше пом’якшуючих обставин при оцінці демпінгового прибутку, щодо них застосовувався більш широкий спектр антидемпінгових заходів.

Важливість та переваги отримання статусу країни з ринковою економікою для України підтверджується результатами антидемпінгових розслідувань стосовно українських експортерів хімічної продукції. В 2003 році Європейською асоціацією виробників добрив було ініційовано антидемпінгове розслідування стосовно імпорту карбаміду з України. Завдяки тому, що провідні вітчизняні імпортери цієї продукції — ВАТ “Дніпроазот” (м. Дніпродзержинськ) та ВАТ “Азот” (м. Черкаси) — в ході розслідування були визнані ринковими компаніями, для них Європейська комісія встановила в 2004 році імпортне мито на рівні відповідно 8,85 та 16,27 євро за тонну, тоді як для всіх інших українських виробників — 16,84 євро за тонну.

Поряд з цим, слід звернути увагу на той факт, що успішне завершення антидемпінгових процесів, розпочатих стосовно України, не може бути стратегічною метою приєднання до СОТ. Для укріплення своїх зовнішньоекономічних позицій українські експортери мають підвищувати не цінову, а стратегічну (структурну) конкурентоспроможність, тобто набувати та використовувати технологічні переваги.

В теоретичному аспекті відчутність позитивних і негативних наслідків для кожної країни, що стає членом міжнародної торговельної організації, передусім визначається рівнем конкурентоспроможності її національних виробників і їхньої здатності диверсифікувати ринки збуту продукції. Це означає, що задля

підтримання на існуючому рівні обсягів випуску в країні залежність від зовнішніх ринків і виробників має бути не досить значною.

Дослідження експертів СОТ охоплюють вплив на торговельну політику, доступ на ринки, структурні реформи, торгівлю, інвестиції тощо

Відзначимо, що для всіх країн з перехідною економікою членство у СОТ стало першим кроком інтеграції у світові ринки і приєднання до міжнародної спільноти. Шість країн з перехідною економікою підписали угоди ГАТТ до 1994 р.: Польща (1967), Румунія (1971), Угорщина (1973), Чеська республіка (1993), Словаччина (1993) і Словенія (1994). Одинадцять інших країн приєдналися вже до СОТ (за порядком вступу – Болгарія (1996), Монголія (1997), Киргизстан (1998), Латвія (1999), Естонія (1999), Грузія (2000), Албанія (2000), Хорватія (2000), Литва (2001), Молдова (2001), Вірменія (2003). Звичайно, на наслідки вступу до СОТ вплинули умови вступу. Вважається, що процес вступу значною мірою визначається неписаними правилами, що беруть витоки з попередніх прецедентів [3]. Такі неписані правила, стосуються, зокрема, і статусу країн-кандидатів. Загалом, СОТ не має визначення “розвинених” країн і “тих, що розвиваються”. Статус членів визначається тим, чи застосовуються до них заходи “спеціального і диференційованого режиму”. Країна сама може презентувати себе у СОТ як країна, що розвивається, проте, інші країни можуть ставити під сумнів це визначення. Отже, умови вступу до СОТ залежать від обраної стратегії вступу і вміння вести переговори.

Протягом останнього десятиріччя країни Центральної та Східної Європи зробили значні кроки у напрямку лібералізації своїх торговельних і інвестиційних режимів. Членство у СОТ сприяло лібералізації ринків, але не відіграло в цьому процесі визначальної ролі. Торговельні і інвестиційні режими встановлювалися в ході переговорів про набуття членства у ЄС, регіональних договорів про вільну торгівлю, митних угод і угод про захист інвестицій між країнами. Лише у специфікації технічних, санітарних і фітосанітарних стандартів умови СОТ були більш жорсткими. Аналіз статистичних даних показує відсутність невиправданого тиску з боку СОТ на країни з перехідною економікою у напрямку відкриття внутрішнього ринку. Багато країн лібералізували свої внутрішні ринки незалежно від вимог Світової організації торгівлі, і в результаті їх зобов'язання перед СОТ навіть менш “ліберальні”, ніж фактичний рівень відкритості ринків.

С. Покляцький, студент

ТЕОРІЯ ПОЛЮСІВ РОСТУ (GROWTH POLE THEORY) ФРАНСУА ПЕРРУ І РЕГІОНАЛЬНА ПОЛІТИКА

Перру Франсуа (1903 – 1987) – французький економіст, голова інституціонально-соціологічного напрямку. Під полюсами росту він розумів компактно розміщені галузі промисловості, які динамічно розвиваються,

породжуючи ланцюгову реакцію виникнення і росту промислових центрів на периферії. Полюса росту створюються в цілях активізації економічної діяльності у відсталих периферійних, проблемних районах, в „полюса росту” концентровано направляються нові інвестиції замість „розпилення” їх по всьому району. Таким чином нові виробництва, які створюються мають більше шансів забезпечити агломераційну економію – вигоди від використання загальної інфраструктури, розширення ринків збуту. Теорія полюсів росту покладена в основу регіональних програм розвитку багатьох країн світу.

Основною категорією є поняття галузі промисловості. В теоретичній моделі галузі є первинними одиницями аналізу, вони розглядаються як дещо існуюче в абстрактному економічному просторі. В теорії полюсів росту поняття „економічний розвиток” дане таке визначення: це структурна зміна, яка викликана зростанням нових „захоплюючих” галузей. Дані галузі містять в собі рушійну силу економічного розвитку. Ці галузі – полюса росту, які спершу ініціюють, а потім розповсюджують розвиток на навколишній простір. Сильна сторона полюсів росту в тім, що вона отримала визнання в якості основної теорії ініціації і розповсюдження розвитку. В її основі лежить ефект домінування, який був відкритий Франсуа Перру (François Perroux's domination effect). Співзвучними теорії полюсів росту є роботи Гуннара Мюрдала і Альберта Хіршманна.

Хоча запровадження, яке вироблене в теорії Перру корисне, воно не змогло зайняти позицію головної теорії економічного розвитку. Практичне призначення дана теорія знайшла в розробці стратегій центрів економічного розвитку.

Ф. Перру. Ефект домінування та теорія економічного розвитку. Економічний світ Ф. Перру базується на нерівності, як основному принципі господарського життя. Він вважає, що в соціально-економічній системі сучасного капіталістичного суспільства немає ніяких внутрішніх спонукань, які б штовхали цю систему до встановлення нерівності. Нерівність витікає з розбіжностей в розмірах виробництва і капіталу, із різноманітної ступені інформованості партнерів, із належностей до різних галузей господарства. Головний результат нерівності – існування домінуючих та підлеглих економічних одиниць. Відношення між ними будується по-іншому, як при простому товарному виробництві. В мережу відношень входить примушення, як специфічне „економічне благо”, яке надає власнику економічну вигоду. Домінуючі одиниці зобов’язують інших погоджуватися на умови, які пропонуються в односторонньому порядку умови угод або співробітництва.

Нерівність господарських одиниць має в своєму наслідку деформацію економічного простору. Один з найбільш цікавих видів деформації, описаних Перру, - поляризація простору навколо провідної галузі „полюса росту”. Підприємства, які входять до поляризованого простору встановлюють нерівноправні відносини до його полюсів, використовують на собі його захопливий вплив чи діяння, які тормозять.

„Галузі - мотори” (швидкоростучі галузі, такі, як хімічна, машинобудування, нафтопереробка, а також новітні галузі: електроніка, атомна

енергетика), як домінуючі одиниці, володіють потужним „ефектом приваблення”, збільшуючи масштаби і темпи економічної експансії і модифікуючи структуру всієї національної економіки.

„Ефект приваблення” заснований на взаємозалежності всіх економічних одиниць. Одиниця „приваблення” може діяти на одиницю „приваблену” шляхом ефекту розмірів (пред’являючи більш високий попит на її продукцію і стимулюючи тим самим зростання її виробництва), „ефекту виробництва” (знижуючи ціни на свої товари) і „ефекту нововведень”. Наступний крок в логічному розгортанні категорій Ф. Перру робить через теорію макроодиниці та макрорішень. Якщо „ефект домінування” – вихідним пунктом загальної теорії економічної діяльності, то макрорішення – її найбільш центральна важлива частина. Деформація економічного простору навколо домінуючої одиниці означає зміну форми і змісту відносин між економічними одиницями, які входять до простору. Якщо в моделях абсолютної конкуренції кожна фірма діє самостійно, керуючись тільки рівнем єдиної ціни на ринку її продукції і висотою своїх витрат, то, потрапивши до поляризованого простору вона повинна при прийнятті рішень врахувати прямий або непрямий примус, який виходить із полюсів – від домінуючої одиниці. Це змінює всі умови рівноваги (співвідношення між рівнем затрат, випуском і цінами) в даному просторі. Його параметри відклоняються від параметрів в інших місцях загальнонаціонального економічного простору, стають частково незалежними. В поляризованому просторі економічні одиниці ведуть себе вже не як взаємозалежні партнери, а як члени єдиного, системно організованого цілого. Таку сукупність Ф. Перру називає макроодиницею.

Вища економічна одиниця, приймаючи рішення, керується великим числом відомих партнерів, чим інші одиниці, їй відомі. Як правило, вже на стадії прийняття рішень плани молодших партнерів-конкурентів. Володіючи в достатку здібністю до примусу, вища одиниця може вже на стадії виробки планів повпливати на них таким чином, щоб забезпечити найбільшу економічність всього угруповання. Таке угруповання стає системно організованою і перетворюється в мікроодиницю. Сукупна ефективність діянь партнерів підвищується. Можна навіть підрахувати ступінь збільшення економічності шляхом порівняння витрат на конкурентну боротьбу до і після перетворення даної сукупності в систему. Французький економіст висунув тезу про те, що всередині макроодиниці змінюється природа і зміст конкуренції. Із стихійної, агресивної, неорганізованої вона стає „колективною”, перетворюється в „боротьбу - змагання”; зміна природи конкуренції впливає на весь механізм розподілу ресурсів, тобто – на рух капіталів всередині галузі і між галузями. В його основі лежить тепер не тільки устремління забезпечити максимальний індивідуальний дохід для кожного підприємства, але й максимальний прибуток для макроодиниці в цілому. А це означає, що норма прибутку у окремих підприємств не регулюється величиною їх особистого капіталу. Зміни природи конкуренції впливають і на ціни. Ціни в рамках макроодиниці є вже функцією не попиту і пропозиції, регулюються не витрати найбільшого підприємства, а

стають функцією вищої форми управління, яка організовує виробництво і впливає на попит.

Домінуюча макроодиниця представляє собою своєрідний „полюс росту”. Вона породжує „ефект агломерації”, об’єднуючи доповнюючи один одного види діяльності в одне ціле. „Полюса росту”, під якими можна розуміти і фірму, і галузь, і комплекс галузей, які володіють сильним „ефектом приваблення”, утворюють „зони розвитку”, „вісі розвитку” в регіоні чи країні. Ф. Перру вважає, що важлива задача економічної політики держави полягає у створенні таких „полюсів росту” і свідомому управлінні держави середовищем розповсюдження ефекту. Базуючись на концепції „домінуючої економіки” і поняття неоднорідності росту Ф. Перру робить наступні висновки відносно практики планування в умовах капіталізму: по-перше, збалансований ріст не здійснений, політика росту – це завжди політика нерівномірного росту незалежно від того, досягається вона, чи свідомо, чи відбувається стихійно; по-друге, політика росту, здійсненна як структурна політика, направлена не на пристосування до існуючих структур, а не активне перетворення структур в бажаному напрямку; по-третє, оскільки ріст нерівномірний, структурна політика є обов’язково політика виборча, а не глобальна, як в рекомендаціях кейнсіанців.

Вся логіка еволюції „домінуючої економіки” спонукає державу стати „центром по прийняттю рішень”. Держава не лишає підприємства автономії повністю, але обмежує її. Її задача стає не тільки проведення антициклічної політики, але й складання довгострокових програм розвитку максимально швидкими темпами. Тільки така далеко видна політика забезпечує „гармонізований ріст”.

Ф. Перру виділяє три принципи, яких повинна притримуватися політика гармонізованого росту: по-перше, максимізація валового реального продукту і мінімізація його коливань; по-друге, зменшення диспропорції сферами економіки; по-третє, гуманізація послідовних станів рівноваги, з врахуванням того, що відповідність темпів росту наявної робочої сили, потужностях, інвестиціях, збереженням „є, в сутності, відповідно планам живих людей і реальних соціальних груп”.

Теорія полюсів росту – є єдиною теорією, яка охоплює всі основні аспекти регіональної політики і до того ж містить конкретні намічання міроприємств. В теорії полюсів росту є декілька дуже важливих, принципіальних тезисів, про які часто забувають.

Перечислимо деякі з них:

1. полюс росту не самоціль, а засіб підйому району;
2. полюс росту ефективний тільки в мережі із таких же полюсів;
3. полюс росту повинен володіти чудовим зв’язком з рештою пунктами району, щоб використовувати його ресурси і передавати їм нові нововведення і інші імпульси розвитку;
4. полюс росту повинен здійснювати зв’язок між країною та регіоном;
5. полюс росту може бути самої різної важливості – міжнародний (зв’язок країни з світом), національний, регіональний і місцевий (наприклад,

центральна садиба колгоспу у часи СРСР) і масштабу – від окремого поселення до цілого району;

6. головна ціль – пробудження стимулів і сил саморозвитку.

Теорія полюсів росту швидко завоювала широку популярність в країнах Західної Європи, і практично всі ці країни ще в 60-х роках положили дану теорію в основу своєї регіональної політики. Спочатку мова йшла тільки про підйом відстаючих і депресивних районів, використання полюсів росту в якості інструмента політики вирівнювання. Пізніше з'явилася ідея підтримки основних центрів для підтримування конкурентоспроможності країни. Через деякий час полюси росту стали роздивлятися як каркас всієї територіальної структури суспільства, в незалежності від того, чи розміщувались вони в процвітаючій частині країни чи у відсталій. Так створилася концепція поляризованого простору.

В рамках регіональної політики „прийняті” моделі полюсів росту мали два наслідки. По-перше, стали скорочуватися площі офіційно виділяємих кризисних ареалів. По-друге, в додаток до останніх, в якості об'єктів регіональної політики, стали виділяти (як на території цих ареалів, так і поза нею) окремі населенні пункти і навіть їх частини. Особливо прикрим було те, що термін дії полюсів росту був значно довшим, чим термін перебування політиків у владі (як правило 8 – 10 років). Отже виходило, що політик, який впровадив теорію полюсів росту в свою регіональну політику, прирікав себе на те, що під час його знаходження у владі скажуться тільки негативні сторони цієї теорії (обезкровлювання району заради полюса росту), а позитивні результати достануться тому, хто прийде на зміну. В результаті в 70-х роках багато країн відмовились від практики полюсів росту. Класичним прикладом полюсів росту є нові столиці країн, що розвиваються, які будуються для приваблення інвестицій і економічного розвитку слабо засвоєних центральних територій.

В. Сидорук, студент

ТЕОРІЯ ЦИВІЛІЗАЦІЙ А. ТОЙНБІ

Одним із найголовніших представників цивілізаційної теорії був Арнольд Джозеф Тойнбі (Toynbee), англійський історик і соціолог, у 1919-1924 рр. - професор Лондонського університету, у 1925-1955 рр. - Лондонської школи економічних наук.

Аналізуючи теорію циклів цивілізацій, необхідно з'ясувати, сутність поняття цивілізації, згідно трактування А.Дж.Тойнбі.

Виходячи з того, що будь-яка країна, політичний союз тощо повинні розглядатися не самі по собі, а виходячи з “історичного контексту”, Тойнбі приходить до висновку про наявність певних фундаментальних сутностей, на аналізі яких необхідно сфокусувати увагу історика. Такими сутностями і є цивілізації. Вони “являють собою ... суспільства з більш широкою довжиною, як у просторі, так і в часі, аніж національні держави, чи будь-які інші політичні союзи”.

Саме цивілізації (у порівнянні їх між собою) повинні розглядатися істориками. В цьому випадку необхідно пам'ятати, що жодна з цивілізацій не охоплює собою людства в цілому. Наступність у розвитку цивілізацій набагато менша, ніж наступність між фазами розвитку однієї цивілізації.

Проводячи аналіз історії, Тойнбі виокремлює двадцять одну цивілізацію, яка коли-небудь існувала на Землі (дана цифра змінюється відповідно до логіки викладення у книзі автора). На даний момент їх залишилося п'ять (не враховуючи дві реліктові):

- 1) Західна християнська
- 2) Православна християнська
- 3) Ісламська
- 4) Далекосхідна
- 5) Індуїстська

Між окремими з цих цивілізацій існують родинні взаємини, наприклад, - між західною християнською і православною християнською, що знаходяться одна з одною у “сестринських” стосунках та походять з однієї еллінської цивілізації. Цивілізації, окрім цього, взаємодіють одна з одною і можуть взаємовпливати одна на одну.

Тойнбі також принципово заперечує і концепцію “єдності цивілізації”, пояснюючи її гіпертрофованим почуттям євроцентризму сучасних істориків: “Західні історики /.../ вважають, що на разі уніфікація світу на економічному ґрунті Заходу більш-менш довершена, а звідси, як вони вважають, має місце уніфікація і по інших напрямках. Крім того, вони плутають уніфікацію з єдністю, перебільшуючи, таким чином, роль ситуації, що історично склалася зовсім недавно і не дозволяє поки говорити про створення єдиної Цивілізації, тим більше ототожнювати її з західним суспільством”.

Окремої уваги в процесі характеристики цивілізаційної концепції А.Дж.Тойнбі заслуговує проблема дослідження стадій циклічності розвитку цивілізацій.

Кожна цивілізація, на думку Тойнбі, проходить на своєму життєвому шляху наступні стадії:

1) Стадія зародження - генезис. Цивілізація може виникнути або в результаті мутації примітивного суспільства або на руїнах “материнської” цивілізації.

2) За стадією генезису має місце стадія зростання, на якій цивілізація розвивається в повноцінну соціальну структуру. Під час зростання цивілізацію постійно підстерігає небезпека переходу в стадію надламу, що, як правило, (але не обов'язково) змінюється стадією розпаду. Розпавшись, цивілізація або зникає з обличчя Землі (єгипетська цивілізація, цивілізація інків) або дає життя новим цивілізаціям (еллінська цивілізація, що породила через всесвітню церкву західне і православне християнство).

Слід звернути увагу, що в цьому життєвому циклі немає тієї фатальної зумовленості розвитку, яка присутня у циклі цивілізації, запропонованому Освальдом Шпенглером. Якщо у Шпенглера цивілізація - це живий організм,

котрий проходить стадії зростання, “дозрівання”, занепаду і, нарешті, розпаду, то Тойнбі відходить від трактування цивілізації, як певної неподільної сутності, вважаючи що “суспільство не є і не може бути нічим іншим, окрім як посередником, за допомогою якого окремі люди взаємодіють між собою. Особистості, а не суспільства створюють людську історію».

Така інтерпретація суспільства дозволяє відповісти на питання про зумовленість розвитку: якщо всі індивіди, котрі складають дане суспільство, зможуть перебороти надлам у душі, то й суспільство в цілому зможе перебороти цю стадію. “Надлами цивілізацій не можуть бути результатом повторюваних чи поступальних дій тих сил, котрі знаходяться поза людським контролем”. Звідси можна констатувати, що Тойнбі відкидає ідею фаталізму в процесі розвитку цивілізації, визначаючи можливість свободи вибору конкретної людини.

Наступною важливою проблемою, котру прагне проаналізувати А.Тойнбі у межах своєї цивілізаційної концепції є проблема пошуку рушійної сили в розвитку цивілізацій.

У пошуках своєрідного першопринципу цивілізаційного розвитку Тойнбі приходить до концепції Виклику-і-Відповіді. Не знайшовши детермінованих, “неживих” причин зародження і розвитку цивілізацій, Тойнбі пропонує у якості основи світопорядку категорію протиріччя. Остання розуміється навіть глибше - конституюючись у якості основного рушійного механізму історії. Аргументацію такого вибору Тойнбі презентує через аналіз міфу про спокусу тварини Божої Дияволом і наступним перетворенням у дещо іншу якість. На першому етапі Диявол (Виклик) виводить систему з рівноважного і пасивного стану Інъ у збуджений і активний стан Янь. Відповіддю на виклик повинно бути або зростання – “перехід у більш високу і складнішу структуру”, або смерть (програш). Зійшовши на нову ступінь, система знову виводиться з рівноваги і так до безкінечності, поки на черговий виклик не надійде адекватної відповіді. Виклики можуть бути як зовнішніми (стимули, необхідні для генезису цивілізації) так і внутрішніми (творчий порив генія, розвиток науки). Причому системі потрібна лише первинна наявність зовнішніх стимулів, які потім, у міру розвитку системи перетворюються у внутрішні виклики. Саме таке динамічне, прогресуюче протиріччя і є запорукою розвитку цивілізації та індивідів як її складових.

Деякі з викликів можуть отримувати гідні відповіді, у той час як інші можуть залишитися і без відповіді. Якщо суворість виклику буде підсилюватися до нескінченності, чи гарантується тим самим нескінченне збільшення енергії, вкладеної у відповідь на існуючий виклик? Тойнбі стверджує, що найбільш стимулюючий вплив справляє виклик середньої сили. Слабкий виклик не може змусити систему перейти на якісно новий рівень, у той час як надмірно сильний виклик може просто її зруйнувати.

Система Тойнбі характеризується як антропоцентрична в тому сенсі, що у ній суспільству місце “простору дії”, але не носія творчої сили. Тому і “виклики” призначаються насамперед людям. Тут Тойнбі певною мірою погоджується з позицією французького філософа Анрі Бергсона: “Ми не віримо в “несвідомий” фактор Історії, так звані “великі підземні плини думки”, на які часто

посилаються, можливо лише тому, що великі маси людей виявилися захопленими чимось одним, особистістю, висунутою з загального натовпу. Немає потреби повторювати, що соціальний прогрес обумовлюється насамперед духовним середовищем суспільства. Якісний стрибок має місце лише тоді, коли суспільство зважується на експеримент. Це, в свою чергу, означає, що суспільство або піддалося переконанню, або було виведено з рівноваги кимсь”.

Однак більшість членів суспільства є інертною, пасивною і нездатною дати гідну відповідь на вимоги долі. Щоб набуті такої можливості суспільство потребує наявності, Особистостей, “надлюдей”. Лише вони здатні дати відповідь, повести за собою всіх інших.

Тойнбі вказує, що ними можуть бути як окремі люди (Ісус, Мухаммед, Будда) так і соціальні групи (англійські нонконформісти). У будь-якому випадку суспільство розколюється на дві взаємодіючі частини: на творчу, іманентно вододіючу конструктивним потенціалом меншість і основну інертну масу.

Тойнбі стверджує про існування такого механізму взаємодії між творчою та інертною частинами суспільства як “мимесис” - соціальне наслідування. Мимесис з'являється в людини задовго до вступу суспільства у фазу розвитку. Його можна спостерігати й у суспільствах з примітивним укладом і в розвитих цивілізаціях. Однак дія мимесису в цих двох випадках прямо протилежна: якщо в примітивних суспільствах мимесис, виражаючись у звичаях і наслідуванні старійшинам, спрямований у минуле і є гарантом стабільності суспільства, то при вступі суспільства на шлях цивілізації мимесис в основному спрямований на творчу меншість, будучи в такий спосіб сполучною ланкою між активними і пасивними його членами. Отже, для успішної відповіді на виклик необхідна наявність у суспільстві наступних факторів:

- у суспільстві повинні бути наявні люди, здатні зрозуміти виклик і дати на нього відповідь;
- більшість повинна бути готовою до прийняття даної відповіді. Іншими словами, вона повинна “дозріти” для відповіді.

А. Тищенко, студентка

ЗОВНІШНЬОЕКОНОМІЧНИЙ КОМПЛЕКС ПІВДЕННО-ЗАХІДНОЇ АЗІЇ

Дослідження зовнішньоекономічних зв'язків країн та регіонів видається доволі корисним та актуальним у сучасному глобалізованому світі з огляду на необхідність визначення Україною власної «ніші» у міжнародному поділі праці. Для України регіон Південно-Західної Азії цікавий тим, що він набуває все більшої і більшої ваги у зовнішньоекономічних відносинах, є потенційним партнером і донором капіталовкладень в українську економіку.

Щодо чинників формування зовнішньоекономічного комплексу країни чи регіону, то їх можна об'єднати в три групи:

© А. Тищенко, 2007

Перша – природно-географічні особливості території: кліматичні умови, площа території й чисельність населення, родючість ґрунту, економіко-географічне положення, природні ресурси. Вони є історично і логічно вихідними у формуванні зовнішньої економіки. Однак з економічним і науково-технічним прогресом людської цивілізації значення більшості з них певною мірою втрачається.

Друга група – соціально-економічні чинники: науково-технічний та економічний потенціал країни (регіону), виробничий апарат, масштаби і серійність виробництва, темпи створення об'єктів виробничої та соціальної інфраструктури, особливості історичного розвитку, соціально-економічний тип національного виробництва й зовнішньоекономічних зв'язків та ін. У своїй сукупності вони відображають рівень економічного та науково-технічного розвитку країни, а також її народногосподарську структуру. Таким чином, ця група чинників визначає якісний стан зовнішнього сектора економіки.

Третя група чинників (масштаби науково-дослідних робіт, мінімальні й оптимальні розміри підприємств, технологічна диверсифікація та ін.) пов'язана з розвитком науково-технічного прогресу. У сучасному світі ці чинники мають тенденцію до домінування. Розширення масштабів їх використання зумовлює модифікацію внутрішньої структури зовнішньої економіки та поліпшує її якісний стан.

Стосовно регіону Південно-Західної Азії особливістю території є її велика площа (6,8 млн км²), нерівномірний розподіл населення між країнами регіону, складні кліматичні умови (аридність), низька родючість ґрунту. Проте регіон має дуже вигідне економіко-географічне положення в контактній зоні трьох частин світу, «обслуговується» багатьма морями і має в наявності значні запаси вуглеводнів, які нерівномірно розподілені між 16-ма країнами. Ще однією особливістю регіону є розташування в ньому надзвичайно багатих (Ізраїль, ОАЕ, Катар, Бахрейн) і надзвичайно бідних країн (Афганістан, Ємен).

Ще донедавна визначальними для регіону були *природні конкурентні переваги*, які домінують у формуванні товарної структури зовнішньої торгівлі країн, що розвиваються. Ці країни, як правило, експортують сировину та сільськогосподарські продукти, а імпортують продукцію машинобудування та хімічної промисловості, транспортні засоби й капітальне обладнання.

Природними конкурентними перевагами країн Перської затоки є наявність великих розвіданих запасів нафти (65% світових запасів) і природного газу, а також провідні позиції по видобутку нафти (30% світового видобутку). Саме на «нафодоларах» виросла економіка багатьох країн цього регіону. Проте завдяки диверсифікації промислової структури країни змогли послабити свою залежність від нафтового фактора шляхом розвитку супутніх нафтовидобутку галузей (нафтохімія, металургія тощо), виробництва електроніки, текстильної індустрії. Наприклад, Ізраїль – нині він має міцні позиції на світовому ринку у виробництві медичної електроніки, засобів зв'язку, в авіа- і суднобудуванні (особливо військовому). Важливе місце займає обробка імпортованих алмазів. В Ізраїлі, Туреччині та деяких „золотих князівствах” регіону (наприклад, ОАЕ) розвивається машинобудування високих технологій (електронне і для ВПК).

Характерним є, що висока частка сфери послуг у ВВП притаманна всім країнам регіону. Швидкими темпами розвивається туризм і – особливо – фінансова сфера.

Зараз країни регіону є власниками значних валютно-фінансових ресурсів, експортерами капіталу в промислово розвинені країни та країни, що розвиваються. У Бахреїні 150 банків оперують понад 60 млрд дол., в ОАЕ – 60 банків – до 40 млрд дол. Бахрейн, ОАЕ і Катар є лідерами за розвитком офшорних банківських зон. На Кіпрі нараховується 17 тис. офшорних компаній. На країни Близького і Середнього Сходу припадає загалом нині до 5% світових золотовалютних запасів.

Найбільш багаті нафтоекспортуючі монархії доволі розвинулися в області інвестування в західні економіки. Від простого розміщення капіталу під відсотки вони перейшли до цілеспрямованих вкладень, вростанню – завдяки придбання значних пакетів акцій – в структури ТНК і крупних міжнародних фінансових організацій (включаючи МБРР і МВФ). Обсяги іноземних інвестицій Саудівської Аравії нараховує вже сотні мільярдів доларів, при чому більша частина їх направляється в США. Кувейт є співвласником десятків британських, канадських, американських, західноєвропейських і японських компаній, включаючи такі, як “British petroleum”, “General Motors”, “IBM”, “General Elektrik”, “Kodak”, “Луржи”, “Total Fina ELF”, “Хітачі”, “Міцубісі” й “Соні”.

Україна і Близький Схід. З точки зору інтересів України регіон є одним з найсприятливіших ринків для українських товарів, необкладених різного роду тарифними монопольними і протекціоністськими обмеженнями. Після загострення конфлікту з європейськими й американськими ринками східні країни з великими капіталами можуть бути потенційними інвесторами і партнерами багатьох технологічних проектів в Україні. Крім того, ці країни розглядаються як одні з найперспективніших замовників української продукції.

Південно-Західна Азія – нетто-імпортер продовольства, і тому, зокрема, є одним з найкрупніших імпортерів зернових у світі. На регіон припадає більше чвертини світового імпорту пшениці, ячменю і кукурудзи. Експорту зерна з України сприяє розвинута інфраструктура портів, менші фрахтові ставки і більш короткі строки доставки вантажів, ніж у найкрупніших світових експортерів – США, Канади, Аргентини, Австралії. У європейських компаній українські зернотрейдери можуть виграти порівняно низькими цінами, до того ж без істотної загрози для власної рентабельності.

Проте й досі українці не повністю скористувалися своїми перевагами. Крім того, українські трейдери відрізняються нестабільністю у порівнянні з лідерами світового експорту, але все ж таки змогли закріпитися на ринку Північної Африки і Близького Сходу. Зараз кожна п'ята тонна зернових, що імпортується арабами, поступає з СНД, в тому числі з України.

Сукупна потреба зернових в регіоні – 120 млн тонн, зазвичай половину зерна арабські країни виробляють самі. В першу чергу, експортні можливості України за цікавими для арабського світу культурами варіюються в межах 10 млн т. Найбільший покупець українського ячменю – Саудівська Аравія.

Україна робить ставку на озимі культури (в них більша врожайність, ніж у ярових, але менший вміст протеїнів). Українське зерно закупають для тих видів кондитерської продукції, де не потрібен високий вміст протеїнів (наприклад, печиво).

Перспектива – експорт кукурудзи в регіон, але українські виробники ще не навчилися правильно сушити великі обсяги кукурудзи, і тому на світовий ринок вона поступає битою, що суттєво знижує конкурентоздатність продукту.

Також Україна має реальні можливості значного нарощення своєї присутності на ринку металів і машинного обладнання в регіоні Перської затоки. Потреба в металопрокаті (без труб) протягом найближчих 4-х років зросте до 3,5 – 4 млн тонн (без Ірака). При цьому основні постачальники металопрокату (Індія, Туреччина, Катар та ін.) не мають в своєму розпорядженні ні виробничих потужностей, ні сировинної бази для задоволення зростаючих потреб ринку. Причиною зростання попиту на металопродукцію експерти називають той факт, що в регіоні реалізуються багатомільйонні проекти інфраструктурного і промислового будівництва, значну частину при реалізації яких складають компоненти металургійного виробництва – арматура, металічні конструкції, труби тощо.

Зокрема, Україна і Сирія проводять будівництво в Сирії заводу по оцинковці металевих опор для ЛЕП. Металоконструкції поступають з України, а готова продукція продаватиметься як в Сирії, так і в сусідніх країнах.

ЮВІЛЕЇ

ЯЦЕНКУ БОРИСУ ПАВЛОВИЧУ – 65!



Народився в с. Малий Вистороп Лебединського району Сумської області в 1942 р. У 1963 р. закінчив Східний факультет Сакт-Петербурзького (Ленінградського) університету за спеціальністю сходознавець – філолог (японознавець). У 1967 р. захистив кандидатську дисертацію на здобуття наукового ступеня кандидата географічних наук на тему: «Північні райони Японії» за спеціальністю 11.00.02 – економічна та соціальна географія. В 2001 році захистив дисертацію на здобуття наукового ступеня доктора географічних наук на тему «Структура господарства Японії» із спеціальності 11.00.02 – економічна та соціальна географія.

З 1968 року – молодший науковий співробітник науково-організаційного відділу Всесоюзного інституту рослинництва ім. Вавилова. З 1970 року – старший викладач, з 1976 року – доцент кафедри економічної географії Київського державного університету ім. Тараса Шевченка. 1991-2006рр. – засновник та завідувач кафедри країнознавства та туризму вищеназваного університету, з 2001 року – професор, з 1992 року за сумісництва працює також провідним співробітником Інституту сходознавства Національної Академії наук України. З 2006 року – голова комісії з туризму НМР Міносвіти і науки України.

Наукові інтереси: дослідження географії світового господарства, географії міжнародних економічних відносин та міжнародного туризму, проблем політичної географії та геополітики. В країнознавстві – різноманітні аспекти японознавства, а також географії господарства інших економічно розвинених країн.

Опублікував понад 180 наукових робіт, в тому числі особисто і в співавторстві 26 монографій та підручників. Основні наукові праці: автор або співавтор підручників і монографій «Економічна і соціальна географія світу» (1997, 1998, 2006 рр.), «Світова економіка» (2000 р., 2006 р.), «Економіка зарубіжних країн» (1997 р., 2000 р.), «Опыт рыночных отношений в Японии» (1992 р.), «Економічна географія зарубіжних країн», т.т. 1,2,3 (1975, 1978, 1981 рр.). «Структура господарства Японії» (2006 р.), «Політична географія» 2005 р. «Політична географія і геополітика» (2006 р.).

Читає курси: «Основи теорії географії світового господарства», «Політична географія», «Географія зовнішньоекономічної діяльності», «Політична географія і геополітика регіонів світу», країнознавчі курси з проблем господарства Японії, інших економічно розвинених країн та країн Азії.

СМИРНОВУ ІГОРЮ ГЕОРГІЙОВИЧУ – 60!



В 1960-1965 рр. – студент Кам'янець-Подільського індустріального технікуму. В 1965 р. – технік-електрик цеху автоматики Миколаївського цементного комбінату (Львівська обл.). 1965-68 рр. – служба в Радянській Армії. В 1973 р. закінчив Київський університет ім. Т.Г.Шевченка за фахом економіко-географ, викладач географії.

У 1974-1997 рр. працював в Київському державному торговельно-економічному інституті (з 1994р. - університет) асистентом, старшим викладачем (1982 р.), доцентом кафедри зовнішньоекономічної діяльності (з 1988 р.), заступником декана факультетів обліково-фінансового та економіки, менеджменту, права.

У 1982 р. захистив дисертацію на здобуття наукового ступеня кандидата географічних наук на тему: «Територіально-економічні зв'язки промисловості та торгівлі та їх вдосконалення (на прикладі виробництва та споживання тканин в Україні)» за спеціальністю 11.00.02 – економічна та соціальна географія. У 2004 р. захистив дисертацію на здобуття наукового ступеня доктора географічних наук на тему: «Логістичний напрям в суспільній географії: теорія і практика досліджень» за спеціальністю 11.00.02 – економічна та соціальна географія. Працює на посаді професора кафедри країнознавства і туризму КНУ імені Тараса Шевченка (штатно), професора кафедри міжнародного туризму Київського національного університету культури і мистецтв (за сумісництвом), професора кафедри економіки та управління Київського слав'янського університету (за сумісництвом). Член Української логістичної Асоціації. Член спеціалізованої вченої ради з захисту кандидатських та докторських дисертацій при Київському національному університеті імені Тараса Шевченка Д 26.001.07. Член ДЕК географічного факультету.

Наукові інтереси: суспільно-географічна логістика (геологістика) «зелена» (еко) логістика, єврологістика, логістика в туризмі, митна логістика, муніципальна (міська) логістика, транспортно-логістичні системи, міжнародний туристичний бізнес, географія світового господарства, господарство ЄС та США, міжнародний бізнес.

Опублікував особисто й у співавторстві більше 370 наукових праць, у т.ч. брав участь у написанні 3 монографій та 6 навчальних посібників.

Основні наукові праці: співавтор посібників «Розміщення виробництва непродовольчих товарів в Україні» (1992 р.), «Розміщення виробництва продовольчих товарів в Україні» (1993 р.), «Територіальні особливості розвитку внутрішньої торгівлі в Україні» (1995 р.), автор брошюр «Регіональні зв'язки торгівлі та їх моделювання» (1984 р.), «Міжгалузеві та регіональні

зв'язки торгівлі в ринкових умовах» (1991 р.). Автор одноосібної монографії «Логістика: просторово-територіальний вимір» (2004 р.) та співавтор монографій «Світове господарство в умовах глобалізації» (2004 р.); «Географічні основи охорони навколишнього середовища» (2006). Автор посібника «Міжнародна торгівля» (2004). Автор навчально-методичних комплексів дисциплін за кредитно-модульною системою з «Логістики» (2006), «Логістики в туризмі» (2006), «Митної логістики» (2006), «Маркетингу в туризмі» (2006), «Маркетингу на транспорті» (2006), «Міжнародного туристичного бізнесу» (2006), «Управління екологічним і соціальним розвитком» (2007).

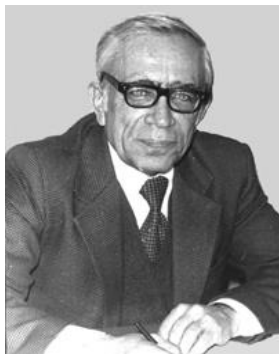
Має міжнародні сертифікати Інституту економічного розвитку Світового банку м. Вашингтон, 1995) та Польсько-Американській літньої економічної школи (м. Ольштин, 1992).

Коротка біографія вміщена в міжнародних наукових біографічних довідниках «Margniz Wkoі Who» (США) та «Canebrige Biographi Edition» (Велика Британія).

Володіє вільно англійською, польською, словацькою та чеською мовами.

ПАМ'ЯТІ В.М. ЮРКІВСЬКОГО – ДО 80-РІЧЧЯ З ДНЯ НАРОДЖЕННЯ

На географічному факультеті відбулися студентські читання та урочисте засідання Вченої ради факультету пам'яті професора Віктора Миноеича Юрківського до 80-річчя з дня його народження.



Віктор Минович Юрківський народився 1927 р. у м. Києві в робітничій родині. У 1944 р., закінчивши середню школу з золотою медаллю, вступив на факультет міжнародних відносин, який тільки-но був відкритий за ініціативи тодішнього міністра закордонних справ Д.З.Мануїльського та ректора Київського університету імені Тараса Шевченка В.Г.Бондарчука. Цей перший набір був нечисленний, його основу складали фронтовики і тільки декілька вчорашніх школярів стали студентами цього факультету - серед них був і В.М.Юрківський. Вже у 1948 р. активного і ініціативного комсомольця В.Юрківського було обрано комсоргом університету і в подальшому (до 1956 р.) його діяльність була пов'язана з комсомольською роботою, зокрема другим секретарем ЦК ЛКСМ Узбекистану. Далі - аспірантура в Академії суспільних наук (Москва), де він у 1960 р. захистив кандидатську дисертацію на тему «Зовнішні позики дореволюційної Росії» і отримав ступінь кандидата економічних наук.

З 1963 р. до 2000 р. життя Віктора Миновича пов'язане з географічним факультетом Київського національного університету імені Тараса Шевченка — університету, до якого, як згадували його сокурсники, він завжди мріяв повернутися. Напрямок його спеціалізації була економічна географія зарубіжних країн. Вільне володіння декількома мовами, особливо англійською, якою він володів настільки, що писав нотатки до майбутніх робіт, що збереглися в його архіві, активна громадянська позиція та глибоке наукове осмислення соціально-економічних процесів, робили його лекції не тільки дуже цікавими, а й глибокими, змістовними, актуальними. На його лекції збиралися в повному складі не тільки студенти-географи, а й студенти інших факультетів. Крім того, він ще часто проводив лекторії в Малому залі тодішнього Жовтневого палацу в межах «Клубу кіноподорожей», який діяв в університеті. Ми, тодішні студенти, «ходили на Юрківського» так само, як на концерти чи вистави. Читав він неголосно, статечно, ілюстрував найбільш складні положення конкретними прикладами з власного багатого досвіду, отриманого під час перебування за кордоном, особистими слайдами. Слід зауважити, що В.М.Юрківський в ті 70-80-ті роки минулого століття, які зараз прийнято називати «застійними», був на стажуванні в США, Японії, Австралії, відвідав, в межах отриманого міжнародного гранту, країни Південно-Східної Азії. Як представник України в Комісії ЮНЕСКО з географічних назв брав участь з доповідями в нарадах та конференціях

ЮНЕСКО і відвідав декілька європейських країн (Швейцарія, Греція інші). Але не тільки «відчуття країни» та особистий досвід робили його лекції та його книги такими цікавими. Він надавав не тільки знання про країну, він озброював методом географічного пізнання. Його лекції вирізнялись широтою поглядів, демократизмом, заставляли слухачів замислюватись над питаннями, які, можливо й не виникли б при традиційній «подачі матеріалу». Він вчив думати, аналізувати і знову осмислювати висновки.

Високопрофесійна педагогічна та наукова діяльність В.М.Юрківського була оцінена колегами і в 1981 р. йому було присвоєне звання професора без захисту докторської дисертації. З 1980 р. по 1985 р. В.М.Юрківський був деканом географічного факультету, а до того багато років - заступником декана з навчальної роботи. У 1984 р. йому присвоєне звання «Заслужений працівник вищої освіти України».

Основними його працями (а їх біля 80) були підручники для вищої школи; «Економічна географія зарубіжних країн» (3 видання - 1975, 1978, 1981 рр.); «Економічна географія США» (1988 р.); «Географія сфери обслуговування» (1989 р.); «Регіональна економічна і соціальна географія зарубіжних країн» (2000 р.) та підручник для загальноосвітньої середньої школи «Економічна і соціальна географія світу».

Весь свій вільний час Віктор Минович працював: працював як науковець в бібліотеках над матеріалами майбутніх книжок, удосконаленню лекцій. Десять місяців за два до смерті поскаржився, що йому вже важко ходити до університетської бібліотеки, дорога забирає занадто багато часу ...

Віктор Минович Юрківський своєю працею, своїм розумом, талантом не тільки продовжив розвиток суспільно-географічних досліджень зарубіжних країн в Київському національному університеті імені Тараса Шевченка, на географічному факультеті, він показав як конкретно це слід робити, досить високо поставивши «планку».

Тривалий час проф. В.М. Юрківський співпрацював з колективом тоді новоствореної (1990 р.) кафедри країнознавства та туризму, зокрема, над шкільним підручником з економічної і соціальної географії світу, який втримав з 1997 р. вже декілька видань українською, російською, угорською та польською мовами. Саме тому кафедра ініціювала проведення студентських читань на тему «Розвиток географії зарубіжних країн», які були присвячені пам'яті видатного вченого та педагога проф. В.М. Юрківського.

На урочистій Вченій раді колеги (чл-кор.АН України, проф. О.М. Маринич, проф. М.О. Карпенко, чл-кор.АПН України, проф. П.Г. Шищенко, професори С.І. Іщук, Б.П. Яценко, доценти Г.М. Кривошея, Е.Т. Палієнко та ін.) та учні (чл-кор. АПН України, проф.Я.Б. Олійник, професори О.О. Любіцева, М.Д. Гродзинський, В.К. Хільчевський, С.Ю. Бортник та ін.) тепло і людяно згадали Віктора Миновича, цікаві факти життя пригадала його дочка І.В. Подобрей.

ЗМІСТ

<i>Від</i>	3
<i>редколегії.....</i>	5
<i>.....</i>	8
<i>Ухвала, прийнята учасниками круглого столу „Географія та туризм”.....</i>	
<i>Олійник Я. Проблеми підготовки кадрів для туризму.....</i>	
<i>Смирнов І. Туризмологія та міжнародний туристичний бізнес: площини</i>	14
<i>взаємодії.....</i>	
<i>.....</i>	
<i>Любіцева О. Географія туризму: ще раз про предмет дослідження.....</i>	24
<i>Бейдик О. Стратегічні напрями розвитку національного туризму.....</i>	29
<i>Бабарицька В. Геоінформаційне забезпечення національного туристичного</i>	39
<i>продукту.....</i>	
<i>.....</i>	
<i>Даценко Л., Остроух В. Створення карт туристичного спрямування на основі новітніх комп'ютерних технологій.....</i>	42
<i>Мезенцев К., Гонтаржевська Л. Національні фактори конкурентоспроможності українських туристичних підприємств на зовнішніх</i>	48
<i>ринках.....</i>	
<i>.....</i>	
<i>Смирнов І. Логістичні стратегії сталого розвитку туризму в регіональному</i>	57
<i>вимірі.....</i>	

.....	
Матвієнко В., Матвієнко Н. Особливості страхування в туристичній галузі.....	65

.....	
Малиновська О., Іванова Ю. Географія дитячого туризму.....	71
<i>Павлов С., Галащук В. Геопросторова організація секс-туризму в світі.....</i>	<i>78</i>
<i>Любіцева О., Шпарага Т. Регіональні особливості розвитку музейної справи в Україні.....</i>	<i>82</i>
<i>Баранова Л. Туристично-рекреаційна сфера Київської області як складова господарського комплексу: сучасний стан, можливості та перспективи.....</i>	<i>91</i>
<i>Любіцева О., Романчук С. Сакральними околицями Києва (Матеріали до екскурсій по південно-західній околиці: Голосієво).....</i>	<i>97</i>
<i>Винниченко І., Музика І. Сільський зелений туризм в Тернопільській області: стан та перспективи.....</i>	<i>110</i>

ІНФОРМАЦІЯ

<i>Яценко Б.П. Сучасні проблеми досліджень в країнознавстві</i>	<i>117</i>
<i>Стафійчук В., Драник Д., Римаренко М., Шепетуха О. Історія розвитку країнознавчих досліджень на географічному факультеті Київського національного університету імені Тараса Шевченка (1960 – 2005 рр.).....</i>	<i>120</i>
<i>Більовська В. Концепція національних конкурентних переваг М. Портера..</i>	<i>124</i>
<i>Гошовський М. Парадигма «журавлиного клину».....</i>	<i>126</i>
<i>Клюй А. Теорія життєвого циклу продукту.....</i>	<i>128</i>
<i>Кравченко Т. Семюель Хантінгтон «Зіткнення цивілізацій».....</i>	<i>130</i>
<i>Лисюк Т. Засади лібералізації країн перехідної економіки.....</i>	<i>133</i>
<i>Покляцький С. Теорія полюсів росту (Growth Pole Theory) Франсуа Перру і регіональна політика.....</i>	<i>136</i>
<i>Сидорук В. Теорія цивілізацій А. Тойнбі.....</i>	<i>140</i>
<i>Тищенко А. Зовнішньоекономічний комплекс Південно-Західної Азі.....</i>	<i>143</i>

ЮВІЛЕЇ

Борису Павловичу Яценку – 65.....	147
Ігорю Георгійовичу Смирнову – 60.....	148
Пам’яті В.М. Юрківського – до 80-річчя з дня народження.....	150

CONTENTS

<i>Editors’ remarks</i>	3
<i>Conclusion of the Round Table on ‘Geography and Tourism’</i>	5
Oliynyk Y. Issues of professional training in tourism	8
Smyrnov I. Tourismology and international tourist business: spheres of interconnection	14
.....	
Lubitseva O. Geography of Tourism: once more on the research subject	24
.....	
Beidyk O. Strategical directions of development of national tourism	29
.....	
Babaritska V. Geographic information support for national tourist product	39
<i>Dacenko L., Ostrouh V. Developing maps for tourism purposes on the basis of new computer technologies</i>	42
Mezentsev K., Gontarzhevskaya L., National factors of Ukrainian tourism enterprises’ international competitiveness	48
Smyrnov I. Logistical strategies of tourism sustainable development in regional dimension	57
.....	
Matviyenko V., Matviyenko N. Features of insurance in tourist branch	65

.....

<i>Pavlov S., Galaschuk V.</i> The geospatial organization of the sex-tourism in the world.....	78
<i>Lubitseva O., Shparaga T.</i> Regional development of museum activities in Ukraine.....	82
<i>Baranova L.</i> Tourism and recreation as a part of Kyiv oblast's economic complex: current state, potential and prospects.....	91
<i>Lubitseva O., Romanchuk S.</i> Around Kyiv's sacral suburbs (excursion materials on the South-West suburb: Golosiyevo).....	97
<i>Vynnychenko I., Muzyka I.</i> Village green tourism in the Ternopil area: a condition and prospects.....	110

THE INFORMATION

<i>Yatsenko B.</i> Contemporary research problems in Regional Geography.....	117
<i>Stafiychuk V., Dranik D., Rymarenko M., Shepetukha O.</i> The history of Regional Geography studies at geographic department of Kyiv National Taras Shevchenko University (1960-2005).....	120
<i>Bilyovska V. M.</i> Porter's concept of national competitive advantages	124
<i>Goshovskiy M.</i> «Crane wedge» paradigm	126
<i>Klyui A.</i> A product life-cycle theory	128
<i>Kravchenko T., Samuel P.</i> Huntington «The Clash of Civilizations»	130
<i>Lysyuk T.</i> Principles of countries with transitional economies liberalization in the WTO.....	133
<i>Poklyatskiy S.</i> Regional policy and Francois Perroux's Growth Pole Theory	136
<i>Sydoruk V.</i> Civilization theory by Arnold J. Toynbee	140
<i>Tyschenko A.</i> Outward economy of South-Western Asia.....	143

JUBILEES:

Boris Pavlovitch Yatsenko is 65.....	147
Igor Georgiyovitch Smirnov is 60.	148
To memory of V.M. Yurkivskiy – to the 80 th anniversary from the date of a birth.....	150

