

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА

ГЕОГРАФІЯ ТА ТУРИЗМ

НАУКОВИЙ ЗБІРНИК

заснований у 2007 р.

Випуск 2

КИЇВ - 2009

УДК 911.3: 796.5 (100) (477)
ББК 65.04

Рецензенти: С.А. Лісовський доктор географічних наук, професор
К.В. Мезенцев доктор географічних наук, професор

Географія та туризм: Наук. зб. /Ред. кол.: Я.Б. Олійник (відп. ред.) та ін.
– К.:ЛГТ, 2009. – Вип. 2. – 192 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, актуальні проблеми географії.

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).

Рекомендовано до друку Вченою радою географічного факультету Київського національного університету імені Тараса Шевченка 16 березня 2009 р., протокол №3

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.

Додаток

*Бейдик О.О., доктор геогр. наук, професор.,
Вишневський В.І., доктор геогр. наук, професор*

Третя Міжнародна наукова конференція «Індустріальна спадщина в культурі і ландшафті»

У конференції, яка 1–4 жовтня 2008 р. проходила на базі Криворізького державного педагогічного університету (м. Кривий Ріг, Дніпропетровська область), взяли участь науковці і практики з Росії, Білорусі, Польщі, ряду провідних вищих навчальних закладів України (рис. 1).



Рис. 1. Учасники конференції на сходах Криворізького державного педагогічного університету

Ректор університету проф. В.К.Буряк тепло привітав учасників конференції. З цікавими доповідями виступили доктори географічних наук, професори В.М.Петлін² (Львівський національний університет імені І.Франка) «Екологічні механізми та закономірності організації антропогенно-модифікованих і антропогенних ландшафтних систем», Ю.Г.Тютюнник³ (Державна академія керівних кадрів культури і мистецтв, м. Київ) «Объекты индустриальной культуры и ландшафт», В.І.Вишневський⁴ (Київський славістичний університет) «Гідротехнічні споруди на Дніпрі», О.О.Бейдик⁶ (Київський національний університет імені Тараса Шевченка) «Індустріальна спадщина: світовий та національний вимір», кандидат географічних наук К.М.Горб¹ (Академія митної служби України) «Індустріальна спадщина в системі національної спадщини держави», кандидат архітектури Є.Б.Морозова (Білоруський національний технічний університет) «Объекты индустриального наследия в застройке Минска: к проблеме идентификации». Організатори конференції провели ряд цікавих екскурсій, під час яких гості міста ознайомились із забудовою Кривого Рогу (протяжність міста 182 км), унікальною лінією швидкісного трамваю, історичними ландшафтами центрального та північного районів промислового Кривбасу.

Особливість конференція у Кривому Розі – увага до тієї сторони матеріальної культури, якій не приділяють достатньої уваги. І справді, фахівців-географів звичайно цікавить розташування промислових об'єктів та обсяги виробництва. Сам же промисловий об'єкт, як продукт людської думки і людських рук часто залишається поза увагою. Між тим, інженерні рішення, вочевидь, мають цікавити не лише інженерів. На цей раз місце проведення конференції виявилось мало не ідеальним. Далеко не в кожній країні видобувають стільки залізної руди і виплавляють стільки сталі, як у Кривому Розі. Відповідно далеко не в кожному місті людська діяльність призвела до таких перетворень природи. Варто згадати хоча б про найглибшу в Європі шахту „Родіна” (1540 м) і найглибший кар'єр Південного гірничо-збагачувального комбінату. Насправді, шахт і кар'єрів, як діючих, так і закритих, у місті так багато, що вони зустрічаються мало не на кожному кроці. Те саме стосується породних відвалів, багато з яких уже вкрилися рослинністю і сприймаються як звичайнісінькі пагорби. Видобуток руди зумовив навіть те, що річку Саксагань, що тече через місто, „сховали” у тунель.

Науку роблять особистості, саме особистості проводять і конференції, тому потрібно відзначити її організаторів – передусім Володимира Казакова⁵ і Сергія Яркова. Їх ентузіазм, увага до приїжджих, поза сумнівом, запам'яталися учасникам конференції.

І. НАУКОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ ДЛЯ ПОТРЕБ ТУРИЗМУ

УДК 911.3 : 796.5

Олійник Я.Б., д-р.екоп.наук, проф.
Київський національний університет імені Тараса Шевченка

ГЕОГРАФІЧНА НАУКА – РОЗВИТКОВІ ТУРИЗМУ

Розглядаються питання внеску географічної науки у розробку актуальних проблем розвитку туризму в поточний період.

The questions of payment of geographical science are examined in development of issues of the day of development of tourism in a current period.

Постановка проблеми. З перших років незалежності наукове забезпечення супроводжувало розвиток туризму та його формування на ринкових засадах. З найперших проектів цей розвиток відбувався за активної участі географічної науки, оскільки географія надає знання про територію та її можливості, а туризм є сферою діяльності, нерозривно пов'язаною з умовами території.

Наукові дослідження туризму задекларовані ст.27 Закону України «Про туризм» (2003 р.), відповідно до якої визначено, що «визначення пріоритетних напрямів, керівництво та координація наукових досліджень у галузі туризму належить до компетенції наукового центру розвитку туризму». Такий центр був створений в середині 90-х років і за його участі були розроблені Державна програма розвитку туризму до 2010 року та інші програмні документи. Відповідно до Указу Президента України (№ 136/2007 від 21.02.2007 р.) про розробку Стратегії сталого розвитку туризму, Науковий центр розвитку туризму Державної служби туризму і курортів Міністерства культури і туризму України виступив координатором масштабних розробок, в яких прийняли участь науковці практично всіх провідних навчальних закладів країни, практики туризму.

Виклад основного матеріалу. Науковці географічного факультету Київського національного університету імені Тараса Шевченка взяли на себе розробку наступних проблем:

- теоретико-методологічних питань сталого розвитку туризму, тобто екологічно та соціально збалансованого розвитку, спрямованого на економічно ефективну діяльність, яка б забезпечувала гармонійний розвиток рекреаційно-туристичної діяльності в регіонах;
- ресурсозабезпеченості, питань збереження та використання рекреаційно-туристичних ресурсів, режимів рекреаційного природокористування;
- формування опорного туристичного каркасу території як базової системи територіальної організації національного туризму.

В цих розробках прийняли участь чл.-кор. АПН України, заслужений діяч науки і техніки України, д.ек.н., проф.. Я.Б.Олійник, чл.-кор. АПН

України, заслужений діяч науки і техніки України, д.геогр.н., проф..П.Г.Шищенко, доктори географічних наук, професори О.О.Любіцева, А.В.Степаненко, О.О.Бейдик, О.Ю.Дмитрук, Б.П.Яценко, кандидати географічних наук, доценти І.І.Винниченко, С.П.Романчук, Ю.В.Щур. Кінцевим результатом даних розробок стало прийняття Кабінетом Міністрів України Постанови Про схвалення Стратегії розвитку туризму і курортів від 6 серпня 2008 р. № 1088-р

Протягом 2008р. на замовлення Наукового центру розвитку туризму професорсько-викладацьким складом кафедри країнознавства та туризму географічного факультету Київського національного університету імені Тараса Шевченка були виконані три теми: 1) «Розроблення пропозицій та проектів нормативно-правових актів щодо створення мережі туристсько-інформаційних центрів та туристсько-інформаційних пунктів» (кандидати географічних наук, доценти В.К.Кіптенко, О.Ю.Малиновська; 2) «Розроблення методології створення та ведення державного реєстру туристичних ресурсів» (доктори географічних наук, професори О.О.Любіцева, О.О.Бейдик, канд..геогр.наук, доц.. В.К.Кіптенко); 3) «Методичні рекомендації щодо туристичного районування формування зон сталого розвитку туризму та опорного туристично-рекреаційного каркасу України, національної мережі туристичних маршрутів» (д.геогр.н., проф..О.О.Любіцева, канд..геогр.н., доц.. С.П.Романчук).

Крім того доктори географічних наук, професори К.В.Мезенцев, О.О.Любіцева, О.О.Бейдик, канд..геогр.наук, доц.. В.К.Кіптенко ввійшли до складу робочої групи, яка розробила Положення про створення та ведення єдиного реєстру туристичних ресурсів України, який зараз представлений для обговорення практиками туризму. Доктор геогр..наук, проф.. О.О.Бейдик та канд..геогр.наук, доц.. І.І.Винниченко виступили експертами Міністерства культури і туризму України з розробки та організації спеціальних туристичних маршрутів з урахуванням підготовки та проведення Євро-2012 (Постанова КМ України №107 від 22.02.2008р.)

Висновок. Географічна наука, яка має значний теоретико-методологічний арсенал, багаторічний напрацьований досвід польових досліджень, здатна вирішити питання рекреаційно-туристичного природокористування на засадах сталого (збалансованого) розвитку. Найактуальнішими вбачаються питання інвентаризації та паспортизації туристичних об'єктів та територій, оцінки їх атрактивних властивостей та режиму рекреаційно-туристичного користування. Саме на це мають бути зараз скеровані методичні розробки та практична діяльність науковців в сфері географії рекреації та туризму.

СПІВПРАЦЯ НАУКОВОГО ЦЕНТРУ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ З ГЕОГРАФІЧНИМ ФАКУЛЬТЕТОМ КИЇВСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА

Науковий центр розвитку туризму (НЦРТ), створений відповідно до Постанови Кабінету Міністрів України від 17 серпня 2002 року № 1132 „Про утворення Наукового центру розвитку туризму” є єдиною державною науковою установою, на яку покладено керівництво та координацію наукових досліджень у сфері туризму, визначення її пріоритетних напрямків з метою наукового забезпечення державної політики в сфері туризму, прогнозування перспектив його розвитку. НЦРТ діє на підставі ст. 27 Закону України „Про туризм”.

Здійснюючи цю свою головну функцію, НЦРТ вивчає й аналізує практичну діяльність у сфері туризму, концентрує кращий вітчизняний і зарубіжний досвід, нові ідеї, задуми, пропозиції щодо розвитку галузі, планує на цій основі наукові дослідження, залучає до їх здійснення кращих фахівців-практиків та провідних науковців вищих навчальних закладів сфери туризму.

Плідність і важливість цієї роботи переконливо підтверджено доробком НЦРТ останніх років, передусім підготовкою „Стратегії сталого розвитку туризму і курортів в Україні”, затвердженої 6 серпня 2008 року розпорядженням Кабінету Міністрів України.

Робота над цим документом засвідчила значний творчий потенціал вузівської галузевої науки, а також переконливо довела, що НЦРТ здатен організовувати і спрямувати цей потенціал на розробку широкого кола проблем туризму, належне наукове забезпечення державної політики у цій важливій як з економічної, соціальної, так і суспільно-політичної точки зору, сфері. Сенс діяльності НЦРТ полягає в тому, щоб спрямувати науковий пошук, сконцентрувати зусилля, „почути” якомога ширший спектр думок і виробити виважене рішення, подати обґрунтовані пропозиції та рекомендації.

Зрозуміло, що розгортати широкий науковий пошук, залучати висококваліфікованих, авторитетних фахівців, учених можливо лише на засадах взаємної зацікавленості та на солідній організаційній і міцній фінансовій основі: науковці отримують поле для плідної, державного рівня наукової праці і належну матеріальну винагороду, а держава отримує високоякісний науковий продукт, наукове забезпечення своєї політики і, що не менш важливо, повагу й підтримку з боку наукової еліти.

Науковий центр розвитку туризму прикладає багато зусиль, щоб „поза грою” не залишались відомі наукові колективи й авторитетні науковці, намагається враховувати різноманіття підходів і поглядів.

В проектах та наукових розробках НЦРТ активно приймають участь науковці Київського національного університету імені Тараса Шевченка, а

саме: декан географічного факультету, директор Київського інституту регіонального управління підприємництва та економіки міжнародного туризму Олійник Я.Б., академік Шищенко П.Г., завідувач кафедри країнознавства та туризму географічного факультету, професор, доктор географічних наук Любіцева О.О., доктор юридичних наук, доцент кафедри трудового, земельного та екологічного права юридичного факультету, головний редактор загальнодержавного журналу „Земельне право України. Теорія і практика” Носік В.В., доктор географічних наук, професор кафедри країнознавства та туризму географічного факультету, професор, доктор географічних наук Дмитрук О.Ю., професор кафедри економічної та соціальної географії, завідувач кафедри міжнародного туризму Київського інституту регіонального управління підприємництва та економіки міжнародного туризму, доктора економічних наук Мезенцев В.К., доктор географічних наук, професор кафедри країнознавства та туризму географічного факультету Бейдик О.О., доктор економічних наук, професор Степаненко А.В., кандидат географічних наук, доцент кафедри країнознавства та туризму географічного факультету Кіптенко В.К., кандидат географічних наук, доцент кафедри країнознавства та туризму географічного факультету Малиновська О.Ю., кандидат юридичних наук, доцент кафедри трудового, земельного та екологічного права юридичного факультету Коваленко Т.О., кандидат географічних наук, доцент кафедри країнознавства та туризму географічного факультету Вінниченко І.І., кандидат географічних наук, доцент кафедри географічного факультету Щур Ю.В., асистент кафедри трудового, земельного та екологічного права юридичного факультету Марченко С.І.

Сьогодні нікого не треба переконувати в тому, що чим потужнішим буде НЦРТ, тим надійнішими і ефективнішими будуть наукове забезпечення і науковий супровід туристичної діяльності, тим дієвішим буде вплив цього органу на стан справ у всій галузі. Саме це і є державницький підхід.

Бажаю великого натхнення, творчих сил, успіхів в роботі, з глибокою повагою,

Ваша Олена Соколова, директор НЦРТ



КАБІНЕТ МІНІСТРІВ УКРАЇНИ

РОЗПОРЯДЖЕННЯ
від 6 серпня 2008 р. № 1088-р
Київ

Про схвалення Стратегії розвитку туризму і курортів

1. Схвалити Стратегію розвитку туризму і курортів (далі - Стратегія), що додається.
2. МКТ, МОЗ разом з іншими заінтересованими центральними органами виконавчої влади розробити і затвердити у тримісячний строк план дії щодо реалізації Стратегії.
3. Мінекономіки, Мінфіну, МКТ враховувати положення Стратегії під час розроблення проектів загальнодержавних програм соціального та економічного розвитку.

Прем'єр-міністр України

Ю. ТИМОШЕНКО

Інд. 28

СХВАЛЕНО
розпорядженням Кабінету Міністрів України
від 6 серпня 2008 р. № 1088-р

СТРАТЕГІЯ
розвитку туризму і курортів

Загальна частина

Зміни у геополітичній обстановці, соціально-економічний розвиток, модернізація інформаційних технологій істотно вплинули на динаміку міжнародного туризму, призвели до трансформування туристичної галузі із спрямованістю на задоволення різноманітних індивідуальних потреб осіб, що подорожують.

Україна посідає одне з провідних місць в Європі за рівнем забезпеченості цінними природними лікувальними та історико-культурними ресурсами, що викликають значний інтерес у вітчизняних та іноземних туристів.

Однак, за даними Світового економічного форуму, у 2007 році у сфері подорожей і туризму Україна серед 124 країн світу посіла лише 78 місце (Чехія — 35, Угорщина — 40, Литва — 51, Польща — 61, Російська Федерація — 68, Румунія — 76). Зазначене свідчить про те, що на міжнародному туристичному ринку національний туристичний продукт та природні лікувальні ресурси України оцінюються як менш привабливі і конкурентоспроможні, ніж в інших країнах, де спостерігається загальносвітова тенденція до посилення ролі держави у забезпеченні розвитку туризму і курортів.

Сфера туризму і курортів на державному рівні не відіграє значної ролі у повноцінному виконанні економічних, соціальних і гуманітарних функцій, збереженні навколишнього природного середовища та культурної спадщини, наповненні бюджетів усіх рівнів, створенні нових робочих місць, збільшенні питомої ваги сфери послуг у структурі внутрішнього валового продукту.

Для підвищення конкурентоспроможності сфери туризму і курортів необхідно посилити роль держави у цій сфері з одночасним формуванням ефективної моделі співпраці держави, бізнесу та суспільства.

Подолання наявних негативних тенденцій, створення системних і комплексних передумов для розвитку туризму і курортів, поліпшення функціональної та технічної якості складових національного та регіональних туристичних продуктів повинні стати пріоритетами забезпечення сталого розвитку країни в цілому та вагомою складовою у вирішенні питань підвищення рівня життя населення.

Мета і завдання Стратегії

Метою Стратегії є:

підвищення рівня життя населення шляхом формування конкурентоспроможного на внутрішньому та світовому ринку національного туристичного продукту на основі раціонального використання туристичних ресурсів, збереження навколишнього природного середовища та відродження національної культурної спадщини, сприяння розвитку туризму і курортів;

забезпечення реалізації закріплених Конституцією України прав громадян на відпочинок, свободу пересування, зайнятість, охорону здоров'я, безпечне для життя і здоров'я навколишнє природне середовище;

створення сприятливих умов для надання туристам і особам, що подорожують, а також громадянам, що потребують медичної реабілітації, відповідних туристичних, рекреаційних, екскурсійних, санаторно-курортних та оздоровчих послуг;

сприяння створенню умов для зміцнення здоров'я населення, продовження тривалості життя та періоду активного довголіття, збереження генофонду нації з одночасним підвищенням рівня життя та дотриманням екологічних стандартів на основі збалансованого використання природних лікувальних ресурсів і території курортів;

поліпшення правових, організаційних і соціально-економічних умов для забезпечення реалізації державної політики у сфері туризму і курортів.

Завданнями Стратегії є:

визначення законодавчих, інших нормативно-правових, соціально-економічних, організаційно-управлінських засад з метою удосконалення туристичної діяльності та розвитку курортної діяльності;

підвищення ефективності реалізації державної політики у сфері туризму і курортів, формування і впровадження ефективної моделі державного управління з метою узгодження та забезпечення захисту інтересів учасників туристичної та курортної діяльності;

посилення ролі громадських організацій в утвердженні принципів розвитку туризму і курортів, удосконалення наявних і запровадження нових механізмів взаємодії центральних і місцевих органів виконавчої влади, органів місцевого самоврядування, громадських організацій, підприємств, наукових установ і навчальних закладів;

формування туристичного і курортного простору з метою раціонального та ефективного використання туристичних, природних лікувальних та рекреаційних ресурсів шляхом створення та забезпечення функціонування зон розвитку туризму і курортів, розроблення і впровадження конкурентоспроможного національного туристичного продукту;

забезпечення безпеки туристів і осіб, що подорожують, а також громадян, що потребують медичної реабілітації, захисту їх прав та законних інтересів;

сприяння вихованню дітей і молоді на засадах патріотизму, любові до України, поваги до народних звичаїв, традицій, культурних цінностей Українського народу, інших націй і народів, до природи;

сприяння поліпшенню інвестиційного клімату у сфері туризму і курортів;

раціональне використання фінансових і матеріальних ресурсів у туристичній та курортній діяльності, наповнення бюджетів усіх рівнів за рахунок джерел від результатів цієї діяльності та збільшення обсягу надходження валютних коштів;

забезпечення ефективності та конкурентоспроможності курортної діяльності шляхом широкого впровадження новітніх технологій у лікувально-діагностичній роботі та реабілітації хворих, удосконалення матеріально-технічної бази, здійснення систематичного контролю за якістю послуг, що надаються;

створення нових робочих місць, забезпечення розвитку малого та середнього підприємництва у сфері туризму і курортів, розширення сфери зайнятості сільського населення у туристичній та курортній діяльності;

створення рівних умов для всіх суб'єктів туристичної та курортної діяльності, передумов для розвитку ефективного і прозорого туристичного та курортного ринку;

удосконалення сучасного державного обліку, посилення контролю за туристичною та курортною діяльністю;

розроблення та впровадження сучасних методик:

- визначення впливу сфери туризму і курортів на формування макроекономічних показників країни, регіонів, зокрема, через впровадження сателітних рахунків;

- оцінки екологічних ризиків та прогнозу впливу на навколишнє природне середовище під час провадження туристичної та курортної діяльності;

розроблення державної та місцевих програм розвитку туризму і курортів;

забезпечення розвитку міжнародного співробітництва у сфері туризму і курортів, формування позитивного туристичного та санаторно-курортного іміджу держави;

охорона і збереження природних об'єктів та екосистем на територіях, де розташовується більшість курортних і туристичних об'єктів;

проведення обов'язкової екологічної експертизи під час облаштування туристичної та курортної інфраструктури на територіях об'єктів, що належать до природно-заповідного фонду;

забезпечення безпеки туристів і осіб, що подорожують, а також громадян, що потребують медичної реабілітації, захисту законних прав та інтересів усіх суб'єктів туристичної та курортної діяльності;

підвищення якості складових туристичного продукту шляхом створення системи сертифікації об'єктів туристичних відвідувань, забезпечення розвитку туристичної та курортної інфраструктури, ліцензування у сфері туризму і курортів;

розвиток туристичної та курортної інфраструктури, а саме реконструкція наявних і будівництво нових засобів розміщення, закладів харчування та інших об'єктів туристичної та курортної інфраструктури;

сприяння розвитку транспортної, комунальної, прикордонної та митної інфраструктури;

збереження об'єктів національної культурної спадщини, зокрема таких, як національні заповідники «Софія Київська», «Гетьманська столиця», «Херсонес Таврійський», «Чигирин», «Хортиця», Шевченківський національний заповідник у м. Каневі, біосферний заповідник «Асканія-Нова» імені Ф. Фальц-Фейна і Чорноморський біосферний заповідник, історичний центр мм. Львова та Чернігова, культурний ландшафт та каньйон м. Кам'янець-Подільського, букові праліси Карпат, замки, фортеці, палаци тощо, формування необхідної туристичної інфраструктури;

сприяння створенню конкурентоспроможного туристично-курортного комплексу Автономної Республіки Крим з цілорічним функціонуванням;

сприяння формуванню необхідної туристичної інфраструктури в межах і навколо міст, в яких відбуватимуться матчі фінальної частини чемпіонату Європи 2012 з футболу;

запобігання недобросовісній конкуренції та недопущення монополізму у туристичній і курортній діяльності;

формування сприятливого для розвитку туризму і курортів податкового клімату;

розвиток в'їзного та внутрішнього туризму;

розвиток кадрового потенціалу сфери туризму і курортів;

удосконалення системи підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації кадрів у сфері туризму і курортів;

розроблення схем та генерального плану розвитку туристичних територій;

створення та ведення Державного кадастру природних територій курортів;

запровадження державного моніторингу курортно-оздоровчих і рекреаційних територій та природних лікувальних ресурсів;

дотримання режиму зон санітарної охорони, а також законодавства щодо використання земель курортного призначення, раціонального використання та якості природних лікувальних ресурсів;

формування інформаційного простору сфери туризму і курортів;
створення єдиної системи маркетингової підтримки національного туристичного продукту на внутрішньому та зовнішньому ринку.

Основні напрями реалізації Стратегії

Основними напрямками реалізації Стратегії є:

1) вирішення комплексу організаційних питань щодо розроблення та прийняття законодавчих і нормативно-правових актів, спрямованих на виконання основних завдань Стратегії, що дасть змогу:

оновити нормативно-правову базу з питань туризму і курортів;

адаптувати законодавство України у сфері туризму і курортів до відповідних директив і стандартів ЄС;

розробити проекти законів та інші нормативно-правові акти щодо визначення правового режиму туристичних і природних лікувальних ресурсів;

визначити на законодавчому рівні спрощений порядок набуття прав на об'єкти незавершеного будівництва, майнові комплекси державної та комунальної власності, які можуть бути запропоновані інвесторам для спорудження об'єктів туристичної інфраструктури, зокрема на засадах концесії;

розробити механізм державної підтримки впровадження туристичного продукту соціального характеру;

2) розвиток кадрового потенціалу сфери туризму і курортів, що забезпечить:

удосконалення законодавства з питань, пов'язаних із забезпеченням зайнятості населення у сфері туризму і курортів;

запровадження підготовки фахівців за спеціальностями у сфері туризму і курортів відповідного освітньо-кваліфікаційного рівня та внесення відповідних змін до законодавства про освіту;

удосконалення законодавства в частині підвищення кваліфікаційних вимог до суб'єктів туристичної та курортної діяльності;

розроблення проектів нормативно-правових актів щодо правового статусу туристів, осіб, що подорожують, захисту їх законних прав та інтересів;

3) державна підтримка збереження туристичних і природних лікувальних ресурсів, їх комплексний розвиток, раціональне та ефективне використання, що забезпечить:

удосконалення нормативно-правової бази з питань виявлення, оцінки, інвентаризації ресурсів, їх паспортизації, реєстрації, визначення правового режиму туристичних і природних лікувальних ресурсів, їх моніторингу на відповідність нормативним вимогам;

внесення змін до законодавства щодо визначення правового режиму туристичних ресурсів;

створення та ведення державного реєстру туристичних територій;

прийняття відповідних рішень щодо оголошення природних територій курортними територіями державного та місцевого значення;

створення та ведення Державного кадастру природних територій курортів;

запровадження державного моніторингу курортно-оздоровчих і рекреаційних територій та природних лікувальних ресурсів;

дотримання режиму зон санітарної охорони курортів;

4) створення єдиної системи маркетингової підтримки національного туристичного продукту та санаторно-курортних послуг, що забезпечить:

визначення на законодавчому рівні та узгодження механізму дистанційного продажу туристичних та курортних послуг (зокрема через Інтернет);

розроблення проектів нормативно-правових актів щодо посилення відповідальності за розповсюдження недобросовісної реклами у сфері туризму і курортів.

Фінансове забезпечення

Реалізація Стратегії здійснюється за рахунок коштів державного та місцевих бюджетів, суб'єктів підприємницької діяльності усіх форм власності, громадських організацій, цільових кредитів банків, міжнародної технічної допомоги, інвестиційних коштів, інших джерел згідно із законодавством.

Етапи реалізації Стратегії

На першому етапі реалізації Стратегії передбачається забезпечити:

формування нормативно-правової бази, гармонізованої з вимогами Європейського Союзу, з питань розвитку сфери туризму і курортів;

формування конкурентоспроможного національного туристичного продукту;

активізацію підприємницької діяльності та діяльності суб'єктів господарювання у сфері туризму і курортів;

інформаційну підтримку сфери туризму і курортів;

проведення моніторингу природних туристичних і природних лікувальних ресурсів;

підвищення ефективності управління сферою туризму і курортів;

розвиток в'їзного та внутрішнього туризму;

залучення інвестицій для розвитку матеріально-технічної бази сфери туризму і курортів;

поліпшення якості надання послуг з екскурсійного обслуговування;

безпеку туристів і осіб, що подорожують.

На другому етапі буде забезпечено:

розвиток туризму і курортів з урахуванням рівня життя, традицій та культури населення;

розвиток кадрового потенціалу у сфері туризму і курортів;

збереження ресурсного потенціалу у зазначеній сфері;

встановлення контролю за використанням туристичних і природних лікувальних ресурсів;

створення системи маркетингової підтримки національного туристичного продукту;

поглиблення міжнародного співробітництва.

На третьому етапі передбачається забезпечити:

раціональне використання та охорону туристичних і природних лікувальних ресурсів;

узгодженість інтересів суб'єктів підприємницької діяльності, громадян у сфері туризму і курортів;

збалансованість усіх складових елементів розвитку туризму і курортів як соціально відповідальної, екологічно спрямованої та економічно ефективної діяльності;

надання високоякісних послуг відповідно до потреб туристів і осіб, що подорожують;

дотримання конституційних прав громадян у сфері туризму і курортів.

На всіх етапах повинен проводитися постійний моніторинг і контроль за здійсненням зазначених заходів.

Очікувані результати

Реалізація Стратегії сприятиме:

поліпшенню якості життя населення;

зростанню частки туризму і курортів у формуванні внутрішнього валового продукту;

додержанню визначених державних соціальних гарантій стосовно кожного громадянина незалежно від місця його проживання;

створенню умов для розвитку окремих територій, своєчасного і комплексного розв'язання проблем охорони навколишнього природного середовища;

відродженню національної культури та народних ремесел, формуванню національної самосвідомості та вихованню молоді на засадах патріотизму;

збереженню і відновленню унікальних природних та історико-культурних ресурсів, історичних місць України, залученню інвестицій у розвиток інженерно-транспортної та комунальної інфраструктури;

істотному поліпшенню стану навколишнього природного середовища на територіях об'єктів туристичної та курортної інфраструктури;

зменшенню невиправданих бюджетних витрат, раціональному використанню фінансових і матеріальних ресурсів, наповненню бюджетів усіх рівнів, надходженню валютних коштів;

створенню нових та збереженню наявних робочих місць, розвитку малого та середнього підприємництва у сфері туризму і курортів, розширенню сфери тимчасової зайнятості населення у сільській місцевості;

сталому розвитку регіонів з метою підвищення якості життя населення, подолання бідності та безробіття, формування середнього класу;

підвищенню безпеки туристів і осіб, що подорожують, захисту їх прав, законних інтересів і збереженню майна;

створенню рівних умов для суб'єктів туристичної та курортної діяльності, передумов для розвитку ефективного та прозорого туристичного ринку;

створенню сучасних об'єктів туристичної та курортної інфраструктури в межах територій з високою концентрацією природних та історико-культурних туристичних і рекреаційних ресурсів;

удосконаленню системи інформаційного забезпечення сфери, створенню сприятливих умов для забезпечення рівного доступу до інформації;

істотному підвищенню ефективності державної політики у сфері туризму і курортів, виконанню державою функцій з координації, планування, регулювання, стимулювання, формування національного туристичного продукту, стандартизації та сертифікації тощо;

удосконаленню наявних і запровадженню нових ефективних механізмів взаємодії центральних і місцевих органів виконавчої влади, органів місцевого самоврядування, неприбуткових громадських організацій у сфері туризму, відповідних підприємств, наукових установ, навчальних закладів у забезпеченні розвитку туризму і курортів;

розробленню державної та місцевих програм розвитку туризму і курортів, економічно обґрунтованих планів їх виконання, у тому числі в рамках програм соціально-економічного розвитку регіонів;

розвитку міжнародного співробітництва та євроінтеграційних процесів у сфері туризму і курортів, покращенню туристичного, лікувально-оздоровчого іміджу держави;

зростанню обсягів інвестицій у сфері туризму і курортів.

УДК 911.3:796.5

Любіцева О.О., д-р геогр.наук, проф.
Київський національний університет імені Тараса Шевченка

НАУКОВЕ ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Ставиться питання необхідності розвитку наукових досліджень для потреб туризму в Україні

The question of necessity of development of scientific researches were put for the requirements of tourism in Ukraine.

Актуальність обраної теми ґрунтується на ролі туризму в суспільному житті та світовій практиці його розвитку. В міжнародних документах кінця XX - початку XXI ст.. туризм розглядається вже не так звужено, як в матеріалах середини XX ст.. Основна увага зосереджена на тому, що туризм став явищем суспільного життя з розширеними суспільними функціями. Зростаюча роль туризму пояснюється змінами вимог до якості людських ресурсів, зі зростаючою інтелектуалізацією праці і в цьому контексті туризм, який надає можливість особистої причетності до здобутків іншої культури, є можливістю забезпечення саморозвитку людини. Саме це можна вважати рушійною силою розвитку туризму та основою його стійкості в сучасному світі з його економічною кризою, політичною нестабільністю, військовими конфліктами та тероризмом, які виступають значними лімітуючими чинниками розвитку туризму. Тобто туризм розглядається як соціокультурне явище, яке має виховну, просвітницьку, екологічну, соціальну та економічну мету. Це явище створило потужну сферу світової економіки – індустрію туризму: комплекс видів економічної діяльності з

надання послуг та виробництва товарів специфічного призначення, спрямованих на забезпечення потреб подорожуючої людини.

Аналіз останніх досліджень з даної проблематики саме й свідчить про її актуальність. Не тільки в Україні, а й в світі практично відсутня єдина термінологія, яка б адекватно описувала та характеризувала процеси, явища, об'єкти тощо, пов'язані з туризмом як соціокультурним явищем та з туризмом як сферою економіки. В багатьох країнах світу, в тому числі й колишніх соціалістичних країнах, розвивається наука про туризм, яка має різні назви: «туристка», «туризмознавство», «туризмологія». Здебільшого наука ця знаходиться на стадії становлення, але має в своїй основі міцне наукове коріння (прикладом можуть слугувати напрямки розвитку туристики в Польщі, Болгарії, Росії). В Україні останнє десятиріччя багато зусиль докладається, щоб в суспільну свідомість укорінити необхідність розвитку науки про туризм і взагалі наукових досліджень для туризму. Нажаль, і в суспільній свідомості, і в свідомості владних структур ще не сформоване відношення до туризму як до суспільно значущої сфери діяльності, чим й можна пояснити проблеми, які постають перед туризмом як практикою господарювання (для суб'єктів індустрії туризму) чи практикою саморозвитку, самореалізації (для туриста). Серед прихильників ідеї наукового забезпечення розвитку туризму слід назвати В.С.Пазенка, В.К.Федорченка, Т.І.Ткаченко, С.І.Поповича, Ю.В.Зінька, А.В.Степаненка, Я.Б.Олійника та інших представників переважно вищої школи, де ведеться підготовка фахівців для сфери туризму.

Таким чином, питання наукового забезпечення розвитку туризму як суспільної практики є невирішеними. Саме тому метою даної статті є звернути увагу на дану проблематику та намітити актуальні напрямки наукової діяльності для потреб туризму.

Виклад основного матеріалу. Аксіоматичним є твердження, що добра теорія є надійнішою за практику. Логіка розвитку цивілізаційного процесу породжує на певних етапах процеси та явища, які стійко входять в суспільну практику, охоплюють значні верстви населення, формують сферу економічної діяльності. Саме таким явищем став туризм, який сформувався із людської потреби пізнання світу в процесі подорожування. Соціально-економічні умови розвитку індустріального суспільства зробили цю потребу доступною все більшій кількості людей, зробили її порівняно комфортною та безпечною завдяки формування такої сфери діяльності як туризм. Термін «туризм», як відомо, сформувався в середині XIX ст., позначивши собою явище подорожування заради розваги, самоудосконалення або з будь-якою іншою некомерційною метою, яке здійснюється особистістю за власним бажанням. Із зростанням, доволі стрімким, туризм став об'єктом міжнародного права, поширеною практикою, сформував поступово галузь світової економіки, яка отримала назву «індустрія туризму», об'єднавши види діяльності з надання послуг та виробництва товарів, які б забезпечували мету подорожі, робили її безпечною та комфортною. Можна, звісна річ, розглядати це явище виключно як економічне, як складову економіки і

застосовувати до її аналізу ті ж принципи, що й до інших галузей сфери послуг, наприклад. Така постановка питання може бути правомірною, але тільки в разі, коли ми відкидаємо самодіяльність населення, його самоорганізацію і розглядаємо виключно ринкові процеси. Тобто, туризм є соціокультурним явищем, яке виконує різноманітні, широкі суспільні функції: просвітницьку, виховну, культурну, соціальну, екологічну, економічну тощо, до якого долучаються все ширші кола населення й відповідно зростає його економічна роль в господарстві країни, оскільки з туризмом пов'язані майже сорок галузей господарства. Таке потужне, зростаюче явище потребує не тільки практичного забезпечення потреб населення через формування відповідної галузі господарства, а й наукового забезпечення відповідно до необхідності формування екологічно та соціально відповідального туризму, як зазначається в міжнародних документах з розвитку туризму, прийнятих світовою громадськістю на порубіжні сторіччя.

Наукові дослідження туризму різними науками особливо активізувались в Україні з 90-х років ХХ ст. Тоді в країні ця сфера діяльності почала формуватися як економічна складова господарства держави: реформувалися готельне та ресторанне господарства, створювалася галузь туризму в складі туристичних підприємств різної спеціалізації, система підготовки кадрів для туризму, що завершилось формуванням нормативно-правової бази та системи управління туризмом в країні. За справедливості слід зауважити, що постійні реформування не сприяли позитивному розвитку туризму як сфери економічної, в першу чергу. Однак сформована система спеціалізованої туристичної освіти вимагала наукових досліджень, оскільки підготовка кадрів нерозривно пов'язана з питаннями прогнозування розвитку об'єкту науки, в даному разі, туризму. Таким чином, саме в основних осередках підготовки кадрів, які мали давні освітянські традиції, почали формуватися наукові напрямки з дослідження туризму, які поступово переростають у наукові школи. Більше того, логіка розвитку наукового знання викликала до життя розробку теорії туризму – туризмології (за аналогією поширеної в сусідніх країнах туристики). Формуванню цього напрямку присвячена вже доволі значна література.

За хронологією розгляду туризму як об'єкту дослідження в Україні науки можна вишикувати наступним чином: географія (початок 80-х років ХХ ст.); економіка (початок 90-х років ХХ ст.), історія, краєзнавство (середина 90-х років ХХ ст.), філософія, культурологія, педагогіка (кінець 90-х років ХХ ст.).

До наукових шкіл, що вже позначені за певними критеріями (кількістю науковців, наукових статей, підручників, посібників) можна віднести:

- географічну, що сформувалась на базі географічних факультетів класичних університетів (Київського національного університету імені Тараса Шевченка, Таврійського національного університету імені В.І.Вернадського, Львівського національного університету імені Івана Франка, Чернівецького національного університету імені Ю.Федьковича,

Харківського національного університету імені В.Каразіна), де створені профільні кафедри;

- економічну, представлену Київським торговельно-економічним університетом, Інститутом туризму ФПУ, Донецьким університетом туристичного бізнесу, Чернівецьким торговельно-економічним інститутом, Одеським економічним університетом та рядом економічних факультетів профільних ВНЗ;
- технологічну, яка формується на базі технологій готельної та туристичної справи (Київський університет туризму, економіки і права, Прикарпатський університет імені В.Стефаника, Мукачівський технологічний інститут та ін.).

Географією туризму розробляються переважно напрямки ресурсознавства, оптимізації геопросторової організації туристичного процесу шляхом формування опорного каркасу туристичних дестинацій, які мають функціонувати на засадах сталого розвитку з чітко визначеним режимом природокористування. Економіка туризму зосередила свою увагу на проблемах маркетингу та менеджменту туризму, ціноутворенні та специфіці функціонування ринку туристичних послуг. Розвивається напрямок з історії, педагогіки, культурологічних питань туризму. Технологічний напрямок представлений переважно організаційними проблемами туризму та шляхами їх вирішення, оцінкою спеціалізованих та регіональних туристичних ринків.

Актуальними науковими проблемами, які потребують нагального вирішення, вбачаються такі:

- впорядкування термінології та класифікації туризму;
- розробка нормативів рекреаційно-туристичного природокористування;
- розробка економічних принципів формування та функціонування дестинацій;
- формування туризмології.

Висновок. Наукові дослідження для потреб туризму як практики господарювання базуються на його суспільній ролі як соціокультурного феномену. Саме цим обумовлене різноманіття наукових напрямків, які досліджують туризм. Протягом 90-х років XX ст.. - початку XXI ст.. в Україні формуються наукові школи з географічних, економічних, технологічних та гуманітарних проблем розвитку туризму. Започаткована туризмологія як теорія туризму. Актуальними науковими проблемами туризму є термінологічні та класифікаційні, узгодження яких дозволить сконсолідувати науковий потенціал провідних наукових шкіл для вирішення як наукових, так і практичних задач туризму.

СТАН ТА ПРОБЛЕМИ УДОСКОНАЛЕННЯ СИСТЕМИ ОСВІТИ З ПІДГОТОВКИ ФАХІВЦІВ З ТУРИЗМУ

В статті розглянуто основні риси проблеми підготовки кадрів для системи туризму. Запропоновано модель фахівця з туризму, загальну схему відповідної спеціальної підготовки бакалаврів та магістрів.

The article deal with the problem of training the specialists of tourism managing for the system of tourism industry. There are offer the model of specialist for tourism managing and principal scheme of proper bachelor and master special training program.

Вступ. Діяльність у галузі туризму – одна з міжгалузевих систем господарства світу, що найбільш динамічно розвивається. На початку ХХІ ст. у всіх видах туристських поїздок щороку бере участь до 1,5 млрд. осіб, в тому числі в міжнародних поїздках понад 650 млн. осіб (10 % населення планети). Прибутки від міжнародного туризму порівняні з 8% світового товарного експорту і складають майже 1/3 експорту на ринку послуг (2002р.). Туризм не тільки приносить прямі прибутки (міжнародний туризм – у твердій валюті), але й забезпечує всебічний вплив на зайнятість, збереження історичних пам'яток, підтримку народних промислів, захист навколишнього середовища. Цілком зрозуміло, що виконання колосального обсягу роботи, як з обслуговування армії туристів, так і активізації та збереження туристських ресурсів потребує залучення величезної армії фахівців всіх рівнів підготовки, від спеціалістів низових рівнів обслуговування до топ-менеджерів найвищої кваліфікації, або фахово підготовлених державних та муніципальних службовців.

Цілю даної роботи є дослідження загального вигляду будови функціонально-господарської системи туризму та її потреби в кадрах; визначення загальних рис моделі фахівця в сфері туризму; визначення загальних напрямів розвитку учбових програм підготовки спеціалістів.

Запропонований матеріал можна розглядати як рекомендації що до удосконалення освітньо-кваліфікаційних характеристик та освітньо-професійних програм за напрямом «туризм».

Учбові заклади, що ведуть підготовку кадрів для туризму.

Як відомо, для галузей обслуговуючої сфери кадрове забезпечення та якість підготовки кадрів мають вирішальне значення. Туристичне господарство також потребує притоку висококваліфікованих кадрів: організаторів і управлінців внутрішнього та міжнародного туризму (туризмологів), екскурсоводів, менеджерів готельної справи, економістів, юристів, спеціалістів інших галузей сфери обслуговування (харчування, медичне обслуговування, спортивно-оздоровча робота тощо). Поруч з економічною та менеджерською підготовкою ці спеціалісти мають володіти ще й знаннями з крає-та країнознавства, історії культури (та й взагалі -

історії), знати іноземні мови. Досвід світової практики показує, що як підприємці, так і урядовці (особливо адміністрація туристсько-рекреаційних регіонів) розуміють, що успішно витримати зростаючу конкуренцію чи віднайти інноваційні ресурси для регіонального розвитку можна завдяки високій якості запропонованого турпродукту, рівень якого (сервіс турпідприємств і готельних мереж, стан інфраструктури, продуманість в організації відпочинку та екскурсійного обслуговування тощо) залежить від рівня фахової підготовки персоналу.

То ж в світі нині склалася мережа із декількох тисяч навчальних закладів, які ведуть підготовку кадрів для туризму.

Вперше кадри для туризму цілеспрямовано почали готувати в *Швейцарії* з 1893р. Нині ця країна має понад 300 навчальних закладів, де виключно або частково присутня спеціалізація з туризму та готельної адміністрації, в них працює понад 3 тис. викладачів та навчається до 20 тис. студентів з різних країн. Серед них вирізняються такі заклади: Інститут туризму і готельного господарства в Монтрю (входить в систему Європейського університету менеджменту з сіткою навчальних закладів у півтора десятках країн регіону), який вирізняється особливо якісним рівнем прикладної підготовки. Міжнародний готельний і туристичний інститут в Берні, який готує фахівців вищого класу (магістри) за трьома напрямками: директори готелів, готельна адміністрація, керівники туристичних бюро. Женевський університет, відомий школою перекладачів, які згодом працюють в апаратах міжнародних туристичних організацій і транснаціональних корпорацій туризму.

Інші країни-лідери туризму в Європі теж мають сильні традиції підготовки кадрів для туризму.

У *Франції* – найбільш престижні Академія туризму «Амкор», яка вже сотню років забезпечує потреби як готельних «ланцюгів», так і туристичних агентств, а також університети в Комп'єні, Версалі, зрештою – Сорбонський університет (Париж).

В *Італії* туристичні кадри готують з післявоєнних років. Найважливіші ВНЗ – Інститут туризму в Римі, «Міжнародний інститут туристських наук» (Мілан), Університети Флоренції, Болоньї, Венеції, Генуї, Неаполя та інш.

В *Іспанії* – в Мадриді розташовані робочі органи Всесвітньої організації туризму (ВОТур). Тож провідні центри підготовки кадрів очолює «Інститут туристського менеджменту» при Всесвітній організації туризму. Інші лідери – Мадридський університет, університети Барселони, Валенсії, спеціалізовані інститути туристського менеджменту.

В *Греції* вирізняються «Інститут гостинності і туризму Ле-Монд» в Афінах, спеціалізовані школи туристського менеджменту в Патрасі, Салоніках та інш.

В *Австрії* серед десятків ВНЗ вирізняються «Академія іноземного туризму» в Бад-Гофштейн, Інститут туризму і готельного господарства в м. Кремс та інш. професійні школи, які дають високу підготовку в готельному та ресторанному господарстві.

Багато спеціальних навчальних закладів з туризму є у Великій Британії, Бельгії, Німеччині, Польщі, Чехії, Угорщині, Хорватії, Болгарії, де підготовка туристичних кадрів також розглядається як діяльність для забезпечення пріоритетної галузі економіки.

Наприкінці 20-го-початку 21 ст. в світовому господарстві понад половина поїздок туристів все ще припадає на Європу, але найбільш динамічний приріст туристичної активності спостерігається в Північно-Американському та Східно-Азіатсько-Тихоокеанському регіонах. То ж і ріст освітніх закладів туристичного профілю в останні десятиріччя відбувався саме там.

В *США* справа підготовки кадрів для туризму та готельного господарства знаходиться на високому рівні (нагадаємо, що США нині перші як за обсягами прийому туристів так і за прибутками від туризму). У кожному з 50 штатів працюють фахові школи туризму і готельної адміністрації. Але найбільшими центрами спеціалізованої професійної підготовки є окремі факультети при класичних університетах. Найбільш авторитетними є «Міжнародний інститут гостинності»(Гонолулу, Гаваї), Вашингтонський університет (м. Сіетл, шт. Вашингтон), Корнельський університет школа готельної адміністрації в якому існує з 1922р.

В Азії підготовку кадрів для туризму ведуть Китай, Японія, а також Туреччина, в Африці – Єгипет (Каїрський у-т туризму) і Марокко (Міжнародний інститут туризму).

Китай розгорнув активну програму, націлену на досягнення прийому понад сотні мільйонів туристів на рік. Відтак, десятки університетів розгорнули відповідні кафедри або факультети. Найбільш авторитетними залишаються «Інститут готельного і туристичного менеджменту» в Сянгані та «Школа професійної підготовки та підвищення кваліфікації в сфері туризму» в Макао. Серйозні масштаби підготовки кадрів в університетах Тяньцзіня, Пекіна, Сіаня, Шанхая, Нанкіна тощо.

В *Японії* спеціалізація з туризму і готельного господарства є в десятках університетів. Але найбільш вирізняються «Міжнародна академія культури» в Токіо – університет, який є базовим для підготовки кадрів для корпоративного угруповання туризму «JTB» (Japan Travel Bureau) та туристський коледж університету «Ріккьо» в Сайтама.

На теренах колишнього Радянського Союзу підготовка кадрів для міжнародного туризму була зосереджена в Москві і Києві. І нині – найбільша кількість навчальних закладів по підготовці кадрів для туризму виросла в Росії та Україні, хоча з'явилися вони і у всіх інших молодих незалежних державах.

Лідерами підготовки кадрів для туризму в *Росії* є «Академія туризму» в Москві, яка веде родовід від провідного учбового закладу «Інтуристу», «Балтійський міжнародний інститут туризму» (С-кт. Петербург), а також кафедри на факультетах Московського, Санкт-Петербурзького, Ростовського університетів, хоча відповідні учбові заклади виникають майже скрізь – від Сочі до Магадана.

В Україні підготовку кадрів для туризму понад 30 років тому серед вищих навчальних закладів розпочали географічні факультети Таврійського (Сімферополь) та Київського університетів та Інститут туризму профспілок; серед технікумів - Київський технікум готельного господарства «Інтуриста» та технікуми сфери обслуговування в Харкові, Ялті, Львові та інших містах.

Нині підготовку фахівців для туризму в Україні здійснюють більше сотні навчальних закладів II-IV рівня акредитації. Вони створені, нарешті, у всіх областях України, а група провідних ВНЗ мають відповідні кафедри, сформовані із докторів та кандидатів наук, що працюють на високому учбово-методичному та науковому рівні. В Києві лідерами є Київський національний університет імені Тараса Шевченка (на кафедрі країнознавства та туризму – 5 докторів наук), Національний Торгово-економічний університет (2 доктори наук), Київський університет туризму, економіки і права (2 кафедри), Університет туризму федерації профспілок України. Набирає сили наймолодша за часом створення кафедра в Національному університеті культури. В інших містах осередки підготовки кадрів високого фахового рівня знаходяться в Криму: Таврійський університет (м. Сімферополь) та Ялтинський інститут менеджменту; у Львові – Національний університет ім. І.Франка (географічний та міжнародний факультети); у Харкові – Національний університет ім. Каразіна, Академія комунального господарства та академія технології та організації харчування, в Одесі – Економічний університет, в Донецьку – Інститут туристичного бізнесу, в Чернівцях – національний університет ім. Ю. Федьковича та інші університети.

Як відомо, світова практика має дві моделі підготовки кадрів управлінського рівня для потреб туризму: а) на базі спеціалізованих ВНЗ; б) на базі класичних університетів. У західноєвропейських країнах переважає перший варіант, у США та постсоціалістичних країнах – другий. В Україні, як бачимо, вже склалася система, де кафедри насичені висококваліфікованими фахівцями, діють або в спеціалізованих ВНЗ (їх небагато) чи економічних університетах, або в класичних університетах на їх географічних (їх більше всього), або економічних факультетах. Позаяк ВАК-івського наукового ступеню з проблем туризму немає, то захисти дисертацій із зазначених проблем відбуваються на спецрадах з економічних, географічних або педагогічних наук.

Функціонально-господарська система туризму та її потреби в кадрах.

Для початку в загальних рисах розглянемо будову системи, для якої готуються кадри фахівців.

«Індустрія туризму» – складне системне утворення (яке можна охарактеризувати як «функціонально-господарську систему» (ФГС), або «системну галузь»), де взаємодіють комерційні підприємства як туризму, так і готельного господарства та транспорту, відповідні державні інститути, місцеві органи влади.

Ядром всієї будови є її комерційний блок, власне індустрія туризму. В її структурі пов'язані послуги туристських фірм (тупроператорів і

турагентів), послуги гостинності (готелів, підприємств харчування, оздоровлення, додаткових послуг тощо) та послуги транспортних підприємств як загального призначення, так і спеціалізованих.

Діяльність вищезазначеного комерційного блоку ФГС спирається на використання ресурсів туризму (природно-рекреаційних, історії та культури, інфраструктури тощо), які в межах тих чи інших територіально-господарських систем пов'язані із станом відповідних систем розселення, народногосподарських комплексів, адміністративно-управлінських систем, а також станом природного середовища.

Нарешті, ефективність діяльності вищеназваних систем залежить від якості роботи інституційно-організаційних систем держави: стану правового забезпечення туризму, роботи консульських служб і митниць, діяльності фінансово-банківської системи та системи підготовки кадрів.

Ефективність функціонування і розкриття потенціалу ФГС туризму сильно залежить від стану наукового та кадрового забезпечення. На це орієнтує уряди країн світу Всесвітня туристська організація, (ВТО), членом якої є і Україна. Ще у 1980р. на Всесвітній конференції по туризму було прийнято т.зв. Манільську Декларацію, в якій, зокрема, підкреслюється, що «підготовка кадрів фахівців туристської індустрії має стати частиною навчання молоді, а введення туризму до програм навчання молоді являє собою важливий елемент освіти і виховання, який сприяє постійному зміцненню миру». Суспільне значення туристської діяльності як потужного фактору формування економіки держави обумовлюють необхідність створення фахово-спрямованої системи підготовки та підвищення кваліфікації кадрових ресурсів для функціонально-галузевої системи туризму.

ФГС туризму створює турпродукт – широкий комплекс послуг для туризму. Це потребує кваліфікованої співпраці, взаємодії спеціалістів різної кваліфікації, різних управлінських ланок та напрямів діяльності. Принципова схема кадрового забезпечення туристичної сфери включає дві паралельні системи підготовки кадрів: а) спеціалізовану; б) масову. *Спеціалізована система* націлена на підготовку кадрів для туристко-рекреаційної діяльності: в турбізнесі, готельному господарстві, громадському харчуванні, транспорті, підприємствах, що надають додаткові послуги туристам, а також в місцевих адміністраціях, екскурсійних бюро та інш. *Масова система* готує кадри для всього національного господарства і підготовлені там фахівці залучаються в тому числі і в туризм (наприклад, це економісти, бухгалтери, юристи, інженери комунального господарства, інженери – транспортники тощо). Кожна з цих систем має три рівні підготовки кадрів: виконавчий (отримання випускниками навичок безпосереднього виконання послуги); управлінсько-виконавський технікуми, коледжі та інш. середні навчальні заклади; управлінський – ВНЗ та система другої освіти. Як бачимо, стала схема має диверсифіковану структуру, що відтворює багатоаспектність та динамічність «системної» галузі.

Загальні риси спеціалізованої системи підготовки кадрів впливають із закономірностей, закладених в моделі ФГС туризму. Конкретизуючи увагу на цих рисах ми маємо враховувати те, що кадри в галузі туризму мають задовольняти попит доволі різноманітних підприємств та установ. В комерційному блоку це туристичні комплекси, пансіонати, готелі, мотелі, кемпінги, бази, притулки, круїзні кораблі та інші підприємства гостинності; бюро подорожей та екскурсій, туристські фірми та агентства, екскурсійні бюро, служби реалізації путівок, бюро по прийому та направленню туристів, інтурбюро, пункти прокату туристського інвентаря та спорядження, обслуговування лижних трас, автопідприємства, включаючи автобази туробслуговування, автогосподарства та гаражі, обслуговування «сафарі» тощо; підприємства харчування та інш.

До цього додамо, що поза комерційним блоком є велика необхідність в кваліфікованих туризмологах у відповідних відділах місцевих адміністрацій, в службах анімації на курортах, в консультативних службах забезпечення «зеленого туризму», підприємствах реклами та PR, фахівців з конференц-сервісу. Зрештою такий фахівець в разі необхідності виконує функції екскурсовода, перекладача або тур агента.

Отже, потрібен фахівець, знання та вміння якого забезпечували б у першу чергу потреби підприємств комерційного блоку, але в той же час він мав знання і здатність до виконання більш широких функцій. Цілком зрозуміло, що такий фахівець має добре володіти іноземними мовами (краще декількома). Однаково якісно забезпечити всі вищезазначені аспекти підготовки досить важко. Тому в світовій практиці навчання фахівців для туризму співіснують два різновиди підготовки:

- фахівців готельного господарства або гостинності і туризму з більшою увагою до їх технологічної підготовки;
- фахівців з туризмознавства (туризмології) з комплексною підготовкою.

В обох випадках основу фундаментального і фахового блоку дисциплін переважно складають учбові дисципліни з менеджменту (в поєднанні з курсами, які вирізняють турисмолога від просто менеджера підприємства) та посилене вивчення іноземних мов.

Блок вибіркових дисциплін з *гостинності і туризму* в університетах світу більш-менш схожий. Він включає курси управління готелем, міжнародний туризм, менеджмент харчування та напоїв, господарське право і гостинність, бухгалтерія в готелях і ресторанах, менеджмент інженерних систем, енерго і водозабезпечення, менеджмент номерного фонду, менеджмент трудових ресурсів тощо.

Блок вибіркових дисциплін з *туризмознавства* складає більш різноманітній набір учбових дисциплін з проблем екскурсознавства, країнознавства, рекреації, географії культури, туropolейтингу, географії національного та міжнародного туризму, туристичних ресурсів тощо. Фахівець такого типу готовий як до роботи в тур фірмі, так і для виконання більш широкого кола завдань. Це: а) В галузі менеджменту в туризмі – виконання організаційної та управлінської роботи в підприємстві (бюро,

агентстві, фірмі, асоціації та ін.), що діє в галузі туризму або рекреації, а також у відділах туризму місцевих адміністрацій. Організаційна діяльність по плануванню та організаційному забезпеченню екскурсійних, наукових, бізнес-програм. б) В галузі міжнародного маркетингу в туризмі – робота по вивченню та активізації рекреаційно-ресурсного потенціалу території, аналізу стану ринку туристських послуг, виявлення кон'юнктури попиту на туристські послуги, аналіз динаміки та структури туристських потоків. Розробка, конструювання та комерційна реалізація турів та бізнес-програм в туризмі в Україні. в) Організаційно-методистська робота по забезпеченню екскурсійно-туристської діяльності, що полягає в узагальненні та систематизації крає- та країнознавчої інформації для розробки екскурсій. Впровадження цих розробок при комерційній реалізації турів. Складання та редагування інформаційних країнознавчих матеріалів, туристичних довідників, туристських карт тощо.

г) В науково-дослідній діяльності – дослідження туристсько-рекреаційних ресурсів, вдосконалення взаємодії складових національного та регіональних туристсько-рекреаційних комплексів, пошук та впровадження передового зарубіжного досвіду в практику розвитку індустрії туризму в країні.

д) Викладацька діяльність. Викладання рекреаційно-туристських дисциплін у вищій школі, спеціалізованих коледжах, гімназіях, ліцєях.

Треба віддати належне спеціалістам Науково-дослідного інституту соціально-трудова відносин Міністерства праці та соціальної політики України. Спираючись на світовий досвід підготовки кадрів для туризму в Державний класифікатор професій (КП) враховуючи об'єктивну єдність ФГС туризму внесені такі угруповання: 246 – «професіонали в галузі туризму, готельної, ресторанної та санітарно-курортної справи»; 2461 – «Професіонали в галузі туризму»; 2461.1 – «Наукові співробітники (туризмознавство, екскурсознавство)»; 2461.2 – «Туризмознавці»; 2462 – «Професіонали в галузі готельної та ресторанної справи»; 2462.2 – «Фахівці із готельної та ресторанної справи»; 2463 – «Професіонали в галузі санаторно-курортної справи»; 2463.1 – «Наукові співробітники (рекреалогія)»; 2463.2 – «Фахівці з санаторно-курортної справи».

В той же час Державний класифікатор навчальних дисциплін демонструє негативну тенденцію, яка рано чи пізно позначиться на розвитку системної галузі. Єдиний донедавна напрям «Туризм» (0504) ліквідовано, спеціальність «Туризм» передано в напрям «Культура» (020107), а спеціальність «готельне господарство» - в напрям «Комунальне господарство».

Модель фахівця в сфері туризму. Означена вище функціонально-галузева система туризму потребує спеціалістів з єдиною філософією підготовки і єдиною схемою учбово-методичної підготовки в якій блоки фундаментальних та гуманітарних дисциплін були б єдині (і відмінні від тих напрямів, до яких туризмознавство «приписано» МВС), а блок фахових дисциплін максимально відповідав би потребам підготовки або туризмознавця широко профілю, або спеціаліста з гостинності і туризму.

Спеціаліст, який працює в туризмі повинен відповідати вимогам не тільки професійної підготовки, але й вимогам особистого характеру. Обидва блоки вимог, як і вимоги до турпродукту, вже цілком усталені на світовому ринку туристичних послуг і мають бути застосовані при підготовці національних кадрів, що забезпечують розвиток туризму в країні.

Вимоги особистого характеру це: а) риси характеру загальні (порядність, тактовність, почуття гумору тощо) та професійно необхідні (доброзичливість, комунікативність, емоційна стабільність, культура поведінки, мовна культура); б) зовнішність (фізична форма, міра смаку в одязі, зачіска та макіяж тощо); в) загальна ерудиція (знання літератури та поезії, образотворчого мистецтва, музики, зацікавленість поточними питаннями економіки та політики).

Відповідні риси характеру формують мотивацію у виборі професії. До цього питання слід ставитися відповідально і вже на етапах професійної орієнтації та конкурентного відбору потрібно виявляти людей потенційно здатних до роботи в даній сфері.

Отже при наборі на спеціальності з напрямку «туризм» потрібно обов'язково проводити співбесіду з абітурієнтами.

Вимоги професійного характеру мають бути сформовані завдяки учбовому процесу. Вони включають аспекти загальної та спеціальної підготовки. Загальна підготовка окрім вивчення обов'язкових дисциплін гуманітарного блоку повинна передбачати освоєння професійно необхідної інформації з географії, країнознавства та краєзнавства, історії та історії культури, а також солідну підготовку з інформатики та користування інформаційними системами.

Ключове місце як в загальний так і спеціальній підготовці займає мовна підготовка спеціалістів. На світовому ринку обов'язковою умовою роботи в туристській галузі є вільне володіння 2-3 іноземними мовами. На жаль система вивчення іноземних мов, що традиційно існує в школах України не дає достатньої мовної підготовки.

Останні роки введення таких закладів освіти як гімназії, коледжі дещо покращило ситуацію, але водночас виникла проблема значної диференціації в якості знань з іноземної мови у студентів з різною базовою підготовкою. До того ж постановка якісного викладання іноземної мови вимагає більших затрат коштів, ніж нормативних поточних дисциплін із-за потреби формувати невеликі за чисельністю групи для практичних занять, необхідності використання комп'ютерної або лінгафонної техніки та інш. Спроби викладання східних мов взагалі виявляються невдалими із-за неможливості «втиснути» в стандартні учбові плани необхідну (збільшену) кількість учбових годин.

Спеціальна підготовка кадрів для потреб туризму в навчальних закладах (особливо ВНЗ) усього світу в значній мірі корелює з підготовкою спеціалістів з менеджменту в сфері послуг. Аналіз навчальних програм підготовки кадрів для туризму в університетах Європи і США дозволяє говорити, що в давно усталених блоках фундаментальних нормативних

дисциплін обов'язково присутні десяток або дюжина навчальних предметів. Це: Математика (Calculus) – початкові розділи вищої математики необхідні в маркетингу, менеджменті та статистиці; Інформаційні системи (саме робота з інформаційними системами, а не з ЕОМ); Бухгалтерська справа (Accounting) – від основ до бухгалтерії і аудиту туристських і готельних підприємств. Статистика. Економічна теорія (Economics), яка вивчає основи економічної теорії, мікро – та макроекономіку. Фінанси – починаючи від курсу «Фінанси і кредит», «Гроші і банківська справа» до «Corporate finance». Основи правознавства та господарське право (в спецкурсах можуть бути доповнені міжнародним, цивільним та інш. правом). Основи маркетингу (спеціальні розділи маркетингу туризму – в спецкурсах). Основи менеджменту (на додаток цілий «букет» спецкурсів з менеджменту туризму, готельного та курортного господарства). Іноземні мови – як мінімум дві.

Цей minimum-minimum має бути обов'язково доповнений курсами: Країнознавство (з туризмознавчим ухилом або регіональними спецкурсами). Екологія

Примітка. В навчальних планах сучасного стандарту вищої освіти для потреб туризму в Україні перелік дисциплін фундаментального блоку (т.зв. природничо наукової підготовки) нині практично співпадає із світовим загальноосвітнім трендом. Спроби ревізувати цей блок (наприклад, викинути математику) можуть закінчитися невизнанням наших дипломів на світовому рівні.

Спеціалізовані ланки підготовки кадрів безпосередньо для діяльності в туризмі або сфері гостинності виглядають таким чином.

III – виконавсько-технологічний рівень – забезпечується середньою освітою (ліцеї, спеціалізовані школи тощо);

II – управлінсько-виконавський рівень – система середньої спеціальної освіти (коледжі, технікуми);

I управлінський рівень, підготовку ведуть університети на відповідних кафедрах, або спеціалізовані навчальні заклади, які готують бакалаврів (туризмознавців, готельєрів, курортологів тощо).

При цьому існуюча триступенева освіта забезпечує як II так і I управлінський рівень. Так, бакалаври можуть займати посади як управлінсько-виконавчого, так і управлінського рівнів: різниця між ними у функціональних обов'язках. Відповідно, магістри готуються до управлінської діяльності, або викладацької та наукової діяльності у ВНЗ.

Наприклад, існуючі в Українському Державному класифікаторі професій (КП) у галузі туризму і готельного господарства професійні назви робіт для рівнів бакалавр, магістр виглядають так. В розділі «Професіонали»: «Бакалавр» - «Туризмознавець» з кодом КП – 2461.2 - «Екскурсознавець» - 2461.2 - «Фахівець з готельної справи» - 2462.2 - «Фахівець із санаторно-курортної справи» - 2463.2- «Фахівець із гостинності в місцях розміщення (готелі, туристичні комплекси та інш.)» - 2462.2 - «Організатор подорожей» - 2428.1- «Інструктор-методист з туризму» - 2276.4

«Магістр» - «Наукові співробітники (туризмологія) » -2461.1 - «Наукові співробітники (рекреалогія)» -2463.1- «Наукові співробітники (екскурсознавство)» - 2463.1- «Головний консультант (центральної і місцеві органи виконавчої влади з питань туризму)» - 1229.1- «Інші викладачі університету та вищих навчальних закладів» – 2310.2

Як бачимо, в класифікаторі професій України нині добре прописані посади бакалаврського рівня, але досить нечітко (особливо для адміністративних органів) посади рівня магістр.

Отже, вимоги до спеціальної професійної підготовки у сполученні з врахуванням вимог особистого характеру впливають на формування турпродукту і, зрештою, на конкурентноздатність діяльності національної туристської сфери на міжнародному рівні.

Схема підготовки спеціаліста у сфері туризму складається з таких етапів.

1. *Довузівська підготовка та конкурсний відбір.* а) загальна орієнтація – проведення бесід, лекцій серед учнівської молоді, організація фахово спрямованих публікацій в пресі, радіо та телепередач; б) фахова орієнтація – робота з учнівською молоддю в гуртках, участь фахівців у туристичних зльотах, походах, змаганнях, олімпіадах тощо. Мета – отримання школярами певних навиків та знань з туризму.

При відборі абітурієнтів для підготовки в сфері туризму, як ми вже підкреслювали, необхідна *співбесіда на предмет відповідності вимогам особистого та професійного характеру; тести, які мають виявити достатній рівень володіння українською та однією з іноземних мов; профільюючий тест*) має продемонструвати рівень знань абітурієнта про закономірності будови суспільства і природи нашої планети

Географія – найбільш придатний предмет для такого тестування. При всій повазі до історії зауважимо, що вона розглядає лише закономірності розвитку суспільства. А туризмознавець в своїй роботі має використовувати знання і про суспільство, і про природу.

2. *Вузівська підготовка.* а) базова фахова підготовка, в ході якої надаються знання з базових фундаментальних дисциплін та поглиблюються знання з загально-освітньої та гуманітарної підготовки; б) спеціальна фахова підготовка залежить від конкретної туристичної спеціальності та напряму прикладної та наукової спеціалізації яку обрав той чи інший вищий навчальний заклад.

Загальні риси спеціальної підготовки бакалаврів. Основні нормативні документи підготовки бакалаврів з туризму – «Освітньо-кваліфікаційна характеристика» (ОКХ) та «Освітньо-професійна програма» (ОПП) розроблені робочою групою Міністерства освіти і науки України і затверджені Наказом Міністерства від 14.06.2004р. №476. Декілька років апробації у ВНЗ України дають підстави говорити, що документи ці достатньо якісні. Але запропонований перелік дисциплін циклів природничо-наукової підготовки, професійної та практичної підготовки потребує коригування.

Що стосується нормативних документів підготовки бакалаврів з гостинності і туризму (готельного господарства і туризму) то вони ще не затверджені міністерством і ВНЗ України працюють за тимчасовими схемами. Доводиться звернути увагу і на географічні диспропорції в підготовці кадрів готельєрів. Якщо кафедри ліцензовані з спеціальності «туризм» є у ВНЗ всіх областей країни (у великих містах – навіть по декілька) то навчальних закладів кафедри яких здатні вести підготовку кадрів для готелів, поки що обмаль. Серед них позитивно вирізняються Київський національний торговельно-економічний університет, Харківська академія комунального господарства та Київський університет туризму, економіки і права.

Практика роботи ВНЗ Європи, які ведуть підготовку кадрів для туризму та готельного господарства, а також апробація нормативних документів з підготовки туризмознавців у ВНЗ України дозволяють зробити такі рекомендації що до схеми підготовки бакалаврів з туризму.

Пропорції розподілу учбового часу. Стала схема виконання якої вимагає притримуватися наше міністерство освіти (35 тижнів аудиторних занять, 6-іспитів і 3 - практики) не втримує критики з огляду потреб підготовки бакалаврів - туризмологів. В зарубіжних навчальних закладах більше часу виділяється на практики: у ВНЗ понад 20% учбового часу, в фахових школах навіть до 1/3 (наприклад, Монтрьо або Кремс) учбового часу. В наших умовах класичні університети там де кафедри туризму працюють при географічних факультетах можуть організовувати практику протягом 6 тижнів (16% учбового часу), при цьому вона в часі корелює з практиками польових спеціальностей відповідних факультетів. Але й при цьому не вирішеним залишається питання часу і обсягу практики на IV курсі.

Аудиторний час більш-менш рівномірно формується в 5 циклів. Це цикли: 1. гуманітарної підготовки – 18% (при передачі економічної теорії в цикл фундаментальних дисциплін). 2. природничо-наукової підготовки(фундаментальних дисциплін) – 16% – 20% 3. професійної та практичної підготовки – 40-42% 3-а в т.ч. вивчення іноземних мов – 20-22% (+3% обов'язковий курс в циклі гуманітарної підготовки) 4. Вибіркові дисципліни професійної та практичної підготовки – 20%

В формуванні переліку вибіркових дисциплін максимальна свобода вибору має бути надана вищим навчальним закладам. Шириться коло спеціалізацій і поглиблену фахову підготовку з того чи іншого напрямку не варто залишати на учбову програму магістрів – там існує своє коло проблем. Вже нині ряд кафедр ВНЗ ведуть якісну підготовку із спортивного туризму, екскурсознавства, зростатиме потреба в фахівцях зеленого туризму, екологічного туризму та інш.

Набір нормативних курсів професійної та практичної підготовки. Перелік курсів цього циклу постійно є предметом дискусій. І це цілком закономірно. Цілком очевидним є лише те, що при єдності курсів гуманітарного циклу і циклу фундаментальних дисциплін, курси циклу професійної підготовки мають бути фахово орієнтовані: туризмолог має бути

підготовлений до роботи в турфірмах або в органах місцевої адміністрації, а готельєр – в сфері гостинності.

В діючих учбових програмах набір спецкурсів для підготовки туризмологів дещо відрізняється в спеціалізованих ВНЗ і в класичних університетах, але обов'язковий перелік включає курси: 1. Історія розвитку туризму. 2. Географія туризму. 3. Туристичне країнознавство та туристичні ресурси України і світу. 4. Економіка туризму 5. Маркетинг туризму 6. Менеджмент туризму 7. Менеджмент обслуговування в туризмі і гостинності 8. Туроперейтинг 9. Організація транспортних перевезень туристів. 10. Екскурсознавство 11. Аналіз діяльності туристських підприємств. 12. Правове регулювання туристської діяльності 13. Інформаційні системи і технології в туризмі 14. Безпека життєдіяльності 15. Спортивно-оздоровчий туризм

Перелік курсів для підготовки спеціалістів готельного господарства вже давно стабілізувався в зарубіжних країнах. Класичний набір дисциплін включає: 1. Управління в системі гостинності (готельна адміністрація) 2. Економіка готельного господарства. 3. Маркетинг готельного господарства 3. Менеджмент готельного господарства 4. Управління персоналом в готельному господарстві 5. Менеджмент обслуговування в готелях. 6. Менеджмент обслуговування в ресторанах і барах. 7. Бухгалтерія і аудит в системі гостинності. 8. Інженерні служби, енерго- і водозабезпечення готельного господарства. 9. Устаткування і дизайн готельного господарства 10. Господарське право і гостинність. 11. Інформаційні технології в системі гостинності. 12. Індустрія міжнародного туризму. 13. Організація транспортних перевезень туристів. 14. Охорона праці.

Звичайно, наведені переліки не виключають того, що за необхідності може відбуватися взаємний обмін тими чи іншими курсами для підготовки туризмознавців та готельєрів як вибірковыми дисциплінами. Наприклад, в залежності від цілеспрямованості програми того чи іншого ВНЗ туризмологам як вибірково можуть бути запропоновані додаткові курси з менеджменту обслуговування в сфері гостинності, а готельєрам – вивчення туристських ресурсів (особливо природно-кліматичних) або маркетингу та менеджменту туризму.

Особливе місце в професійній підготовці займає вивчення іноземних мов. Нині українські фахівці зайняті підготовкою спеціалістів для туризму і гостинності сприймають як цілком зрозуміле, що у вітчизняних умовах на «першу» мову (як правило, англійську) потрібно виділяти до 1 тис. год. За такого обсягу підготовки молодий спеціаліст має мовою володіти вільно в межах потреб професійного спілкування. Вивчення другої (тим більше- третьої) мови – проблемне питання. Досвід показує, що вивчення другої мови наштовхується на глухий спротив студентів аж до того часу, доки у них не з'являється мотивація для освоєння тієї чи іншої мови.

Практика в учбовому процесі. Практика при підготовці кадрів для туризму займає важливе місце і є обов'язковим компонентом якісної підготовки спеціалістів. Вона має бути максимально можливою за часом

виходячи з умов учбового процесу того чи іншого ВНЗ і визначатися потребами майбутнього використання молодих спеціалістів. Як ми вже підкреслювали, на практику слід виділяти мінімум 6 тижнів щороку. Для туризмологів перелік практик (на основі досвіду класичних університетів) може виглядати так: I-1 курс – Навчальні практики з безпеки життєдіяльності та спортивно-оздоровчого туризму. II-й курс – Навчальні практики з екскурсознавства, вивчення туристських ресурсів. III-й курс – Виробнича практика на робочих місцях в турфірмах, підприємствах гостинності або органах місцевих адміністрацій.

Бажано також впровадження виробничої переддипломної практики. Для підготовки ж готельєрів потрібен учбовий готель.

УДК 911.3

Кіптенко В.К., к.геогр.наук, доц.
Малиновська О.Ю., к.геогр.наук, доц.
Київський національний університет імені Тараса Шевченка

КОНЦЕПЦІЯ ПРОГРАМИ ФОРМУВАННЯ І ПРОСУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО ІМІДЖУ НА ЦІЛЬОВИХ СЕГМЕНТАХ

Проаналізовано результати впровадження існуючих програм просування іміджу України. На підґрунті оцінок аналізу конкурентної спроможності, SWOT-аналізу середовища туристичної діяльності в Україні, факторів формування іміджу та маркетингових складових туристичного іміджу (5 „А” туристичного продукту) запропоновані основні напрями програми формування і просування туристичного іміджу України.

The results of the programmes for promotion of image of Ukraine are analyzed. Based on the analysis of competitiveness, SWOT of the environment for tourism, factors of image development as well as marketing elements of tourism image (5 “A” of tourism product) the basic provisions of tourism image of Ukraine formation and promotion are stipulated.

Питання ґрунтовного підходу до формування туристичного іміджу України є актуальними фактично від моменту здобуття нашою країною незалежності. Однак, перші кроки до *систематичного* творення іміджу України були зроблені лише у 2002 році. Вони були представлені у „Державній програмі забезпечення позитивного міжнародного іміджу України на 2003-2006 роки”. У червні 2007 року було затверджено Концепцію державної програми формування позитивного іміджу України на 2007-2010 роки. Відповідний розділ – „Удосконалення рекламно-інформаційної діяльності у туристичній галузі, поліпшення іміджу України на міжнародній арені” – містить Державна програма розвитку туризму в Україні на 2002-2010 роки та інші документи.

Втім, аналіз результатів впровадження існуючих програм і розробка ґрунтовної концепції формування і просування туристичного іміджу України на цільових сегментах залишається проблемним питанням і становить мету наукового пошуку авторів у даній статті.

Узагальнюючи результати впровадження **„Державної програми забезпечення позитивного міжнародного іміджу України на 2003-2006 роки” та Концепції державної програми формування позитивного іміджу України на 2007-2010 роки** станом на початок 2008 року варто відзначити:

- Перші кроки до *систематичного* творення іміджу України, на жаль, не можна вважати успішними.
- Державна програма забезпечення позитивного міжнародного іміджу України на 2003-2006 роки. Виявлено ряд невідповідностей використання коштів державного бюджету, призначених на виконання програми.
- Загалом факт прийняття нової Концепції Програми формування позитивного міжнародного іміджу України на 2007-2010 роки можна оцінити *позитивно*.
- Серед найбільш вагомих зауважень Концепції нової програми варто виділити *очевидно низький рівень фінансування*.
- Інший вагомий недолік - *незалученість громадськості* до процесу створення даної програми.
- На відміну від попередньої програми, виконання нової покладено на МНО, що на нашу думку є *неадекватним*. Власне МЗС за статусом і функціями здатне найбільш ефективно працювати в цій галузі. Крім того, МЗС, на відміну від МОН, має значний досвід роботи із закордонними PR-агенціями та світовими ЗМІ.
- Концепцією визначено імідж України як "надійного партнера" і курс розвитку на демократію. Втім, відсутнє розуміння *яким саме чином* (за якими критеріями здійснюватиметься відбір "позитивних образів України"). До того ж визначається орієнтація виключно на певні цільові аудиторії, але *не вказано, на які саме аудиторії, за яким принципом їх визначатимуть*. [3,4].

На сучасному етапі в країні реалізується низка інших програм. При цьому головним недоліком їх втілення є *очевидна неузгодженість між собою*, хоча, варто зазначити і окремі здобутки:

- **Концепція державної програми “Науково-технологічні засади створення індустрії програмної продукції України” на 2007-2010 роки** містить аналіз переваг і слабких сторін загальної ситуації в Україні в зазначеній сфері; висуває ряд чітких і обґрунтованих рекомендацій щодо шляхів розв’язання проблеми у сфері законодавства, податкової, фінансово-кредитної та інвестиційної політики, підготовки кадрів вищими навчальними закладами, запровадження систем менеджменту якості (СМЯ); адекватні оцінки очікуваних результатів і ресурсів виконання програми. [5].

- Концепція державної цільової програми підтримки культури і мистецтва на період до 2012 року висуває проблему іміджу як загальнокультурну проблему країни і наголошує на необхідності **комплексної програми формування позитивного міжнародного іміджу України**, пропонуючи конкретні, потенційно ефективні кроки, а також, виводячи в якості суб'єктів її реалізації благодійників і меценатів (тобто бізнес). [6].
- Однією з найбільш ґрунтовних вбачається **Програма “Інвестиційний імідж України”**, в якій конкретно і чітко визначаються канали розповсюдження інформації і **заходи щодо висвітлення інвестиційної політики та формування сприятливого інвестиційного клімату України**. [7].

Державна програма розвитку туризму на 2002-2010 роки містить відповідний розділ: **Удосконалення рекламно-інформаційної діяльності у туристичній галузі, поліпшення іміджу України на міжнародній арені**, завдання якого станом на фактичне завершення 2007 календарного року або **фактично не виконані**, вирішення ж інших є небезпідставно **сумнівним**. [2]

На думку спеціалістів, основні елементи іміджу України, *на жаль, ніяк не пов'язані зі спеціальними програмами і спеціалізованою активністю у цій сфері*. Серед загально поширених і до того ж стійких елементів сучасного іміджу України: Чорнобиль, Помаранчева революція 2004 р., корупція, проблеми з Росією, прізвища – Шевченко (але ж не видатного Кобзаря), Кличко, Ющенко, Тимошенко, Руслана, Верка Сердючка. Визначним **позитивним елементом** стало рішення стосовно ЄВРО-2012, яке вимагає адекватної ґрунтовної і систематичної діяльності, в тому числі в іміджевій сфері, задля ефективного використання у світовій конкуренції.

Спеціалістами Bohush Communications, чітко й конкретно виявлено сильні і слабкі сторони, які зрештою не є вичерпними, але об'єктивізують напрямки подальших аналітичних досліджень і розробок щодо стратегій і програм просування іміджу України (Табл.1)

Табл.1. SWOT аналіз України [1]

Сильні сторони	Слабкі сторони
• Вигідне географічне положення • Високий транспортний потенціал • Давня історія та культура • Високий рівень освіти населення • Космічні технології • 30% світових чорноземів • Етнічно та культурно однорідне населення	• Нестабільність та непрогнозованість в політиці та економіці • Відсутність чіткої стратегії розвитку країни • Енергетична залежність від Росії • Низький рівень розвитку економіки • Соціальна незахищеність населення • Юридична незахищеність населення • Корупція в усіх органах влади • Значний рівень амортизованості інфраструктури • Незахищеність інвесторів
Можливості	Загрози
• Великі аграрні можливості	• Немає гарантій територіальної цілісності

• Регіональне лідерство • <u>Культурна столиця</u> • Виробництво та продаж військової техніки • <u>Курорти Криму</u> • Участь у світових проектах щодо освоєння космосу • Рівноправний член європейського співтовариства • ЄВРО 2012 • „Інвестиційна оаза”	– не проведена делімітація та демаркація кордонів з Росією, Білорусією, Молдовою • Провокування сепаратизму в Криму • Військова база російського морського флоту до 2017 року в Севастополі • Висока смертність населення – демографічна катастрофа • Епідемія туберкульозу, швидке розповсюдження ВІЛ • Поганий стан військових складів – техногенні катастрофи • Енергетична залежність від Росії (газ, нафта) • Слабка захищеність транспортних магістралей, трубопроводів від терористичних атак • Немає власного циклу збагачення урану для АЕС, залежність від Росії • Зношеність інфраструктури та комунікацій – техногенні катастрофи
---	--

На нашу думку, значний потенціал вдосконалення розробок щодо формування і просування іміджу України, зокрема туристичного, містять ґрунтовні рейтинги міжнародних організацій. Вони, зокрема, дозволяють визначити позитивні моменти в оцінках за міжнародними стандартами, які можуть стати визначними в процесі формування і переорієнтування міжнародного і, зокрема, туристичного образу держави.

За оцінкою *Світового Економічного Форуму* конкурентоспроможність України на ринку подорожей і туризму (2007 р.) становить 3,89 балів за 7-ми бальною шкалою, що ставить нашу країну на 78 місце серед 124 країн світу (Табл2).

Табл.2 Характеристика туристичної конкурентоспроможності України за 2007. [8].

Індекс	Місце	Бальна оцінка	Актуальні й перспективні напрями розвитку
Регуляторна база подорожей і туризму, в т.ч.	76	3,9	
Регуляторна політика	88	4,0	
Законодавство в сфері охорони навколишнього середовища	109	3,0	Актуальність розробки концепції і стратегії сталого розвитку туризму
Безпека і охорона правопорядку	73	4,2	Пошук шляхів вдосконалення комунікацій правоохоронних органів з туристичною індустрією
Охорона здоров'я і санітарно-гігієнічні вимоги	39	5,5	Можливості скористатися визнаною рисою українських міст і містечок як „надзвичайно чистих, акуратних, затишних”
Пріоритетність стратегій туризму	90	3,3	Нагальна потреба зміни ставлення держави до туризму і туристичної політики

Бізнес середовище та інфраструктура туризму, в т.ч.	73	3,2	
Інфраструктура авіатранспорту	87	2,6	
Інфраструктура наземного транспорту	67	3,4	
Туристична інфраструктура	75	2,7	
ІК інфраструктура	64	2,6	
Конкурентоспроможність цін в туризмі	37	4,9	Орієнтація на цільові ринки орієнтовані на якісний відпочинок масового характеру за адекватними цінами
Суспільні, культурні та природні ресурси туризму, в т.ч.	89	4,4	
Людські ресурси, в т.ч.			
- освіта та підготовка кадрів;	73	5,0	
- наявність кваліфікованих кадрів;	68	4,6	
- статок трудових ресурсів	53	4,5	
	85	5,9	
Національне туристичне сприйняття	46	5,2	
Природні і культурні ресурси	118	3,1	

Узагальнення SWOT-аналізу середовища туристичної діяльності в країні дозволяє охарактеризувати як конкурентні переваги, так і недоліки (Табл.3)

Табл.3. SWOT-аналіз середовища туристичної діяльності в Україні [8]

Конкурентні переваги	Конкурентні недоліки
- сприятливість візового режиму; - високий рівень безпеки (зокрема, у сфері боротьби з тероризмом); - забезпеченість питною водою та санітарною інфраструктурою; - поступове зростання витрат держави на розвиток туризму; - динаміка розвитку авіатранспортної інфраструктури (кількість діючих авіаліній, густота мережі аеропортів); - розвинена мережа залізничних шляхів; - широкі можливості використання	- обмеження щодо права власності іноземців; - несприятливість регуляторної політики щодо іноземних інвестицій; - нерозвиненість бази регулювання права власності; - конкурентна несприятливість двосторонніх угод щодо авіа обслуговування; - мізерні зусилля держави в контексті <u>сталого розвитку туризму;</u> - <u>недосконалість, нечіткість і нестабільність природоохоронного законодавства;</u>

карток Visa; - високий рівень телефонізації; - сприятливі тенденції щодо паритету покупної спроможності; - відносно низький рівень цін на пальне (є тенденція до втрати цієї переваги); - умови трудових відносин; - високий рівень середньої освіти; - якість освітньої системи; - туристична відкритість; - низький рівень ризику небезпечних хвороб (малярія, лихоманка), хоча занепокоєння викликає загрозливі показники поширення СНІДу.	- недосконалість діяльності сил охорони правопорядку; - зростання злочинності і жорстокості - низький рівень державної боротьби з пандеміями; - недостатній рівень уваги держави до туристичної сфери; - низька ефективність маркетингу і брендингу; - низький рівень участі у ярмарковій і виставковій туристичній діяльності - недосконалість мережі міжнародного авіатранспорту; - якість авіаційної інфраструктури; - низький рівень авіавідправлень на 1000 населення; - недосконала інфраструктура автошляхів; - нерозвинена мережа місцевого транспортного сполучення; - застаріла станційна інфраструктура наземного транспорту; - недостатній рівень розвитку готельної мережі; - низька присутність на ринку провідних компаній з оренди автомобілів; - низький рівень доступності і бізнес користування Інтернет; - несприятливий податковий режим; - високі транспортні тарифи; - високий рівень вільної робочої сили; - недосконалість мережі підготовки і перепідготовки (трейнінгів) кадрів, особливо на місцевому рівні; - скорочення тривалості життя; - небезпечні ознаки туберкульозу; - комунікаційна обмеженість населення у туристичних контактах; - переоцінка можливостей розвитку ділового туризму; - надзвичайно високі рівні
---	--

	забруднення CO₂; - ресурсоспоживче ставлення до середовища (обмежена участь бізнесу в охороні екосистем); - низька питома вага природоохоронних територій та територій спеціального режиму природокористування; - мізерна частка об'єктів у Списку Світової спадщини.
--	---

Крім урахування вищенаведених оцінок, вихідні положення програми формування і просування туристичного іміджу України на цільових ринках ґрунтуються на загально визнаних визначеннях.

Імідж – це образ (території, країни, регіону) в уявленні різних груп громадськості. Правильно сформований імідж являє собою найбільш ефективний і дієвий спосіб роботи з масовою свідомістю.

Імідж території – це сукупність емоційних і раціональних уявлень, які витікають із співставлення ознак території, власного досвіду людей, їх переваг і думок, які впливають на створення певного образу. Таке визначення передбачає виділення *об'єктивних і суб'єктивних елементів* іміджу.

Важливою об'єктивною складовою іміджу регіону є *сукупність конкурентних переваг або суттєвих слабких сторін*. Вони, зазвичай, зумовлюються особливостями галузевої спеціалізації регіону, наявністю експортного потенціалу, територіальною віддаленістю або, навпаки, наближеністю до центра, інтелектуальним та інноваційним потенціалом, наявністю ресурсів, рівнем розвитку соціальної сфери, рівнем ділової та інвестиційної активності та ін.

Імідж країни за визначенням ЮНВТО – це сукупність емоційних і раціональних уявлень, які витікають зі співставлення усіх ознак країни, власного досвіду споживачів і чуток, як неофіційної, але дуже важливої інформації, яка впливає на створення певного образу.

Усі перераховані фактори дозволяють уявити при згадуванні тієї чи іншої країни певний ланцюг асоціативних картинок. Відомий спеціаліст в області іміджології А.Е.Кирюнін відзначає, що **імідж регіону** – це індивідуальний комплекс асоціативних уявлень, ядро якого – базове уявлення, яке індивід співставляє з регіоном.

Формування іміджу – це процес встановлення асоціативних зв'язків між базовим уявленням регіону та іншими уявленнями шляхом багаторазового спільного відтворення відповідних уявлень про об'єкти в рамках єдиної ситуації. При формуванні іміджу регіону визначається певна *цільова установка* можливість упізнання регіонів із супутньою актуалізацією відношення до регіону.

Просування території – це насамперед рекламна і PR-кампанія, які включають визначення адресатів і каналів просування інформації, її оптимальних форм, носіїв, обсягів, часових режимів її просування.

Власне, **програма формування й просування туристичного іміджу України** (Програма) повинна включати аналіз:

- міжнародного досвіду маркетингових програм розвитку туризму
- державних програм щодо іміджу України
- трьох „А” туристичного продукту України на цільових ринках
- конкурентоспроможності туристичної індустрії України
- сучасного висвітлення іміджу України
- SWOT-аналізі іміджу України
- переставлення туристичного іміджу України у ЗМІ
- представлення туристичного продукту України в мережі Інтернет
- діяльності туристсько-інформаційних центрів України
- презентації туристичного іміджу України засобами міжнародних контактів.

В такому разі, **логіко-змістовний каркас Програми** має формуватися за наступною схемою:

Фактори – системна модель складових іміджу – маркетингові складові туристичного іміджу: 5 „А” туристичного продукту на цільових ринках.

При цьому **фактори туристичного іміджу країни** поділяються на *внутрішні і зовнішні*. До зовнішніх варто віднести зовнішню політику України, національні інтереси та пріоритети, членство в міжнародних організаціях, розвиток відносин зі стратегічними партнерами, інвестиційний клімат тощо. Сутність внутрішніх факторів визначають так ознаки як добробут населення, дотримання конституційних прав кожного громадянина, рівень корупції, рівень злочинності, рівень тіньового сектору економіки, соціальне самопочуття тощо.

Системна модель складових іміджу включає: *географічний, культурний, етнічний, історичний і психологічний аспекти*.

Географічна складова іміджу виступає у вигляді суми уявлень, пов'язаних із локалізацією країни та її природними особливостями, що приводить до виділення території різного ступеню **туристичної доступності і туристичної атрактивності**, які визначають територіальну диференціацію туристичної спеціалізації. Найчастіше атрактивність зумовлюється усім комплексом факторів (природних, культурних, технологічних тощо), і завдання в цьому сенсі є виявлення і просування **комплексно-атрактивних регіонів** особливо привабливих для споживачів. В **основу продукту** має бути покладена *певна маркетингова ідея (задум)*, і тільки після цього продукт слід просувати на ринку. При цьому успіх просування залежить насамперед від *грамотного формування іміджу*.

Культурна складова іміджу охоплює суму уявлень про регіон, пов'язаних із сукупністю матеріальних і духовних цінностей, створених людиною в межах регіону.

Базові уявлення про регіон активізуються уявленням матеріальних об'єктів, найбільш яскраві асоціації – з пам'ятками архітектури регіону. Культура регіону включає в себе різні прояви духовного життя: *політику, економіку, науку, право, мораль, мистецтво, релігію*. Отже, завданням в цьому сенсі є активізація іміджевого використання **найбільш визначних об'єктів ресурсного фонду країни та її культурного життя**.

Етнічна складова іміджу об'єднується сумою уявлень про населення регіону як певну цілісність. Сприйняття етносу має особливість переходити на побутовий рівень, у зв'язку з чим виникає поділ регіонів на „хороші” і „не хороші”, фактично відбувається перенос образу народу на образ країни. Зазвичай складні і багатогранні уявлення про народ заміщуються стереотипами. Особливості національного характеру, як демонструє практика, суттєво впливають на формування уявлень про країну. Отже, завдання полягає у активній **пропаганді самобутності традицій і способу життя** шляхом використання як вже сформованих конкурентних та іміджевих переваг, так і формування нових з метою заміщення негативних (слабких) сторін.

Історична складова іміджу включає в себе асоціативні уявлення, пов'язані з процесом розвитку регіону. Вплив уявлень про історію регіону на його імідж формується за двома напрямками. Один з них пов'язаний з *уявленнями давнини*: чим далі у часі відстоять історичні події, пов'язані з регіоном, тим більш цінним від є для туристів. Фактично має місце своєрідна *міфологізація* і імідж регіону розглядається як своєрідний міф. Завдання в цьому сенсі вимагає урахування і розвитку уявлень про **містичну Україну**, які слід спрямувати на комплексне висвітлення „загадковості” України.

Інший напрям базується на *уявленні про відомі історичні події*: великі війни, спортивні змагання тощо. Наприклад, Помаранчева революція 2004 року.

Також важливими є *психологічні аспекти сприйняття* позитивного іміджу України, такі як: гордість за країну, бажання в ній жити, захищати, щастя, комфорт та проєкція свого майбутнього з країною. Ззовні це є: цікавість країною, бажання приїхати до неї, робити в ній бізнес та вкладати кошти, комфорт і безпека, пов'язані з Україною.

Таким чином, **розвиток вже існуючих проєктів**, в тому числі громадських організацій (*„Україна відома”, „Пізнай свою країну”*) залишається **актуальним завданням**, розширення якого можливе на даному етапі за рахунок ефективних **презентацій них акцій туристичного продукту України** в рамках традиційних виставок, ярмарок інших подійних заходів.

Маркетингові складові туристичного іміджу: 5 „А” туристичного продукту на цільових ринках визначають підґрунтя позиціонування туристичного продукту України, виходячи з результатів аналізу:

- *туристсько-географічного положення;*
- *попиту на туристичний продукт;*
- *попиту українських туристів на світовому туристичному ринку;*

- *пропозиції і споживання.*

Крім оцінок ознак і властивостей *доступності (access), атракцій (attractions) та інфраструктури (amenities)* в якості нагального завдання висувається ґрунтовний аналіз *асортименту (assortment) турпродукту і адресності (address focus)* його просування.

Логіко-структурний каркас Програми має визначатися за схемою:

Цілі і завдання – принципи – механізми – інструменти - очікувані результати – оцінка ефективності виконання програми. Конкретизуючи цю позицію, слід виділити основні *якісні і кількісні цілі*.

Якісні цілі визначають:

- зміцнення престижу території на основі широкої популяризації країни;
- формування сприятливого іміджу;
- формування конкурентноспроможного територіального продукту та його грамотне просування на цільових ринках;
- позитивний вплив на загальне сприйняття країни і бажання відпочити на її теренах;
- досягнення стабільної гармонізації попиту і пропозиції туристичного продукту;
- підтримка освітніх, культурних, спортивних та інших соціальних програм;
- забезпечення екологічної безпеки і сталого розвитку туристичних територій країни.

Кількісні цілі в цілому закладають параметри ефекту від реалізації програми:

- збільшення обсягів продажу туристичного продукту і послуг в країні;
- зростання доходу від туристичної діяльності;
- збільшення частки ринку, яку займає турпродукт країни;
- розвиток інвестиційних програм, підвищення ефективності інвестицій.

Провідними *принципами* Програми мають стати:

Відкритість, доступність, безперервність, об'єктивність, надійність та зворотній зв'язок.

Основу *механізму* реалізації Програми мають формувати:

- **узгоджена позиція** з питань економіки, інвестиційних та туристичних можливостей, а отже **координованість міжвідомчих дій**, спрямованих на формування і просування іміджу України;
- **провідна роль** державного органу управління розвитком туризму у взаємодії з національною туристичною організацією;
- **політична незалежність** як в сенсі змістовного наповнення іміджевих складових, так і безпосереднього управління реалізацією Програми;
- **консолідована позиція** з різних питань, які висвітлюються назовні;
- **активна, навіть агресивна інформаційна політика**. Активно пропагувати здобутки та можливості України, підтримувати українські інформаційні центри в різних країнах, просувати українські ЗМІ в різних мережах в світі, проводити мовлення різними мовами;

- **фокусна спрямованість завдань за логіко-змістовними складовими.** Базис такого фокусу визначає підготовка України до проведення ЄВРО 2012. В даному сенсі чітко відомі географічні „точки” і „коридори” росту: *Дніпропетровськ, Донецьк, Київ, Львів, Одеса, Харків*; чітко визначені **стандарти очікувань** міжнародного співтовариства (вимоги) – а, отже, завдання в сенсі 5 „А” турпродукту. Особливо важливим у цьому сенсі стає те, наскільки адекватними виявляться дії нашої держави з реалізації відповідних завдань;

- **належне і адекватне завданням фінансування.**

Інструментами реалізації Програми повинні стати:

- державні установи;
- туристичні та інші бізнес-структури;
- політичні сили;
- громадські організації;
- діаспора.

При цьому важливо чітко визначити **спрямованість іміджевих дій** і обґрунтувати **ефективність каналів** їх реалізації шляхом активної співпраці з ЗМІ та формуванням **репрезентативного Інтернет-сегменту туристичного іміджу України.**

Зважаючи на наведену аргументацію, вважається за доцільне сформувати таку Програму строком до 2012 року, заклавши у **хронологічний каркас** очікувані результати і методи оцінки ефективності виконання Програми за схемою:

1-й етап (1 рік) – формулювання і затвердження Програми; широкомасштабні дослідження для аналітичного підґрунтя окремих логіко-змістовних і логіко-структурних складових;

2-й етап (2-3 роки) – запровадження пілотних проектів на основі регіональних і галузевих програм, їх первинна апробація;

3-й етап (1-2 роки) – аналіз і оцінка ефективності пілотних проектів, їх корегування, розробка і запровадження базових проектів за конкретними напрямками, визначення проблем і напрямів подальшого розвитку і вдосконалення туристичного іміджу країни та його просування.

Дана пропозиція щодо концепції формування і просування туристичного іміджу України на цільових ринках апробована в процесі розробки авторами відповідної тематики в рамках Наукового центру розвитку туризму у 2007 році й має ґрунтовний базис для подальшої деталізації.

1. Денис Богуш. Майбутнє іміджу України// www.prdays.com.ua 2. Державна програма розвитку туризму на 2002-2010 роки// www.kmu.gov.ua 3. Державна програма забезпечення позитивного міжнародного іміджу України на 2003-2006 роки// www.mfa.gov.ua; www.dkrs.gov.ua 4. Концепція державної програми формування позитивного міжнародного іміджу України на 2007-2010 роки// www.mfa.gov.ua 5. Концепція державної програми “Науково-технологічні засади створення індустрії продукції України” на 2007-2010 роки// www.mon.gov.ua 6. Концепція державної цільової програми підтримки культури і мистецтва на період до 2012 року// mincult.kmu.gov.ua 7. Програма „Інвестиційний імідж України”// www.kmu.gov.ua 8. World Economic Forum// www.weforum.org

II. НАУКОВО-ПРАКТИЧНІ ПРОБЛЕМИ РЕКРЕАЦІЇ ТА ТУРИЗМУ

УДК 528.91

Підлісецька І. О., канд. геогр. наук, асист.
Київський національний університет імені Тараса Шевченка
Podlesezka_Irina@ukr.net

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНІ РОЗРОБКИ ДОСЛІДЖЕННЯ ОБ'ЄКТІВ ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНОГО ПРИЗНАЧЕННЯ

Статтю присвячено дослідженню об'єктів історико-культурного призначення. Розглянуто методи, способи та прийоми дослідження різними науками: історією, культурологією, археологією, архітектурою, рекреаційною географією, картографією та ін. Особливу увагу приділено картографічному методу дослідження та використання сучасних ГІС-технологій.

The theoretic-methodological investigation development of historical and cultural study. The article deals with the study of historical and cultural objects. Some methods, means and ways of the study were considered by means of different sciences: history, culturology, archeology, architecture, recreational geography, etc. Special attention was paid to the cartographic technique of study and the use of modern geographic information system technologies.

Вступ. Дослідженням об'єктів історико-культурного призначення (ОІКП) займаються різні науки, які в своїх дослідженнях використовують різноманітні методології, загальнонаукові і спеціальні (конкретних наук) методи, способи і прийоми. Безпосередню зацікавленість об'єктами історико-культурного призначення виявляють такі науки, як історія (в загальному розумінні), культурологія, археологія, архітектура і містобудування, географічні науки, серед яких слід відмітити картографію, рекреаційну географію, рекреалогію, туристичну галузь та ін. Але слід відмітити особливу зацікавленість картографії. Це викликано, по-перше, відсутністю довгий час картографічних досліджень такої тематики, по-друге, набуттям широких можливостей ГІС-картографування та моделювання у великому масштабі та постановкою ряду проблем з цим пов'язаних. Карта супроводжує географічне дослідження на всіх його етапах, виконуючи функцію джерела інформації, документу спостереження, кінцевого результату досліджень.

Аналіз досліджень і публікацій. Особливе місце в сучасній пам'яткознавчій роботі відведене узагальненню досвіду вивчення і збереження культурної спадщини у різні періоди становлення державності [4]. Проблема збереження і відродження пам'яток архітектури стала особливо актуальною в ХХ ст.[15]. У роботі [17] розглянуто методику дослідження та реконструкції ансамблю античного міста на прикладі Херсонеса Таврійського і системний підхід до цього питання. Дослідження архітектурної спадщини, містобудівного устрою та етапів формування архітектурного середовища історичних міст України, узагальнення проблематики і історія питання, опис методики дослідження, практичні заходи щодо забезпечення збереження пам'яток розглянуті у монографії [3].

ОІКП цікавить також географів, як об'єкт суспільно-географічних досліджень. [13, 19]. Ряд робіт присвячено проблемам картографування ОІКП представлені в працях [6]. Розглянуто методи і підходи до картографування етногеокультурних відомостей [14], картографічного моделювання природно-рекреаційного потенціалу регіонів [16]. Дослідження рекреаційно-туристських ресурсів присвячені праці [1-2, 11, 18]. Методологічні розробки в культурології розглянуті в працях [8-10]. В картографії питанням методології присвячено праці Тікунова, Берлянта А.М., картографічному моделюванні і геоінформаційному картографуванню присвячені праці Козаченко Т.І., Пархоменко Г.О., Молочко А.М., Лур'є І.К., Смирнова, Барладіна, Даценко Л.М. Остроуха В.І., Бондаренка Е.Л.

Постановка проблеми. Проаналізувати досвід вивчення методичних розробок, літературних і періодичних джерел на предмет дослідження різними науками об'єкта картографування – пам'яток історико-культурного призначення. На основі проаналізованих методів та методологій, які використовують ці науки при дослідженні ОІКП виділити сполучення принципів та побудувати структурно-графічну модель.

Виклад основного матеріалу. Історія - це розповідь про минулі події, дослідження минулого. Історію можливо розглядати з двох боків, з одного, це історія природи й історія людини, які між собою взаємопов'язані. Викладення матеріалу в історичних дослідження виконують в хронологічній послідовності. У процесі історичних досліджень використовуються загальнонаукові методи наукового пізнання серед яких присутні методи аналізу, опису, синтезу, історичний, метод узагальнення, а серед спеціальних - методи емпіричного характеру, хронологічний метод. Зазвичай вибір методів і прийомів наукового пізнання залежить від обраного об'єкту дослідження. Для картографування ОІКП історія застосовується картографічний метод дослідження, метод графічного моделювання. Також застосовуються можливості сучасних технологій у вигляді геоінформаційного опрацювання отриманої інформації про досліджуємий об'єкт. Особливу роль відіграють допоміжні історичні дисципліни, до яких можна віднести дві спеціальні історичні науки – археологія і етнографія. [21]. ОІКП представляють певний інтерес для історичних досліджень. Оскільки є результатом творчої діяльності людей у різні часи, тобто ОІКП зокрема, виступають предметом дослідження історії.

«Археологія – наука, яка вивчає по речовим джерелам історичне минуле людства.» [8, с.31]. Об'єктом досліджень в археології є археологічні пам'ятники і пам'ятки, які є ОІКП. В археології основним методом наукового пізнання є археологічні дослідження. Розрізняють два види археологічних досліджень: польові і лабораторні дослідження. Археологія виконує задачі первинного опису, систематизації й класифікації знайденого, тобто дослідження археологічних пам'яток археології за допомогою загальнонаукових методів наукового пізнання опису, аналізу, систематизації і класифікації. Серед специфічних методів важливими методами дослідження є стратиграфічний метод, який спрямований на аналіз порядку чергування

культурних шарів, які відклались в результаті певного періоду перебування людини на даному місці і встановлення хронологічного співвідношення цих шарів. Картографічний метод застосовується для представлення отриманої інформації про об'єкт на карті або моделі. Для датування археологічних пам'ятників застосовуються методи природничих наук для датування археологічних пам'яток – калійаргоновий, радіовуглецевий, палеомагнітний, колагеновий, дендрологічний та інші. [22] Також застосовується картографічний метод дослідження для фіксації археологічних досліджень.

Археологічні пам'ятники класифікуються за видами, і до основних пам'ятників відносяться місця поселення (стоянки, городища, селища) і житло, руїни фортець і міст, могильники й окремі поховання, надмогильні і культові споруди, скарби, засоби виробництва і інші давні предмети, малюнки, написи на скелях і каміннях (наскальні зображення). У залежності від цінності й унікальності пам'ятники і пам'ятки можуть бути віднесені до категорії пам'ятників і пам'яток всесвітнього надбання і національного надбання.

До об'єктів історико-культурного призначення слід відносити не лише пам'ятки минулих років (епох), але і сучасні споруди високохудожнього виконання, що мають національне культурне значення. Зокрема до вищеназваних також належать об'єкти архітектури та містобудування.

Архітектура (і містобудування) – це мистецтво створення (проектування і побудови) будинків і споруд, а також інших комплексів, що формують просторове середовище для життя і діяльності людини. Об'єктом дослідження архітектури є архітектурні пам'ятки. Термінологія, яка застосовується в архітектурній науці: пам'ятка художньої культури, пам'ятка архітектури, пам'ятка містобудування, пам'ятки монументального мистецтва, які є ОІКП. Окремим видом пам'яток є пам'ятки історії, хронологічні межі якої сягають найдавніших періодів розвитку суспільства: пам'ятки коммеморативні, пам'ятник.[20, с. 312-313].

При дослідженнях архітектурних об'єктів використовуються універсальні загальнонаукові методи наукового пізнання серед яких представлені пізнавальний, семіотичний, психологічний, порівняльний, історико-культурний, соціальний і економічний методи досліджень. До методів конкретних наук (професійних методів) при дослідженні архітектурних об'єктів застосовують планувальний, композиційний, морфологічний, функціональний, концептуальний, образний, ці методи складають базу досліджень проблем архітектурних об'єктів. Дослідження ОІКП в архітектурі необхідні для подальшого вивчення і створення на їх основі Державного реєстру нерухомих пам'яток України і підготовки та видання «Зводу пам'яток історії та культури України» (багатотомне видання). Також важливим питанням є збереження цих пам'яток, які потребують реставраційних робіт, а також удосконалення системи законів пам'яткоохоронних заходів (прийняття низки законів). Українськими реставраторами виконано багато науково-дослідних і реставраційних робіт за часи незалежної України, накопичено великий досвід, який потребує

представлення доробок за рахунок сучасних можливостей комп'ютерних технологій. Архітектура не лише досліджує об'єкти історико-культурного призначення у пізнавальних цілях, але і створює їх.[3, 24]

«Культурологія – наука про культуру. Предмет культурології – культура як явище, її структура, функції і задачі, історія культури, закономірності й особливості її розвитку, функціонування і взаємозв'язок різноманітних культур у часі й просторі.» [9, с. 2] Культурологія в загальному розумінні це наука про культуру і задачі культурології різноманітні, серед яких присутній аналіз процесів і тенденцій соціокультурного середовища сучасності. Культурологія вивчає культурне життя в різних суспільствах, виділяючи особливості та досягнення основних культурно-історичних типів. [9]

Культурологія представляє собою галузь гуманітарних знань і синтезує філософські, історичні, етнографічні, соціологічні й інші дослідження культури. Однією із задач культурології є вивчення всіх процесів взаємозв'язку людини зі світом природи, світом соціуму і світом фізичного і духовного побуту людини. Предметом дослідження культурології є: штучне середовище, яке створено людиною; мова, як унікальний засіб спілкування між людьми; знання, норми і цінності суспільства; соціальні спільності і соціальні організації; демографічні і етнічні процеси в суспільстві. [8, С.3]

Культурологія - це складна наукова дисципліна, що має ряд самостійних розділів, формується на стику багатьох наук і в зв'язку з цим користується великим спектром методів і принципів в своїх дослідженнях. Серед загальнонаукових методів і прийомів дослідження об'єктів історико-культурного призначення, які безпосередньо цікавлять дослідження, слід відмітити такі методи, як опис, аналіз, систематизація, класифікація, доказ, прогнозування, моделювання, порівняльний метод аналізу, синхронний метод аналізу. В культурології немає узагальнення використання певного ряду методів дослідження за рахунок того, що культурологія в своїх дослідженнях вирішує різноманітні задачі, від яких залежить вибір методів і прийомів. В залежності від об'єкту дослідження культурологія користується широким спектром методів та прийомів: метод історично-порівняльний, історико-генетичний, історико-системний, методами порівняльної лінгвістики, психолінгвістики, етнопсихології, соціальної психології і філософії, антропології, політології. Серед конкретно-наукових (спеціальних) методів в культурологічних дослідженнях застосовуються: метод польової етнографії, метод антропологічних досліджень, інноваційний метод, аксіологічний метод, порівняльно-співставний, синхронний, семіотичний, психологічний, бібліографічний, цивілізаційний методи. [8-10] Отже, культура визначає предмет дослідження штучне середовище створене людиною, до якого відносяться і об'єкти історико-культурного призначення, які розглядаються у різному часі та просторі. Розміщення об'єктів історико-культурного призначення на території виступає об'єктами дослідження географами.

Основними методами наукового пізнання географічних досліджень територій і об'єктів є експедиційні та стаціонарні. Основним засобом виявлення закономірностей в географічних дослідженнях є районування. Також в географії широко застосовуються аналіз, опис, класифікації, математичні, статистичні методи та ін. Особливу зацікавленість ОІКП виявляє туристична галузь географії, рекреаційна географія, рекреалогія. Ці науки досліджують рекреаційно-туристські ресурси (рекреаційні територіальні системи, рекреації, рекреаційні системи) до складу яких відносяться ОІКП.

При дослідженні рекреаційно туристичних ресурсів (РТР) використовують такі методи наукового пізнання: системно-структурний, метод аналізу та синтезу, картографічний, статистичний, типізації та класифікації, суспільно-географічного районування та зонування, порівняльно-географічний, метод сучасних комп'ютерних технологій. [1] Туристи використовують один із поширених методів це аналіз архітектурно-історичних РТР, який проводиться по кількісним показникам. Також застосовується метод кількісного та якісного аналізу в історико-географічних дослідженнях РТР.

Структура основних типів РТР складається з природних, природно-антропогенних, суспільно-історичних до складу яких входять архітектурно-історичні. [1]. Класифікації пам'яток історико-культурного призначення, які представляють значну рекреаційну цінність цих об'єктів для туристів за такими ознаками, як класифікація за ступенем збереженості, за хронологією (час спорудження), за призначенням: всесвітнє (ЮНЕСКО), європейське, загальнонаціональне (державне), регіональне (обласне) або місцеве значення. Картографування РТР, у тому числі ОІКП, передбачає з огляду туристів, розробку картографічних умовних знаків ОІКП, їх систематизацію, узагальнення, якої на даному етапі не достатньо розроблені. Поступово, а деяких моментах і стрімко, розширюється тематика туристських карт та відображення РТР за допомогою сучасних ГІС- технологій у вигляді картографічних моделей.[1, с. 43]

Дослідженням ОІКП займається також така наука, як рекреаційна географія.

Об'єктом дослідження рекреаційної географії є рекреаційні територіальні системи (РТС) різної ієрархії та типу [2, с. 17]. Рекреаційна географія, як наука сформувалась в процесі організації рекреаційної діяльності і носить комплексний характер. В рекреаційній географії є поняття про рекреаційну систему до якої відносяться ОІКП. Рекреаційна географія в дослідженнях ОІКП використовує загальнонаукові методи аналіз і синтез, опис, історичний, метод класифікацій, математичний і порівняльний, системний підхід. Серед методів конкретних наук можна відзначити картографічний, математичного (картографічного) моделювання, аналітико-статистичний і т.д. [2, с.16].

Серед видів рекреаційних ресурсів, туристи, виділяють культурно-історичні ресурси. До ОІКП туристи відносять пам'ятки історії та культури,

які більше всього приваблюють потенційних користувачів рекреаційно-туристських ресурсів. У залежності від основних ознак (видів) історико-культурні пам'ятки і пам'ятники поділяються на п'ять основних видів: пам'ятки історії, археології, містобудування і архітектури, мистецтва, монументальні. Всі ці об'єкти використовуються в пізнавально-культурній рекреації і підрозділяються на рухомі і нерухомі [11, с.92-94].

«Рекреалогія є міждисциплінарна наука, яка займається вивченням рекреаційних проблем» Об'єктом рекреалогії виступає рекреаційна система, до складу якої відносяться ОІКП [18, с. 7-8]. В рекреалогії для розв'язання задач застосовуються методи наукового пізнання теоретичного, методичного, конструктивного рівня. Серед загальнонаукових методів дослідження наукового пізнання використовуються: системний метод, метод аналізу, метод синтезу. Також використовуються методи дослідження суміжних наук до рекреалогії, серед яких присутні методи географічних наук: картографічний і експедиційний методи; суспільних і медико-біологічних наук: балансовий, соціологічні опитування і анкетування, психологічні вимірювання, також застосовується метод моделювання і математико-статистичний метод [18, с.16]. В дослідженнях рекреалогії – застосовуються різні методологічні підходи. Серед рекреаційних ресурсів, що є частиною рекреаційної системи і є об'єктом рекреалогії, в своїх дослідженнях приділяють особливу увагу історико-культурним ресурсам (пам'яткам історико-культурної спадщини), які є важливим джерелом інформації про історію минулих поколінь для нащадків [18, с.133-146].

У картографії при дослідженні ОІКП використовують загальнонаукові та спеціальні методи. Серед загальнонаукових можна виділити метод аналізу і синтезу, метод моделювання, метод класифікації, системний підхід, порівняльний метод. Серед методів конкретних наук математичний метод (прийоми математичного аналізу), географічний метод, який спрямований на аналіз взаємозв'язку речей і явищ у просторі, польове картографування, картографічний метод, метод картографічного моделювання, геоінформаційний, аерокосмічний, дистанційний методи [7, с. 9]. Порівняльний метод сполучається з картографічним та історичним, спираючись на різну інформацію – карти, знімки, матеріали польових зйомок, архівні дані тощо. Використання математичних методів в картографічному моделюванні стрімко розвиваються завдяки ГІС-технологіям. Також в картографічних дослідженнях застосовуються методи дедукції та індукції для картографічного моделювання [7, с. 10]. Геоінформаційні методи є сучасним системним методом вивчення навколишнього географічного простору (середовища). Матеріали дистанційного зондування Землі (ДЗЗ) використовуються в геоінформаційних системах (ГІС) давно, за рахунок можливостей отримувати оперативну інформацію у вигляді аеро- і космічних знімків, що дає можливість формувати та поповнювати геоінформаційні бази даних. Отже, стає доцільним використовувати одночасно геоінформаційні та аерокосмічні методи в картографічних дослідженнях.

У нашому науковому дослідженні були застосовані різноманітні прийоми та методи для отримання комплексної 3D моделі об'єкта. Основним науковим методом дослідження є метод картографічного моделювання, який є на сьогоднішній день одним із широкоживаним в різних наукових дослідженнях. Види картографічного моделювання на сучасному етапі застосування в наукових дослідженнях є дуже різноманітними, їх вибір залежить від поставленої мети, об'єкта, технічних засобів та ін.



50

Структурно-графічна модель побудована у вигляді концентричних кіл різного діаметру. У центрі подано ОІКП, які досліджують обрані в моделі науки: історія, археологія, архітектура і містобудування, культурологія, географічні науки, серед яких представлені: картографія, рекреаційна географія, рекреалогія і туристична галузь. Модель «поділена умовно» на три рівні. Перший рівень, це застосування загальнонаукових методів пізнання при дослідженні об'єкта обраними науками. Другий рівень - це використання методів наукового пізнання конкретно до кожної науки. Третій рівень - це застосування різноманітних класифікацій цими науками при дослідженні.

Таким чином, структурно-графічна модель була побудована, щоб прослідкувати використання обраними науками однотипних методів наукового пізнання, в їхніх дослідженнях ОІКП. Аналіз таких підходів дозволить більш повною мірою змодельовати, застосовуючи картографічний метод дослідження ОІКП в нашому дослідженні.

1. Бейдик О.О. Начально-методичний комплекс дисципліни «Рекреаційна географія» для студентів спеціальності «Туризм», спеціалізації «Міжнародний туризм». 2-е вип., доп. і розш. – К.: ВГЛ «Обрій», 2008. – 159 с. 2. Бейдик О.О. Начально-методичний комплекс дисципліни «Рекреаційна географія» для студентів спеціальності «Туризм», спеціалізації «Міжнародний туризм». 2-е вип., доп. і розш. – К.: ВГЛ «Обрій», 2008. – 159 с. 3. Вечерський В.В. Спадщина містобудування України: Теорія і практика історико-містобудівних пам'яток охоронних досліджень населених місць.- К.: НДІТІАМ, 2003. – 560с. 4. Гаврилюк С.В. Становлення й розвиток історичного пам'яткознавства Волині, Холмщини і Підляшшя (XIX - початок XX ст.): Автореф. дис... д-ра іст. наук: 07.00.01 / Чернів. нац. ун-т ім. Ю.Федьковича. — Чернівці, 2003. — 39с.—укр. 5. Денисенко О.А. Охорона і збереження пам'яток історії та культури в Українській державі (1918 р.): Автореф. дис... канд. іст. наук: 07.00.01 / Київ. нац. ун-т ім. Т.Шевченка. — К., 2002. — 19 с. — укр. 6. Ельчанинов А.И. Карты культурного и природного наследия России/ Проблемы непрерывной географической освіти і картографії: Збірник наукових праць. – К.: Інститут передових технологій, 2005. – Випуск 5. – С.79-81. 7. Козаченко Т.І. та ін. Картографічне моделювання: Навчальний посібник/ Т.І.Козаченко, Г.О. Пархоменко, А.М. Молочко; Під ред. А.П.Золовського. – Вінниця: Антекс-У ДТД, 1999. – 328с. 8. Кононенко Б.И. Культурология в терминах, понятиях, именах. Справочное учебное пособие: М.: Изд-во «Щит-М», 1999. – 406с. 9. Культурология. История мировой культуры: Учебн. Пособие для вузов/ А.Н.Маркова, Л.А.Никитич, Н.С. Кривцова, и др.; Под ред. Проф. А.Н.Марковой. – М.: Культура и спорт, ЮНИТИ, 1995. – 224с. 10. Культурология. XX век. Энциклопедия. Т. 1. – СПб.: Университетская книга; ООО «Алетейя», 1998. – 447с. 11. Кусков А.С. Рекрационная география: Учебно-методический комплекс/ А.С.Кусков, В.Л. Голубева, Т.Н. Одинцова.- М.: Флинта:МПСИ, 2005. – 496 с 12. Мороз С.А., Онопрієнко В.І., Бортник С.Ю. Методологія географічної науки: Навч.посібнику – К.: Заповіт, 1997. – 333с. 13. Поливач К. А. Культурна спадщина та її вплив на розвиток регіонів України (суспільно - географічне дослідження): автореф. дис... канд. геогр. наук: 11.00.02 / НАН України; Інститут географії. — К., 2007. — 24с. 14. Ровченко І.І. Підходи до картографування етногеокультурних відмінностей. //Національне картографування: стан, проблеми та перспективи розвитку: Збірник наукових праць /Відп. за вип. А.А.Москалюк. – К.: ДНВП «Картографія», 2008. – Вип.3- С.183-185. 15. Романовський В.С. Розвиток пам'яткознавства на Харківщині в XIX - на початку XX ст.: Автореф. дис... канд. іст. наук: 07.00.01/ Харк. нац. ун-т ім. В.Н.Каразіна. — Х., 2007. — 19 с.— укр. 16. Руденко В.П., Куліш В.І., Хохмутх З., Руденко С.В. Оцінювання та картографічне моделювання природно-рекреаційного потенціалу регіонів України та Словатчини //Національне картографування: стан, проблеми та перспективи розвитку: Збірник наукових праць /Відп. за вип. А.А.Москалюк. – К.: ДНВП «Картографія», 2008. – Вип.3- С.185-189. 17. Снітко І.А. Методика реконструкції античного міста (на прикладі Херсонеса Таврійського): Автореф. дис. канд. архіт.: 18.00.01/ Харк. держ. техн. ун-т буд-ва та архіт. — Х., 2005. — 19 с. — укр. 18. Стафійчук В.І. Рекреалогія. Навчальний посібник. К.: Альтерпрес, 2006. – 264 с. 19. Топчієв О.Г. Суспільно-географічні дослідження: методологія, методи, методики: Навчальний посібник. – Одеса: Астропринт, 2005. – 632 с. 20. Тимофієнко В.І. Архітектура і монументальне мистецтво: Терміни та поняття. – К.: Вид-во Інституту проблем сучасного мистецтва, Головкиївархітектура, 2002. – 472с. 21. Украинская Советская Энциклопедия. Т.1. К.: Главня редакция Украинской Советской Энциклопедии. – 1980. – С.264. 22. Украинская Советская Энциклопедия. Т.4. К.: Главня редакция Украинской Советской Энциклопедии. – 1980. – С.356-358. 23. Ярошенко Є.С. Формування системи охорони культурних цінностей в Україні (XIX - поч. XX ст.): Автореф. дис... канд. іст. наук: 07.00.01 /

УДК 911.3

Редько Т. В. асп.
Київський національний університет імені Тараса Шевченка
vr.tatiana@gmail.com

МЕТОДОЛОГІЯ БІХЕВІОРИСТСЬКИХ ДОСЛІДЖЕНЬ

У статті висвітлені проблеми, пов'язані з розробкою методології кількісної оцінки якісних показників сприйняття людиною геоінформаційного середовища. На основі авторського дослідження запропоновані найбільш ефективні методи та їх характеристика.

The article spotlights problems connected with methodology development of quantitative estimation for qualitative exponents of perception of geo-informational environment. On the ground of author's research are presented most efficient methods and its characteristics.

Історичний розвиток географії привів до гуманізації, антропоцентричності наукових досліджень. Лавиноподібний розвиток людства зумовлює збільшення об'єму інформаційних потоків та вимагає найновіших підходів до вивчення взаємодії людини та середовища. Якщо у 70-ті рр. ХХ ст. обсяг інформації подвоювався кожні 5-7 років, то вже в 90-ті – щорічно! Таким чином, людство одночасно постає і регенератором інформації, і «продуктом» її дії. Інформаційний масив збільшує навантаження та щільність географічного простору, в зв'язку з цим постає теза про те, що людство живе не стільки в географічному, скільки в інформаційному або гео-інформаційному просторі, де інформація визначає структуру соціальної діяльності і без перебільшення виступає вагомим фактором у життєдіяльності людини. Найяскравіше це явище спостерігається у рекреаційно-туристських системах (РТС), розвиток яких знаходиться у прямій залежності з обсягом та якісними характеристиками інформації.

Таким чином постає необхідність керування цим процесом, яке не можливе без виявлення законів та закономірностей географії поширення та інтерпретації інформаційних потоків.

Дослідження цієї надзвичайно цікавої проблематики вимагає не менш складної та різноманітної методології. Міждисциплінарний характер даного питання об'єднує як загальнонаукові так і спеціальні методи, запозичені з соціології, психології, культурології та багатьох інших наук.

Український академік Глушков В.М. говорив про те, що інформацію несуть не лише заповнені літерами сторінки книг або людська мова, але і сонячне світло, гірські хребти та водоспади... Іншими словами, інформація як властивість матерії створює уявлення про її природу, структуру, впорядкованість, розмаїття та ін. вона може існувати вічно, її можна накопичувати, зберігати та переробляти.

Найвідоміші теорії сприйняття людиною середовища пройшли еволюцію від географічного детермінізму (Бокль, Монтеск'є) до *Геиштальт-*

теорії (К.Коффка, В.Кохлер), *Імовірнісної теорії перцепції* і “*моделі лінзи*” Е.Брунсвіка, *Екологічної теорії* Дж. Гібона, *Когнітивної психології* (У. Найссер) і *Трансакційної теорії сприйняття довкілля* (А. Реймс, Ф. Кіпатрік та ін). Всі вони були спрямовані на розробку моделей взаємодії людини та географічного простору, його інформаційною складовою. Однак фундаментальні праці з цього питання були створені в межах біхевіоризму, який виник у 60-70 р.р. минулого сторіччя у працях західних вчених (Boulding, Berlyne, Wohlwill, Gould та ін.) серед вітчизняних вчених – Преображенський В.С., Веденін Ю.А., Гродзинський М.Д., Кіптенко В.К. та ін.

Серед численних вчених, які займалися розробкою методології таких досліджень найавторитетнішими вважаються Ньюел і Саймон (Newell, Simon), Еванс (Evans), Дж. Гоулд (Gould) та ін. Надзвичайно вагомими також стали наукові праці Н.Б. Култашева, У.І. Мересте та Г.Д. Гачева.

Очевидно, що будь-яка методологія має відповідати цілям дослідження, бути спрямованою на об’єкт та предмет дослідження. Що стосується географії сприйняття, за своєю структурою вона поділяється на три групи досліджень:

1. вивчення структури образів середовища та їх участі у сприйнятті місця і простору,
2. аналіз процесу сприйняття середовища,
3. семантичний (смисловий) аналіз простору і якості середовища.

У першій групі досліджень аналізуються склад образів, залежність змісту образів від особливостей індивіда, його системи цінностей і психологічної орієнтації. Тут використовуються методи виміру змісту образів.

Значний інтерес являє вивчення процесу підсвідомої структуризації простору. Особливим розділом тут є аналіз:

- суб’єктивності сприйняття відстаней і топології середовища;
- впливу стереотипу сприйняття на оцінку положення в просторі.

Друга група досліджень вивчає комплекс процесів пізнання та усвідомлення середовища індивідом. Основними напрямками досліджень тут є вивчення процесу і результатів сприйняття середовища і простору різними соціальними групами (расовими, статеві-віковими та ін.) і в різних культурних середовищах, аналіз факторів, що впливають на якість середовища, а отже, на особливості його сприйняття, аналіз сприйняття екстремальних ситуацій (стихійних лих, техногенних катастроф тощо).

Особливе значення має третя група досліджень – вивчення смислу і цінності місця. Кожне місце викликає у людини особливі відчуття, які мають смисл і значущість у системі її цінностей.

Однак питання методології ускладнюється тим, що й досі нема чіткого понятійного апарату, що на нього могла б спиратися поведінкова географія або географія сприйняття.

Всі вищенаведені групи досліджень спираються на такі поняття, як *регіональна свідомість, просторова само ідентифікація, територіальні уявлення та регіональний менталітет.*

Регіональна свідомість – система (або сукупність) поглядів і уявлень, безпосередньо пов’язаних з проживанням на певних територіях. Це частина

свідомості населення, яка проявляє себе і на індивідуальному, і на груповому рівнях.

Її утворюють такі компоненти:

1. просторова само ідентифікація, яка виражається у відчутті “власної території”, малої Батьківщини, а також в усвідомленні себе частиною певної територіальної спільності.

2. територіальні уявлення – географічна обізнаність в особливостях і властивостях території свого проживання.

3. регіональний менталітет – специфічна, характерна для певної місцевості система цінностей і оцінок, установок, що з неї випливають.

4. територіальні інтереси – уявлення населення про цілі і шляхи розвитку території проживання.

Авторським дослідження було запропоновані методи, найбільш ефективні для дослідження просторових процесів поширення інформаційних потоків та їх впливу на стан РТС.

Основне завданням дослідження було створення на основі первинної інформації когнітивних карт територіальних та атрибутивних уявлень українців. Які надали б можливість аналізу суб’єктивної оцінки ними регіонального туризму і створення необхідних передумов для його ефективного планування.

Семантичний аналіз. Методика семантичного факторного аналізу запозичена з досліджень, що були проведені Британською королівською комісією (1973). Збір інформації відбувався методом соціологічного опитування. Респондентам пропонувався перелік адміністративних районів, які оцінювались за ступенем туристської привабливості та іншими показниками. Отримані таким чином індивідуальні ранжировки районів, сумувались, піддавались аналізу і представлялись графічно у вигляді когнітивних карт даної групи людей. Отримані в ході цього дослідження виявили: всі респонденти високо оцінюють район свого проживання; підтвердилось існування загальнонаціональної згоди відносно територій особливої аттрактивності, яка виявилась при дослідженнях, здійснених в різних регіонах для створення загальнонаціональної поверхні сприйняття.

В авторському дослідженні окрім відкритих питань анкети про розвиток туризму, для отримання більш повної інформації про просторове когнітивне сприйняття українцями територій туристського використання України та структуризації попередньо отриманих даних, респондентам пропонувалось заповнити матрицю суб’єктивної оцінки розвитку туризму в регіонах України за семантичною шкалою від 1 до 5.

Розділ матриці “культурно-пізнавальний туризм” включав пам’ятки історичної спадщини, унікальні природні, культурні об’єкти та явища. Тобто мав на меті оцінку уявлень та обізнаності респондентів про кількісні значення та якісні властивості туристських ресурсів, що можуть задовольнити рекреаційні потреби індивіда, а також певних стереотипних установок щодо можливості та якості його здійснення.

“Самобутність регіону” - місцевий колорит, контрастність, специфічність, “екзотичність” культури і побуту тощо. Дає змогу визначити інтенсивність “територіально-інформаційного імпульсу”, який в більшій або меншій мірі надходить від кожної з адміністративних областей, регіонів та України в цілому. А також виявити ступінь позитивності або негативності ставлення до даного “регіонального менталітету”.

“Загальна туристська привабливість регіону” - є результатом “накладання” перших двох понять. Тобто індивід, у більшості випадків, формує своє позитивне або негативне ставлення до певного регіону, враховуючи власну суб’єктивну оцінку туристських ресурсів та інфраструктури, які можуть задовольнити його рекреаційні потреби, а також “соціальної” та “психологічної” комфортності перебування на даній території. Поряд з тим, не виключається можливість ігнорування або “нехтування” цими умовами. В такому випадку мова вже буде йти про специфічну вмотивованість та наявність певних сталих уявлень (стереотипів) про якісні властивості рекреаційного ефекту, що його може створити даний рекреаційний регіон.

До отриманих даних було застосовано метод рангової кореляції Спірмена, що дозволило побудувати узагальнену поверхню сприйняття досліджуваних територій як функціонуючих, так і перспективних для реалізації туристської діяльності, яка знайшла свій вираз у якості ментальної карти.

Когнітивне картографування. Авторитетною теорією репрезентації просторових уявлень в свідомості людини виступає концепція ментальної (когнітивної) карти. Поняття “ментальна карта” (mental, cognitive map) , було вперше введено Е.С. Толманом в 1948 році. Географ Доунз та психолог Сті визначають ментальне картографування як абстрактне поняття, що охоплює ті ментальні та духовні здібності, які дають можливість збирати, упорядковувати зберігати, обробляти інформацію про навколишній простір. Суб’єктивний фактор в ментальному картографуванні веде до того, що когнітивні карти та когнітивна картографія можуть варіюватись в залежності від того, під яким кутом людина дивиться на світ.

Троубрідж (Trowbridge) виділяв два типи карт, змінюючи фокус орієнтації: егоцентричні карти, що використовують чотири сторони Світу компасу та характерні для цивілізованої людини та доміцентричні карти, які орієнтуються на деякі фіксовані об’єкти, переважно “дім”, такі карти характерні для птахів, дітей та примітивних народів. Його погляди на ментальні схеми були близькими до ідеї когнітивних карт, однак його інтереси більш стосувалися когнітивного аспекту ментальних карт ніж будь якого просторового компоненту. Його праця цілком стала підґрунтям сьогоденної популярності досліджень уявлень.

З часом поняття “ментальна карта” отримало свій розвиток і перейшло в користування дослідницьких дисциплін, серед яких і

географія. Поширення даного поняття ґрунтується на усвідомленні того, що не тільки індивіди створюють свою суб'єктивну внутрішню картину оточуючого їх простору, групи людей, спільності також створюють специфічні в історичному та культурному відношенні уявлення про просторову структуру навколишнього світу, який вони бачать або можуть уявити. Цей процес колективної ментальної картографії протягом років звертає до себе увагу різних галузей знань.

Існують два види ментальних карт. У першому випадку ментальні карти є тільки відображенням територій, які знає або не знає респондент; у другому випадку територія не лише відображається, але і містить деякі оціночні характеристики – розмір, форму, відстань і напрям.

Смислові карти будуються на основі показників, отриманих при соціологічному опитуванні населення, що проживає на території, де проводиться дослідження. Зарубіжними географами було виявлено, що просторова інформація, яку отримують при такому опитуванні, залежить від чотирьох факторів: “відстані респондентів від джерела інформації, фізико-географічного характеру простору, що досліджується, сили (розміру) інформативного сигналу і близькості джерела інформації до межі області, яка вивчається.

У кожної людини в залежності від його місця проживання, віку, освіти, соціального положення і особливостей фаху, формуються власні географічні уявлення, які найбільш наглядно демонструються за допомогою ментальних карт.

На розповсюдження та формування просторових знань великий вплив мають суб'єктивні фактори і засоби масової інформації, які в наш час, все частіше замінюють класичні джерела географічного пізнання – географічні, карти, книги і т.п. Інформація, яка розповсюджується ЗМІ відрізняється значною мобільністю, доступністю та іншими перевагами перед класичними джерелами знання. Саме ЗМІ визначають значимість джерела інформації, що є найбільш важливим фактором у формуванні просторового знання.

Для дослідження інформації, що надходить зі ЗМІ, найбільш дієвим є метод контент-аналізу.

Контент-аналіз. Контент-аналіз (англ. content analysis; від content — зміст) формалізований метод вивчення текстової та графічної інформації, переклад інформації, що вивчається у кількісні показники. Контент-аналіз почав використовуватися у соціальних науках починаючи з 30-х рр. XX ст. у США. Основні процедури контент-аналізу були розроблені американськими соціологами Х. Лассуеллом та Б. Берелсоном.

Об'єктом контент-аналізу може бути зміст різних публікацій, радіо- і телепередач, рекламних звернень тощо. Процедура підрахунку в загальному вигляді подібна до стандартних прийомів класифікації за виділеними групуваннями. Складаються таблиці, застосовується спеціальні формули: наприклад, формула оцінки ваги змістовних категорій у загальному обсязі тексту:

K = число одиниць аналізу, що фіксують дану категорію/ загальне число одиниць аналізу

З часом цей метод знайшов своє застосування й у поведінковій географії. Оскільки всі події, що передаються через ЗМІ, відбуваються в межах географічного середовища, то разом з основним знанням до споживача доходять і знання про географічний простір, в межах якого відбувається те чи інше явище – при цьому формується ірреальність, яка визначає ступінь стійкості до впливу різних варіантів експансійного впливу. Формування «іміджу» регіону залежить від частоти публікацій про регіон та тематичної структури цих публікацій. В свою чергу частота публікацій залежить від близькості джерела інформації до її споживача та від сили інформаційного сигналу, тобто значущості подій для споживача інформації. Інформація, що її передають через ЗМІ, не тільки формує образ (імідж) окремого регіону, але й перетворює його у відповідності з власними інтересами.

Поведінкова географія підняла значення ролі окремого індивіда в галузі науки, де яскраво проявлялись ознаки зведення ролі його поведінки до простого наслідування заданій схемі просторової організації. По-друге, її поява призвела до якісної переоцінки методів аналізу взаємостосунків людини і навколишнього середовища. Методи, що в ній використовуються складають широкий спектр : від точних кількісних до методів критичного аналізу мистецтва, літератури і поезії. Але дослідження супроводжуються браком послідовності і узгодженості їх між собою та браком синтезу результатів емпіричних досліджень, низьким рівнем внутрішніх взаємозв'язків, а також суперечливою термінологією.

Не дивлячись на це, актуальність таких досліджень стає все більш ваговою, отже й пошук методології залишатиметься серед пріоритетів все нових наукових праць.

1.Голд Дж. Психология и география. Основы поведенческой географии. М -1990. 2.Гродзинський М.Д, Савицька О.В. Естетика ландшафту: Навч.посібник. К – 2005. 3.Олійник Я.Б., Степаненко А.В. Вступ до соціальної географії: Навч.посібник. К – 2000.4.Преображенский В.С., Веденин Ю.А. Уроки развития теории рекреационной географии. М.-1988. 5. Солсо Роберт. Когнитивная психология / Н.Ю. Споміор (пер.). — СПб, 2002.6.Stuart C. Aitken, Gill Valentine Approaches to Human Geography. –London, 2006. 7.Downs R. M., Stea D. Image and environment. - London, 1973.8. R. M. Kitchin. Cognitive maps: What are they and why study them? Journal of Environmental Psychology, 14:1 - 19, 1994.

УДК 911.3

Сировець С.Ю., асп.

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

СУСПІЛЬНО-ГЕОГРАФІЧНІ АСПЕКТИ РЕКРЕАЦІЙНО-ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Проаналізовано основні положення формування рекреаційно-туристичної діяльності. Досліджено завдання та основні складові рекреаційно-туристичної діяльності. Сформульовані напрямки розвитку рекреаційно-туристичної діяльності відповідно до вимог сталого розвитку туризму.

Basic positions of forming of recreation and tourism activity were analysed in Ukraine. Strategic tasks and basic constituents of recreation and tourism activity were explored. The strategic directions of development of recreation and tourism activity according to the requirements of sustainable development of tourism were formulated.

Постановка проблеми. Ключова методологічна проблема рекреаційно-географічних досліджень полягає в необхідності певного структурування рекреаційно-туристичної діяльності, її систематики і класифікації за функціональними видами і просторовими масштабами. Особливого значення набуває органічний зв'язок з властивостями географічного середовища, територіальна диференціація, комплексний характер організації туристичної діяльності.

Наукові джерела та публікації. Дослідження рекреаційно-туристичної діяльності закладені працями відомих вчених, які займалися даною проблематикою: Я. Олійник, А. Степаненко, О. Топчієв, О. Любіцева, І.В.Зорін, Н.Крачило, О. Бейдик, В. Кіптенко та ін.

Ступінь вивченості. Значний внесок в дослідження рекреаційно-туристичної діяльності, який є однією з актуальних проблем в сучасній рекреаційній географії, зробили вітчизняні та зарубіжні науковці. Водночас важливими залишаються теоретичні аспекти формування рекреаційно-туристичної діяльності.

Мета статті полягає в формулюванні суспільно-географічного аспекту до рекреаційно-туристичної діяльності.

Актуальність дослідження. Ключова методологічна проблема рекреаційно-географічних досліджень полягає в необхідності певного структурування рекреаційно-туристичної діяльності, її систематики і класифікації за функціональними видами і просторовими масштабами.

Основний виклад матеріалу. Рекреаційно-туристична діяльність є важливим напрямком в суспільно-географічних дослідженнях, що перебуває у стадії становлення та швидкого розвитку див. рис. 1

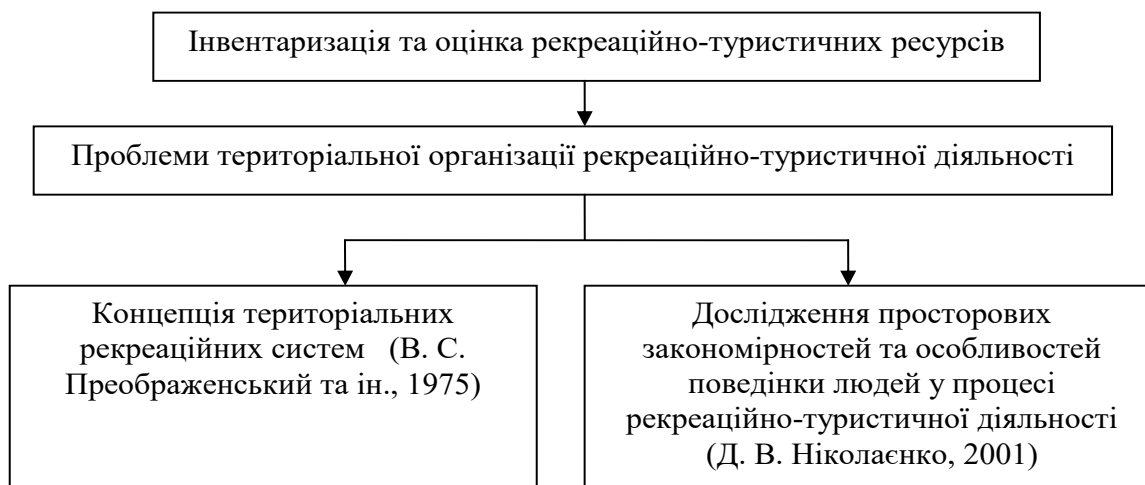


Рис. 1. Рекреаційно-туристичні дослідження

В процесі її реалізації відбувається взаємодія різноякісних матеріально-речовинних та ідеальних об'єктів і явищ природничого, соціального,

економічного змісту. Особливого значення набуває органічний зв'язок з властивостями географічного середовища, територіальна диференціація, комплексний характер організації рекреаційно-туристичної діяльності. Реалізація та розвиток рекреаційно-туристичної діяльності з одного боку залежать від рівня розвитку суспільства, способу виробництва матеріальних благ, напрямку та результатів науково-технічного прогресу, а з іншого - зумовлюються сукупністю суспільно необхідних функцій. Окремі дослідники говорять про рекреаційну і туристичну діяльність або ж про рекреаційно-туристичну чи туристично-рекреаційну діяльність.(1-5)

Рекреаційно-туристична діяльність потребує збалансованого розвитку території та відповідного розвитку інфраструктури, сфери послуг. Особливого значення набуває органічний зв'язок з властивостями географічного середовища, територіальна диференціація, комплексний характер організації туристичної діяльності.

Рекреаційно-туристична діяльність поєднує різноманітні види відпочинку і значну сукупність допоміжних і обслуговуючих видів діяльності, які разом називають рекреаційним (туристичним) господарством або рекреаційним комплексом. Рекреаційне господарство являє собою типовий міжгалузевий комплекс (рис. 2).



Рис. 2. Функціональна структура рекреаційно-туристичної діяльності

Рекреаційний комплекс (РК) – це сукупність галузей і видів економічної діяльності, які забезпечують рекреаційними послугами населення країни, регіону, міста та створюють необхідні передумови для нормального функціонування рекреаційно-туристичного господарства. Звичайно, рекреаційний комплекс забезпечує функціонування рекреаційних циклів тижневої, місячної, сезонної тривалості, але в окремих випадках (місто, промисловий вузол, промисловий район) необхідно акцентувати і проблеми організації короткочасного відпочинку – тижневого і добового. Первинні ланки рекреаційної діяльності представлені елементарними операціями, які в сукупності складають рекреаційне обслуговування. Будь-який вид рекреаційного обслуговування (екскурсія, лікувальна прогулянка, прийняття ванни, морські купання та ін.) обов'язково доповнюється супутніми видами загального обслуговування (розваги та ін.).

Поєднання певного виду рекреаційно-туристичного обслуговування та комплексу супутніх загальних послуг є рекреаційно-туристичним циклом.

Рекреаційний заклад може обмежуватись одним циклом. Але в багатьох випадках рекреаційні підприємства надають рекреантам певний набір рекреаційних послуг – лікування, оздоровлення, розважальні програми, екскурсії та ін. Рекреаційні заклади з однаковими кластерами рекреаційних послуг мають однотипову спеціалізацію і займаються однаковими видами рекреаційної діяльності. Функціонально вони агрегуються у спеціалізовані рекреаційні підкомплекси: курортно-оздоровчий; пізнавально-діловий; спортивний; екологічний; релігійний; розважальний та ін. Спеціалізовані підкомплекси у сукупності формують єдиний міжгалузевий рекреаційний комплекс. Рекреаційні підкомплекси і кластери (види рекреаційної діяльності) згруповані за чотирма рівнями територіальної організації рекреаційної діяльності – локальним, регіональним, національним, міжнародним.

Рекреаційно-туристична діяльність передбачає активізацію людського фактора. В ній беруть участь індивідуальні особи, трудові колективи, туристичні секції і клуби, профспілкові, молодіжні і неформальні організації, заклади, об'єднання і окремі підприємства. В сучасних суспільних умовах важливу роль в розвитку туризму відіграють спільна участь у виробничо-обслуговуючій діяльності і співробітництво організацій, асоціацій і союзів міжгалузевого і галузевого, соціального і економічного, державного і недержавного характеру. (6, с. 562-567)

Ефективність та практична значимість дослідження територіального розвитку рекреаційно-туристичної діяльності визначається об'єктивністю, достовірністю оцінки факторів, що впливають на зміст, структуру та особливості вияву функцій територіальної організації рекреаційно-туристської діяльності. На формування і розвиток територіальної організації рекреаційно-туристської діяльності впливає велика різноманітність факторів, які відрізняються між собою за напрямом силою, характером дії. Специфіка їх сукупного впливу в тому що, територіально та функціонально накладаючись (перекриваючи один одного), вони можуть підсилювати або послаблювати

певні властивості (функції) системи, характер та інтенсивність процесів диференціації інтеграції її елементів.

Отже, дослідження рекреаційно-туристичної діяльності та її територіальної організації повинно ґрунтуватися на концепції ТРС як теоретичної моделі функціонування та спиратися теоретико-методологічну базу суспільної географії.

1.Бабарицька В.К., Любіцева О.О. Організація туризму. Навчальний посібник. Частина 1. – К.: Київський національний університет імені Тараса Шевченка, 1998. 82 с. 2. Зорин И.В. Квартальнов В.А. Энциклопедия туризма: Справочник.- М.: Финансы и статистика. 2004.- 368 с. С.158 3. Крачило Н.П. География туризма. – К.: Вища шк. Головное узд-во, 1987. – 208 с. 4.Олійник Я.Б., Степаненко А.В. Теоретичні основи туризмології: Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів. – К.: Ніка-Центр, 2005. – 316с. 5.Топчієв О. Г. Суспільно-географічні дослідження:методологія, методи, методика: Навчальний посібник.- Одеса: Астропринт, 2005.- 632 с.

УДК 504.001.06.25(477)

О.О.Бейдик, д. геогр. н., професор
Київський національний університет імені Тараса Шевченка

ЕКОЛОГІЧНІ ЧИННИКИ В РОЗВИТКУ РЕГІОНАЛЬНОЇ РЕКРЕАЦІЇ

Висвітлено вплив екологічних чинників на розвиток і структуру регіональної рекреації. Наведена класифікація чинників, які формують екологічну картину території. За характером їх сумарного впливу на формування регіональних рекреаційних комплексів виділено 7 регіонів України, по яких наведені дані про потенційно-небезпечні об'єкти.

The influence of ecological factors upon the progress and structure of recreation in the regions of Ukraine is observed. The classification of factors of the formation of ecological conditions upon the territory is introduced. According to the character of their aggregate influence upon the formation of recreative system seven regions of Ukraine are introduced, on which data about potentially dangerous objects is introduced.

Стан питання та актуальність дослідження. У зв'язку з рядом природних та техногенних катаклізмів, які проявилися на території України останнім часом, екологічній проблематиці приділяється значна увага. Цьому питанню присвячений ряд публікацій ландшафтно-екологічного, еколого-економічного, еколого-картографічного спрямування [1–9]. Найбільш ґрунтовно екологічний стан території України розглянуто в [1, 7]. Слід зазначити, що екологічний блок [7] («Екологічний стан природного середовища») містить 76 карт, які віддзеркалюють екологічний стан компонентів природи, антропогенний вплив на природне середовище та інші аспекти.

Мета роботи – виявити вплив екологічних чинників на розвиток і структуру регіональної рекреації.

Виклад основного матеріалу. Чинники, які формують екологічну картину території, умовно розділяються на природні, економічні (техногенні), соціальні. Їх прояв може бути як позитивним, так і негативним. Аналіз їх сумарного впливу на формування регіональних рекреаційних комплексів у межах 7 регіонів України [4] виявив наступне.

I тип (м. Київ). Стан навколишнього природного середовища (НПС) м. Києва характеризується за більшістю позицій більш сприятливими показниками екоситуації порівняно з країною в цілому. У той же час транспортна ситуація в місті наближається до колапсу. Так, викиди шкідливих речовин в атмосферне повітря від стаціонарних та мобільних джерел забруднення в розрахунку на 1 особу складають 59% від середньоукраїнського рівня; утворення відходів I–III класів небезпеки в розрахунку на 1 особу – 5,5%, від загальнодержавного рівня. Однак, у цілому за більшістю показників спостерігається тенденція до погіршення стану екобезпеки. Не зважаючи на це, розвиток рекреаційного комплексу столиці характеризується позитивною динамікою.

II тип (Донецька, Запорізька, Луганська області). Незважаючи на високу забрудненість Донецької області, показники якої значно перевищують середні по Україні, рекреаційний комплекс регіону продовжує динамічно розвиватись. Втім, викиди шкідливих речовин в атмосферне повітря від стаціонарних та мобільних джерел забруднення в розрахунку на 1 особу складають близько 290%, а на 1 км² – 645% загальнодержавного рівня; скидання забруднених зворотних вод у поверхневі водні об'єкти в розрахунку на 1 особу перевищують понад 216%, утворення відходів I–III класів небезпеки на 1 км² – близько 638%, на 1 особу – 284% від середнього рівня України. На території області налічується 854 потенційно-небезпечних об'єкта (ПНО) різного господарського характеру. В цілому в області екологічна ситуація досить суперечлива: з одного боку, спостерігається незначне покращення НПС у зв'язку із скороченням ряду виробництв, а з іншого – не зменшується кількість трагічних випадків на транспорті (ДТП) та виробництві (видобуток вугілля). Всупереч існуючій екоситуації рекреаційний комплекс області нарощує свій потенціал, що в першу чергу пов'язано з проведенням «Євро-2009» і «Євро-2012» (організація нових рекреаційних зон та інвестиції в регіональні ландшафтні парки «Меотида», «Клебан-Бик», розвиток турмаршутів сакральними комплексами та Сіверським Донцем, Слов'янської групи курортів).

Стан НПС Запорізької області характеризується більш негативними показниками екологічної ситуації порівняно з країною в цілому. Так, викиди шкідливих речовин в атмосферне повітря від стаціонарних та мобільних джерел забруднення в розрахунку на 1 особу у півтора рази, а на 1 км² – в 1,3 рази перевищували середньоукраїнський рівень; скидання забруднених зворотних вод у поверхневі водні об'єкти в розрахунку на 1 особу – в 3–6 разів більші, утворення відходів I–III класів небезпеки на 1 км² – майже в 4 рази, а на 1 особу – в 4 рази від середнього рівня України. На території області налічується 719 ПНО різного характеру. У той же час на території регіону наявні латентні, законсервовані небезпеки, руйнівна сила яких може проявитися в будь-який час (склади боєприпасів у Богданівці). Рекреаційно-туристський комплекс (РТК) області, сформований на базі класичних рекреаційно-туристських ресурсів (РТР) (о. Хортиця, район сіл Канівське – Біленьке, узбережжя оз. ім. Леніна), характеризується конформністю, свої

обриси і структуру, незважаючи на місцями несприятливу екоситуацію, впродовж тривалого часу не змінював.

Стан НПС Луганської області визначається більш несприятливими показниками екологічної ситуації порівняно з країною в цілому. Так, викиди шкідливих речовин в атмосферне повітря від стаціонарних джерел забруднення в розрахунку на 1 особу більші у 2 рази, скидання забруднених зворотних вод у поверхневі водні об'єкти в розрахунку на 1 особу – в 1,5 рази, утворення відходів I–III класів небезпеки на 1 км² – в 1,1 рази більше від середнього рівня в Україні. На території області налічується 543 ПНО різного характеру. Спостерігається підвищення рівня екобезпеки, але після 2000 р. за рядом показників відбулося погіршення екоситуації. Зважаючи на незначну потужність регіонального рекреаційного комплексу, мешканці області реалізують свій рекреаційний цикл за її межами.

III тип (Волинська, Закарпатська, Львівська, Рівненська, Тернопільська, Чернівецька області). Стан НПС Волинської області характеризується більш сприятливими показниками екологічної ситуації порівняно з країною в цілому. Так, викиди шкідливих речовин в атмосферне повітря від стаціонарних та мобільних джерел забруднення в розрахунку на 1 особу становлять понад 34%, а на 1 км² – близько 23% від середньонаціонального рівня; скидання забруднених зворотних вод у поверхневі водні об'єкти в розрахунку на 1 особу – понад 1%, утворення відходів I–III класів небезпеки на 1 км² – понад 2%, на 1 особу – понад 2% від середнього рівня України. Спостерігається тенденція до підвищення рівня екобезпеки, що обумовлена як падінням масштабів виробництва, скороченням кількості діючих підприємств, так і вжитими заходами щодо охорони НПС. На території області налічується 238 ПНО різного характеру. Як економічні, так і природні та соціальні екологічні чинники враховуються при обґрунтуванні розвитку регіонального рекреаційного комплексу, тією чи іншою мірою впливають на його структуру (рекреаційно-туристський та оздоровчий комплекс Шацьких озер).

Екологічна ситуація в Закарпатській області після катастрофічних повеней 2008 р. залишається складною, хоча в цілому режим антропо-техногенного впливу на довкілля Закарпаття характеризується як більш сприятливий порівняно з країною в цілому. Наприклад, викиди шкідливих речовин в атмосферне повітря від стаціонарних та мобільних джерел забруднення в розрахунку на 1 особу становлять 29%, а на 1 км² – близько 37% від загальнонаціонального рівня; скидання забруднених зворотних вод у поверхневі водні об'єкти в розрахунку на 1 особу – близько 14%, утворення відходів I–III класів небезпеки – близько 8% від середнього рівня по Україні. В області 327 ПНО різної господарської спрямованості. Відмічається тенденція до погіршення стану довкілля і на цьому фоні потужний рекреаційно-туристський комплекс регіону, не зважаючи на малосніжні зими останніх років, свої позиції практично не втратив (Свалява, Синяк, Рахів, Хуст, Мукачеве).

Стан НПС Львівської області характеризується більш сприятливими показниками екологічної ситуації порівняно з країною в цілому. Так, викиди шкідливих речовин в атмосферне повітря від стаціонарних та мобільних джерел забруднення в розрахунку на 1 особу становлять 52%, а на 1 км² – 79% від середньоукраїнського рівня; утворення відходів I–III класів небезпеки в розрахунку на 1 особу – 0,6% від загальнодержавного рівня. Спостерігається тенденція до підвищення рівня екобезпеки. На території області налічується 665 ПНО різного характеру. В цілому екологічна ситуація в регіоні, незважаючи на відсутність в останні роки твердих опадів у зимовий період, сприяє розвитку рекреаційного комплексу (рекреаційно-туристські центри Немирів, Славське, Трускавець, Моршин).

Стан НПС Рівненської області характеризується більш сприятливими показниками екологічної ситуації порівняно з країною в цілому. Так, викиди шкідливих речовин в атмосферне повітря від стаціонарних та мобільних джерел забруднення в розрахунку на 1 особу становлять 38%, а на 1 км² – 28% від середньоукраїнського рівня; скидання забруднених зворотних вод у поверхневі водні об'єкти в розрахунку на 1 особу – 36%, утворення відходів I–III класів небезпеки в розрахунку на 1 км² – 8%, на 1 особу – 12% від загальнодержавного рівня. Спостерігається тенденція до підвищення рівня екобезпеки. На території області налічується 260 ПНО різного характеру. Розвиток регіонального рекреаційного комплексу в останні роки стримувався радіаційним забрудненням території.

Стан НПС Тернопільської області характеризується більш сприятливими показниками екологічної ситуації порівняно з країною в цілому. Так, викиди шкідливих речовин в атмосферне повітря від стаціонарних та мобільних джерел забруднення в розрахунку на 1 особу становлять 30%, а на 1 км² – 32% від середньоукраїнського рівня; скидання забруднених зворотних вод у поверхневі водні об'єкти в розрахунку на 1 особу – 4%, а на 1 км² – 0,01%, утворення відходів I–III класів небезпеки в розрахунку на 1 особу – близько 1% від загальнодержавного рівня. Спостерігається тенденція підвищення рівня екобезпеки. На території області налічується 220 ПНО різного характеру. Екочинники регіону сприяють розвитку його рекреаційного комплексу (водний туризм, спелеотуризм, курортно-лікувальний комплекс у Медоборах).

Стан НПС Чернівецької області характеризується більш сприятливими показниками екологічної ситуації порівняно з країною в цілому. Так, викиди шкідливих речовин в атмосферне повітря від стаціонарних та мобільних джерел забруднення в розрахунку на 1 особу складають 26%, а на 1 км² – 38% від середньоукраїнського рівня; скидання забруднених зворотних вод у поверхневі водні об'єкти в розрахунку на 1 особу – 14%, утворення промислових токсичних відходів на 1 км² – 2,5%, на 1 особу – 1% від загальнодержавного рівня. Екоситуація в регіоні значно ускладнилась після катастрофічних повеней 2008 р. На території області налічується 112 ПНО різного характеру. Вектор розвитку регіонального рекреаційного комплексу у взаємодії з екочинниками різного знаку і спрямування наповнюється

маршрутами водного (Дністер) та спелеотуризму (печера Попелюшка) в літній період та зимовими видами рекреації в період із грудня по березень (гора Цецине).

IV тип (Вінницька, Житомирська, Сумська, Хмельницька, Черкаська області). Стан НПС Вінницької області характеризується більш сприятливими показниками екологічної ситуації порівняно з країною в цілому. Так, викиди шкідливих речовин в атмосферне повітря від стаціонарних та мобільних джерел забруднення в розрахунку на 1 особу становлять близько 75%, а на 1 км² – близько 62% від середньонаціонального рівня; утворення відходів I–III класів небезпеки на 1 км² – 5%, на 1 особу – близько 5% від середнього рівня України. Спостерігається тенденція до підвищення рівня екобезпеки, що обумовлена як падінням масштабів виробництва, скороченням кількості діючих підприємств, так і вжитими заходами щодо охорони НПС. На території області налічується 355 ПНО різних видів діяльності і небезпеки. Однак, після 2000 р. з'явилася тенденція до погіршення стану довкілля за показниками викидів шкідливих речовин в атмосферне повітря від автотранспорту, відчутної шкоди завдала пожежа та неконтрольовані вибухи боєприпасів на Калинівському полігоні у 2008 р. (на території дислокованої тут військової частини зберігається від 140 тис. до 1 млн. т боєприпасів). У той же час зменшилося скидання забруднених неочищених та недостатньо очищених зворотних вод у поверхневі водні об'єкти. Ці обставини враховуються при плануванні рекреаційно-туристських зон, які суттєвої трансформації на даний час не відчули (Вінницьке Побужжя, Хмельник, Немирів).

Стан НПС Житомирської області характеризується більш сприятливими показниками екологічної ситуації порівняно з країною в цілому. Так, викиди шкідливих речовин в атмосферне повітря від стаціонарних та мобільних джерел забруднення в розрахунку на 1 особу становлять близько 40%, а на 1 км² – 22% від середньонаціонального рівня; скидання забруднених зворотних вод у поверхневі водні об'єкти в розрахунку на 1 особу – 30%, утворення відходів I–III класів небезпеки – 0,3% від середнього рівня України. Спостерігається підвищення рівня екобезпеки, що обумовлена як падінням масштабів виробництва, скороченням кількості діючих підприємств, так і заходами щодо охорони НПС. Однак, після 2000 р. намітилась тенденція до погіршення стану довкілля за більшістю показників викидів. На території області налічується 385 ПНО різного характеру. Враховуючи наслідки аварії на ЧАЕС та північне розташування регіону, його рекреаційний комплекс значного розвитку не отримав.

Стан НПС Сумської області характеризується як відносно стабільний. Так, викиди шкідливих речовин в атмосферне повітря від стаціонарних та мобільних джерел забруднення в розрахунку на 1 особу становлять 45%, а на 1 км² – 30% від середньоукраїнського рівня; скидання забруднених зворотних вод у поверхневі водні об'єкти в розрахунку на 1 особу – 12% від загальнодержавного рівня. На території області налічується 356 ПНО різного

характеру. Екоситуація в регіоні сприяє розвитку водних видів туризму, хоча регіональний рекреаційний комплекс є одним із найменш розвинутих в Україні.

Стан НПС Хмельницької області характеризується більш сприятливими показниками екологічної ситуації порівняно з країною в цілому. Так, викиди шкідливих речовин в атмосферне повітря від стаціонарних джерел забруднення та автотранспорту в розрахунку на 1 особу складають 27%, а на 1 км² – 23% від середньоукраїнського рівня; скидання забруднених зворотних вод у поверхневі водні об'єкти в розрахунку на 1 особу – 1,3%, утворення відходів I–III класів небезпеки в розрахунку на 1 особу на 1 км² – 1,2% від загальнодержавного рівня. Спостерігається тенденція до підвищення рівня екобезпеки. На території області налічується 368 ПНО різного характеру. Екочинники регіону сприяють розвитку його рекреаційного комплексу (водний туризм, спелеотуризм, курортно-лікувальний комплекс у Сатанові, екотуризм на території національного природного парку «Товтри»).

Стан НПС Черкаської області характеризується більш сприятливими показниками екологічної ситуації порівняно з країною в цілому. Так, викиди шкідливих речовин в атмосферне повітря від стаціонарних джерел забруднення та автотранспорту в розрахунку на 1 особу складають 51%, а на 1 км² – 42% від середньоукраїнського рівня; утворення відходів I–III класів небезпеки в розрахунку на 1 км² – 10%, на 1 особу – 12% від загальнодержавного рівня. На території області налічується 310 ПНО різного характеру. У зв'язку із суттєвим зменшенням транспортного руху на р. Дніпро помітно покращився його екологічний стан, що в свою чергу виступає чинником активізації рекреаційного освоєння дніпровського узбережжя. Важливою складовою РТК регіону є рекреаційні зони на середніх і малих річках (слід відмітити негативний вплив промвузла Біла Церква на черкаський фрагмент р. Рось).

V тип (Кіровоградська, Херсонська, Чернігівська області). Стан НПС Кіровоградської області характеризується більш сприятливими показниками екологічної ситуації порівняно з країною в цілому. Так, викиди шкідливих речовин в атмосферне повітря від стаціонарних та мобільних джерел забруднення в розрахунку на 1 особу становлять 47%, а на 1 км² – 27% від середньоукраїнського рівня; утворення відходів I–III класів небезпеки – 0,03%, наявність відходів I класу небезпеки у сховищах організованого складування та на території підприємств – 4% від середнього рівня України. На території області налічується 283 ПНО різного характеру. Найбільш привабливим у рекреаційному комплексі регіону є коротка ділянка р. Дніпро, акваторія якого в останні роки відчуває значно менше техногенне навантаження, що позитивно впливає на екологічну ситуацію прирічкових територій.

Стан НПС Херсонської області характеризується більш сприятливими показниками екологічної ситуації порівняно з країною в цілому. Так, викиди шкідливих речовин в атмосферне повітря від стаціонарних та мобільних

джерел забруднення в розрахунку на 1 особу становлять 40%, а на 1 км² – 20% від середньоукраїнського рівня; скидання забруднених зворотних вод у поверхневі водні об'єкти в розрахунку на 1 особу – 4%, утворення відходів І–ІІІ класів небезпеки в розрахунку на 1 особу на 1 км² – 1,5%, на 1 особу – 31% від загальнодержавного рівня. Спостерігається тенденція до зростання антропогенного навантаження на природне середовище, яке в окремих випадках набуває ознак екокризи. На території області налічується 255 ПНО різного характеру. Екочинники регіону сприяють розвитку його рекреаційного комплексу (оздоровчо-лікувальні комплекси Залізного Порту, Гопри, Лазурного, Арабатської Стрілки, виїзні екошколи на о. Джарилгач).

Стан НПС Чернігівської області характеризується більш сприятливими показниками екологічної ситуації порівняно з країною в цілому. Так, викиди шкідливих речовин в атмосферне повітря від стаціонарних та мобільних джерел забруднення в розрахунку на 1 особу складають 51%, а на 1 км² – 24% від середньоукраїнського рівня; утворення відходів І–ІІІ класів небезпеки в розрахунку на 1 км² – 7,5%, на 1 особу – 15% від загальнодержавного рівня. Спостерігається тенденція до погіршення стану довкілля за викидами шкідливих речовин в атмосферне повітря від стаціонарних та мобільних джерел забруднення, наявністю промислових токсичних відходів у сховищах організованого складування, утворенням промислових токсичних відходів. На території області налічується 556 ПНО різного характеру. Розвиток регіонального рекреаційного комплексу в останні роки стримувався радіаційним забрудненням території.

VI тип (АР Крим, Миколаївська, Одеська, Харківська області). Стан навколишнього природного середовища (НПС) АР Крим характеризується більш сприятливими показниками екологічної ситуації порівняно з країною в цілому. Так, викиди шкідливих речовин в атмосферне повітря від стаціонарних та мобільних джерел забруднення в розрахунку на 1 особу становлять 45%, а на 1 км² – 44% від середньонаціонального рівня; скидання забруднених зворотних вод у поверхневі водні об'єкти в розрахунку на 1 особу – близько 57%, утворення відходів І–ІІІ класів небезпеки на 1 км² – близько 5% від середнього рівня України. Загалом в автономії спостерігається тенденція до підвищення рівня екологічної безпеки, зумовлена як падінням масштабів виробництва, скороченням кількості діючих підприємств, так і вжитими заходами щодо охорони НПС. На території АР Крим налічується 307 потенційно небезпечних об'єктів (ПНО), що визначається їх призначенням та особливостями експлуатації, спостерігається постійний прояв небезпечних природних явищ і процесів. Всі вони знаходяться під постійним контролем, враховуються при обґрунтуванні розміщення і стратегії розвитку (визначення функціональної структури, динаміки) регіонального рекреаційного комплексу (Південний, Південно-Західний, Південно-Східний берег Криму).

Стан НПС Миколаївської області характеризується більш сприятливими показниками екологічної ситуації порівняно з країною в цілому. Так, викиди шкідливих речовин в атмосферне повітря від

стаціонарних та мобільних джерел забруднення в розрахунку на 1 особу становлять 42%, а на 1 км² – 27% від середньоукраїнського рівня; скидання забруднених зворотних вод у поверхневі водні об'єкти в розрахунку на 1 особу – 40%, наявність відходів I–III класів небезпеки у сховищах організованого зберігання та на території підприємств в розрахунку на 1 особу – 77% від загальнодержавного рівня. За останні роки екологічна ситуація в області поліпшилась. На території області налічується 436 ПНО різного характеру. Вплив екологічних чинників на розвиток РТК регіону характеризується як позитивний, про що свідчить динаміка розвитку організованої стаціонарної рекреації на чорноморському узбережжі області (найбільш короткому в Україні), Очакові, на о. Березань.

Стан НПС Одеської області характеризується більш сприятливими показниками екологічної ситуації порівняно з країною в цілому. Так, викиди шкідливих речовин в атмосферне повітря від стаціонарних та мобільних джерел забруднення в розрахунку на 1 особу становлять 42%, а на 1 км² – 39% від середньоукраїнського рівня; утворення відходів I–III класів небезпеки в розрахунку на 1 км² – 5%, на 1 особу – 4,5% від загальнодержавного рівня. Спостерігається тенденція до підвищення рівня екобезпеки. На території області налічується 358 ПНО різного характеру. Вплив екологічних чинників на розвиток РТК регіону характеризується як позитивний, про що свідчить динаміка розвитку організованої стаціонарної рекреації на чорноморському узбережжі області (санаторії та інші рекреаційні заклади Одеси, Затоки, Куяльника, Хаджибейського ліману).

Стосовно природно-техногенної безпеки Харківська область належить до найбільш неблагополучних регіонів України, а стан його довкілля за рівнем забруднення наближається до середньоукраїнських показників. Так, викиди шкідливих речовин в атмосферне повітря від стаціонарних та мобільних джерел забруднення в розрахунку на 1 особу становлять 76%, а на 1 км² – 88% від загальнодержавного рівня. В цілому в області діє нестійка коливальна тенденція до покращення стану довкілля. У той же час на території регіону наявні латентні, законсервовані небезпеки, руйнівна сила яких може проявитися в будь-який час (склади боєприпасів у Лозовій). На території області налічується 1078 ПНО різного характеру. РТК регіону характеризується незначною потужністю (річище р. Сіверський Донець як основна рекреаційна домінанта), тому аналіз позитивних і негативних екочинників, які впливають на його розвиток не є принциповим.

VII тип (Дніпропетровська, Івано-Франківська, Київська, Полтавська області). Стан НПС Дніпропетровської області характеризується вкрай несприятливими показниками екологічної ситуації порівняно з країною в цілому. Так, викиди шкідливих речовин в атмосферне повітря від стаціонарних та мобільних джерел забруднення в розрахунку на 1 особу перевищують загальнодержавний рівень більше ніж у двічі, а на 1 км² – утричі; скидання забруднених зворотних вод у поверхневі водні об'єкти в розрахунку на 1 особу перевищують загальноукраїнський рівень майже у 3 рази, показник утворення відходів I–III класів небезпеки на 1 км² – більш у 2

рази, на 1 особу – майже у 2 рази. Отже, рівень екологічної безпеки є нестабільним. На території області налічується 631 ПНО різного характеру. Зважаючи на зниження техногенного навантаження на акваторію Дніпра через скорочення транспортних перевезень, екологічна ситуація в районі прибережних рекреаційно-туристських комплексів дещо покращилась і вони зберігатимуть свою функцію та структуру і на перспективу (рекреаційні комплекси в районі гирла р. Орель, сіл Кіровське, Таромське, на о. Монастирський, узбережжя Каховського водосховища).

Стан НПС Івано-Франківської області має більш сприятливі показники екологічної ситуації порівняно з країною в цілому. Так, скидання забруднених зворотних вод у поверхневі водні об'єкти становить 1% від загальнодержавного рівня, утворення відходів I–III класів небезпеки – 1% від середнього рівня України. Спостерігається тенденція до погіршення стану довкілля за рядом показників (викиди шкідливих речовин в атмосферне повітря, наявність відходів I–III класів небезпеки у сховищах організованого складування тощо). На території області налічується 321 ПНО різного характеру. Екочинники в регіоні не мають суттєвого негативного впливу на структуру РТК області, а їх позитивна складова традиційно приваблює до області потоки рекреантів (центри Буковель, Черче, Верховина).

Стан НПС Київської області характеризується більш сприятливими показниками екологічної ситуації порівняно з країною в цілому. Так, викиди шкідливих речовин в атмосферне повітря від стаціонарних та мобільних джерел забруднення в розрахунку на 1 особу становлять близько 70%, а на 1 км² – 55% від середньоукраїнського рівня; скидання забруднених зворотних вод у поверхневі водні об'єкти в розрахунку на 1 особу – 15%, утворення відходів I–III класів небезпеки на 1 км² – 7,5%, а на 1 особу – 10% від середнього рівня України. Спостерігається тенденція до зростання антропогенного навантаження на природне середовище, тому пошук та визначення інноваційних шляхів еколого-економічного розвитку області є першочерговим завданням. На території області налічується 367 ПНО різного характеру. Функціональна структура складових рекреаційного комплексу області в основному залишається незмінною, втрата земель рекреаційного призначення в одних місцях регіону компенсується виникненням територій рекреаційного призначення в інших (центри Ірпінь, Ворзель, Київ–Обухів, дендропарк «Олександрія»).

Стан НПС Полтавської області характеризується більш сприятливими показниками екологічної ситуації порівняно з країною в цілому. Так, скидання забруднених зворотних вод у поверхневі водні об'єкти в розрахунку на 1 особу були меншими у 18 разів від середньоукраїнського рівня, утворення відходів I–III класів небезпеки в розрахунку на 1 км² – 1,6 рази, на 1 особу – 1,2 рази від загальнодержавного рівня. Спостерігається підвищення рівня екобезпеки. На території області налічується 330 ПНО різного характеру. Зважаючи на падіння промислового виробництва та зменшення техногенного навантаження на Дніпро, середні та малі річки, в межах регіонального рекреаційного комплексу позитивної динаміки набуває

розвиток водного туризму (Ворскла, Хорол) та курортного господарства (м. Миргород).

Висновки. Вплив екологічних чинників на розвиток національного рекреаційного комплексу як в цілому, так і його регіонів є достатньо суттєвим. Прояв тріади екочинників (природних, економічних, суспільних) та їх вплив на розвиток рекреації (курортне господарство, туризм, оздоровлення, екскурсійна діяльність) в регіонах України (Київ, області, автономія) характеризуються різним знаком (позитивний, негативний), ступенем (дуже низький, низький, середній, високий, дуже високий або 1–5 балів по шкалі оцінки), типом (прямий, непрямий = опосередкований; постійний = перманентний, епізодичний) тощо.

Аналіз впливу екочинників на розвиток і структуру регіональних рекреаційних комплексів, проведений за рядом інтегральних показників (розвиток економіки, розвиток інфраструктури, в т.ч. рекреаційної, екологічний стан середовища, соціокультурний розвиток населення тощо) дозволив виділити в межах України 7 типів регіонів:

- I тип (м. Київ) із концентрованим зосередженням більшості функціональних типів рекреаційних комплексів, наявністю соціальних переваг, сприятливістю соціально-культурного розвитку населення та економіки та порівняно низькими показниками якості екологічної ситуації (високі психоемоційні навантаження, загазованість повітряного басейну, ризики щодо безпеки життєдіяльності населення);
- II тип (Донецька, Запорізька, Луганська області) з соціумом з незадовільним станом суспільного здоров'я, несприятливою екологічною ситуацією, напруженою криміногенною ситуацією;
- III тип (Волинська, Закарпатська, Львівська, Рівненська, Тернопільська, Чернівецька області) з низьким рівнем життя і зниженими показниками житлової, інфраструктурної забезпеченості (у т. ч. закладами рекреаційно-туристської інфраструктури) населення, несприятливою демосоціальною та екологічною (особливо в зоні катастрофічної повені 2008 р.) обстановкою, сприятливими умовами соціокультурного розвитку населення;
- IV тип (Вінницька, Житомирська, Черкаська, Сумська, Хмельницька області) з середніми показниками інфраструктурно-рекреаційного благоустрою, відносно сприятливою екологічною ситуацією, сприятливою криміногенною ситуацією;
- V тип (Херсонська, Кіровоградська, Чернігівська області) з невисокими показниками суспільного здоров'я, відносно сприятливою екологічною обстановкою, невисоким рівнем розвитку рекреаційно-туристської інфраструктури;
- VI тип (АР Крим, Одеська, Миколаївська, Харківська області) із середнім рівнем суспільного здоров'я населення, низькими антропогенними навантаженнями і низькою якістю питної води, відносно сприятливою екологічною обстановкою (виключення – узбережжя Керченського п-ва в АР Крим);

- VII тип (Дніпропетровська, Івано-Франківська, Київська, Полтавська області) з вищим за середній рівнем життя населення, порівняно високим рівнем природно-техногенної безпеки, відносно сприятливою екологічною обстановкою (виключення – Дніпропетровсько-Дніпродзержинська та Нікополь-Марганецька міські агломерації в Дніпропетровській області).

Безпека регіонів України і стратегія їх гарантування. У 2-х т. Т. 1: Природно-техногенна (екологічна безпека) / За ред. Б.М.Данилишина. – К.: Наукова думка, 2008. – 390 с. 2.Бейдик О.О. Рекреаційно-туристські ресурси України: методологія та методика аналізу, термінологія, районування: Монографія. – К.: ВПЦ «Київський університет», 2001. – 395 с. 3.Бондаренко Е.Л. Геоінформаційне еколого-географічне картографування: теорія і практика досліджень: Автореф. дис. ... д.геогр. н.; 11.00.12 / Київський національний університет імені Тараса Шевченка. – К., 2008. – 32 с. 4.Гукалова І.В. Якість життя населення України: теоретико-методологічні основи суспільно-географічного дослідження: Автореф. дис. ... д.геогр. н.; 11.00.02 / Інститут географії НАН України. – К., 2008. – 40 с. 5.Литовченко І.Г. Суспільно-екологічне районування Полтавської області: Автореф. дис. ... к.геогр. н.; 11.00.02 / Київський національний університет імені Тараса Шевченка. – К., 2008. – 19 с. 6.Личак О.І. Географічні основи оцінки екологічних ситуацій (на прикладі Криму): Автореф. дис. ... канд. геогр. наук: 11.00.11 – конструктивна географія і раціональне використання природних ресурсів; Тавр. нац. ун-т ім. В.І.Вернадського. – Сімферополь, 2002. – 19 с. 7.Національний атлас України. – К.: ВПК «Новий друк», 2007. – 410 с. 8.Петкова Л.О. Особливості розміщення екоємних та екофільних виробництв (на прикладі Черкаської області): Автореф. дис. ... к.е. н.; 08.10.01 / Рада по вивченню продуктивних сил України НАНУ. – К., 1998. – 22 с. 9.Петренко І.М. Еколого-економічні основи формування та використання рекреаційних територій в умовах міських агломерацій: Автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.08.01 – економіка природокористування і охорони навколишнього середовища; Сум. держ. ун-т. – Суми, 2003. – 20 с.

УДК 911.3

Смирнов І.Г., д.геогр.н., проф.
Київський національний університет імені Тараса Шевченка

ЛОГІСТИКА РЕСУРСНОЇ БАЗИ ТУРИЗМУ ЯК ЧИННИК ЙОГО СТАЛОГО РОЗВИТКУ

У статті розкрито важливість сутність, підходи та конкретні методи логістичної оцінки рекреаційно-туристичних ресурсів, що в сукупності становить зміст логістики ресурсної бази туризму – важливого складника компонентної структури логістики туризму. Ключові слова: туризм, логістика, ресурсна база, сталий розвиток, логістичний потенціал.

Shown importance, essence, ways and concrete methods of logistical estimation of recreational – touristic resources. All that is considered as contents of tourism resource base logistics, which in its turn is part of logistics of tourism's componential structure. Key words: tourism, logistics, resource base, sustainable development, logistical potential.

Постановка наукової проблеми. Логістика туризму – новітній науково-практичний напрямок, який досліджує догистичні особливості туристичної галузі, зокрема прикладає логістичні засади до її організації та управління. Застосування логістичних засад в діяльності туристичних

підприємств дозволяє значно підвищити прибутковість туристичного бізнесу за рахунок скорочення витрат та підвищення рівня логістичної координації всіх операцій з обслуговування туристів. Комплекс складових туристичної послуги охоплює засоби розміщення та харчування туристів, їх транспортування та програмно-екскурсійне забезпечення, інформаційне та фінансове обслуговування тощо. У функціональному аспекті як окрема туристична послуга, так і її компонентні складові обов'язково передбачають логістичні функції постачання, виробництва та збуту. Тому кожен компонентну складову турпослуги слід розглядати як окрему туристичну підсистему, а це надає можливість організації діяльності всього туристичного комплексу певного геопросторового рівня: локального (тур); мікро (туристичне підприємство); мезо (туристичне господарство області, туристичної зони чи курортотолісу); макро (туристична індустрія держави), мега (туристичні макрорегіони світу чи інтеграційні об'єднання), мета (світовий туризм). Логістичний підхід сприяє вирішенню проблеми сталого розвитку туризму, збереження та відновлення ресурсної бази галузі; дозволяє зменшити (а в ідеалі - виключити) ризики погіршення екологічної ситуації, зниження якості туристичних послуг, що надаються, загрози здоров'ю та безпеці туристів, отже, може служити основою для визначення стратегії сталого розвитку туризму в країні та її регіонах. Серед компонентних складових логістики туризму чільне місце займає логістика ресурсної бази туризму. Вона висвітлює такі питання, як значення ресурсної бази в туризмі та її логістичної оцінки, а також особливості визначення логістичного потенціалу природно-рекреаційних та історико-архітектурних ресурсів.

Наукові джерела та публікації з логістичної оцінки ресурсної бази туризму практично відсутні, якщо не рахувати праць автора [8, с. 47-53; 9; 10 та ін.]. Разом з тим, автор спирався на численні праці українських та інших дослідників, які класифікували [1; 7] та різноманітно вивчали рекреаційно-туристичні ресурси [2; 3; 4; 5; 6; 11; 12].

Метою статті є розкриття сутності, підходів та конкретних методів логістичної оцінки рекреаційно-туристичних ресурсів.

Виклад основного матеріалу. Особливістю туристичної галузі, на відміну від інших галузей сфери послуг є її безпосередня прив'язка до рекреаційно-туристичних ресурсів. За [10, с. 167] ємність туристичного ринку жорстко визначається пропускнуою спроможністю туристичного об'єкту (ресурсу) та ступенем розвитку відповідної інфраструктури. Таку особливість туризму в повній мірі враховує новий науково-практичний напрямок – логістика туризму, в структурі якої логістиці рекреаційно-туристичних ресурсів належить важливе місце, зокрема в складі компонентної структури (рис. 1). Логістична оцінка рекреаційно-туристичних ресурсів базується на визначенні їх логістичного потенціалу, тобто максимально можливого для даного туристичного ресурсу (об'єкту) потоку туристів, який: а) не зашкодить стану самих ресурсів; б) не зашкодить самопочуттю та стану здоров'я туристів; в) не зашкодить екології місця

знаходження ресурсу (об'єкту); г) не порушить “показник гостинності”*; д) не зашкодить безпеці туристів. Подібні проблеми нині спостерігаються і в міжнародному туризмі. Так, в країнах Африки (зокрема в Кенії) є побоювання, що зростаючий туристопотік може зашкодити унікальній екосистемі африканських саван з їхнім різноманіттям фауни і флори.

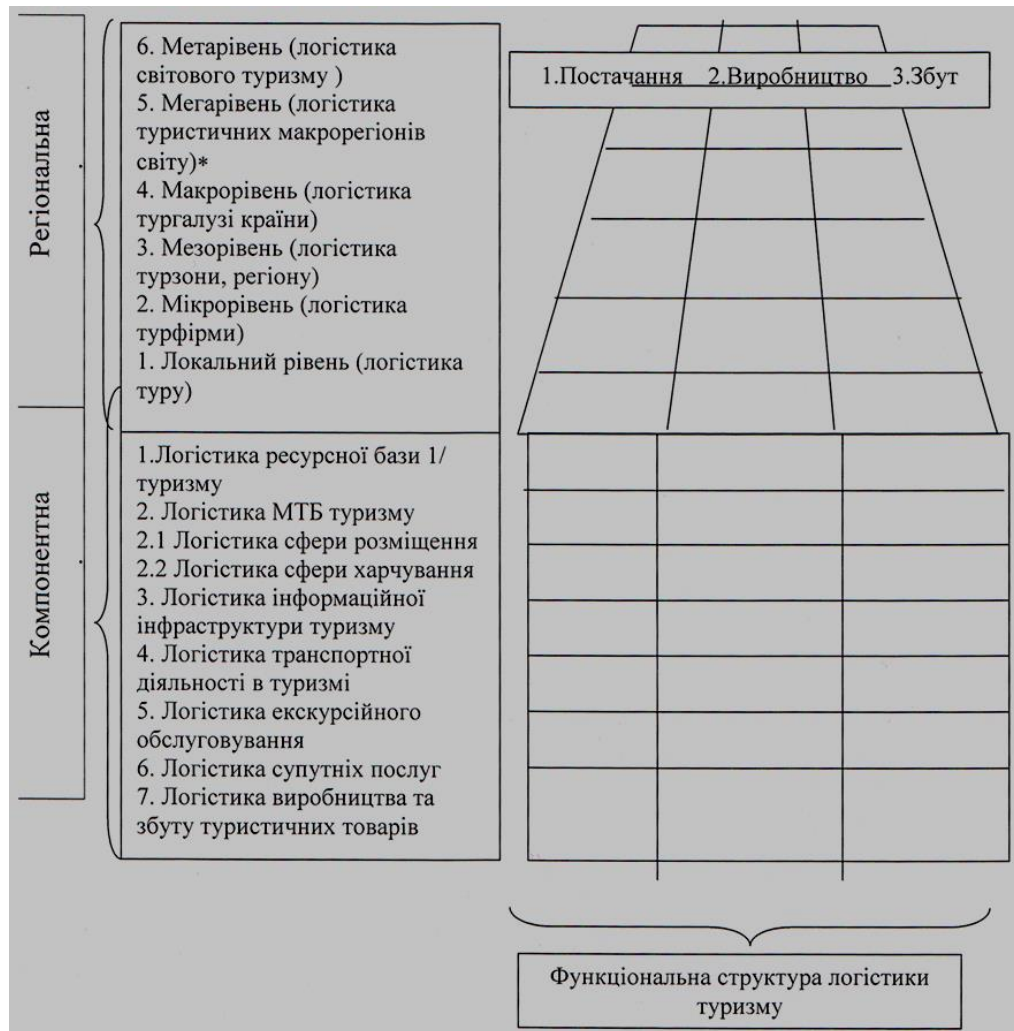


Рис. 1. Комплексна структура логістики в туризмі

Визначення логістичного потенціалу рекреаційно-туристичних ресурсів є важливою складовою логістичної моделі сталого розвитку туризму, поряд з логістичним потенціалом матеріально-технічної бази туризму та логістичним потенціалом вхідного потоку туристів в місцевість, регіон, країну (рис. 2). Отже, початковою та програмуючою ланкою розвитку туризму мають бути рекреаційно-туристичні ресурси, відповідно до логістичного потенціалу (пропускної спроможності або рекреаційної ємності), яких повинні визначатися потоки туристів, а їхні потреби в комплексі необхідних послуг (проживання, харчування, перевезення, інформаційно-програмне забезпечення) мають забезпечуватися розвитком відповідної матеріально-технічної бази туризму.

* Це припустиме співвідношення числа туристів та постійних мешканців, за якого зберігається атмосфера гостинності; оптимальним вважається співвідношення не вище 1:3

Необхідною умовою сталого розвитку туризму в регіоні, країні є менший обсяг логістичного потенціалу матеріально-технічної бази (ЛП МТБ) по відношенню до логістичного потенціалу туристичного ресурсу (об'єкту), тобто рівняння 1 моделі.

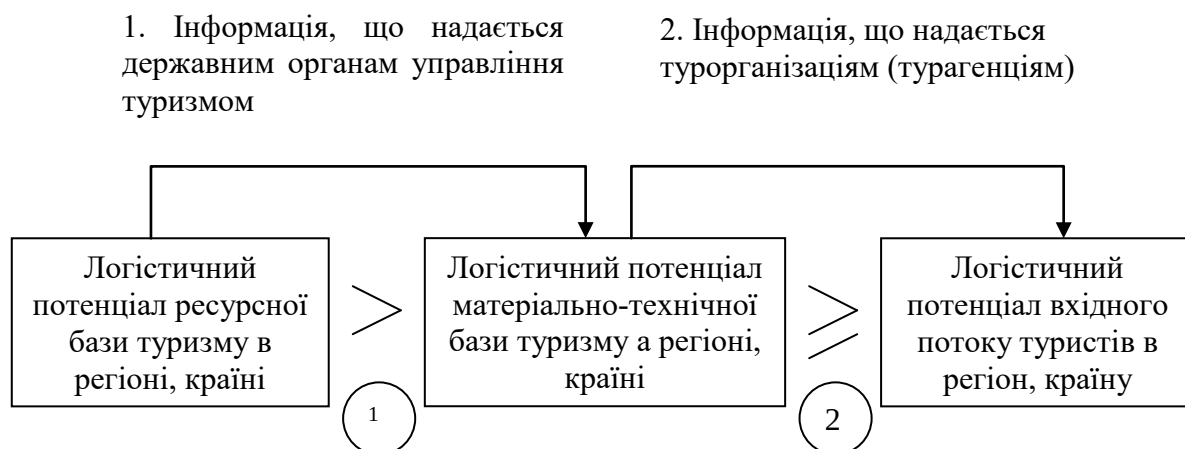


Рис.2. Логістична модель сталого розвитку туризму в регіоні, країні

**За Світовою туристичною організацією виділяються шість туристичних макрорегіонів світу: Європейський, Американський, Азійсько-Тихоокеанський, Африканський, Близькосхідний, Південно-Азійський*

Це рівняння виступає запобіжником першого рівня щодо збереження туристичних ресурсів регіону країни.



Рис. 3. Класифікація рекреаційно-туристичних ресурсів за О.О. Бейдиком [1, с. 45]

Друге рівняння моделі сталого розвитку туризму, яке вимагає, щоб ЛП МТБ був більшим (або рівним) ЛП вхідного потоку туристів, окрім того, що виступає запобіжником другого рівня щодо збереження рекреаційно-туристичних ресурсів, ще й забезпечує бізнесову ефективність їх використання. Інформаційні потоки в даній моделі теж бувають двох видів: перші – це інформація щодо максимально допустимого потоку туристів (на нашу думку цей показник слід обов'язково вказувати в рекреаційному паспорті ресурсу (об'єкту)), друге – це інформація, яка надається туроператорами (які звичайно володіють МТБ туризму в регіонах) фірмам-турагенціям – скільки і яких путівок пропонується на продаж.

Логістичну оцінку рекреаційно-туристичних ресурсів слід здійснювати з урахуванням їхньої класифікації, яка найбільш повно представлена в працях О.О. Бейдика (виділяються природно-географічні, природно-антропогенні, суспільно-історичні ресурси, інфраструктурні об'єкти та суперточка-тур (рис. 3)), та І.В. Смаля (виділяє природно-географічні та суспільно-історичні рекреаційно-туристичні ресурси, з подальшим поділом перших – на геологічні, геоморфолого-орografічні, ландшафтні, флоро-фауністичні, кліматичні і погодні, водні; других – на археологічні, архітектурні, подієво-інформаційні, науково-пізнавальні, героїко-виховні, літературно-мистецькі (рис. 4)).

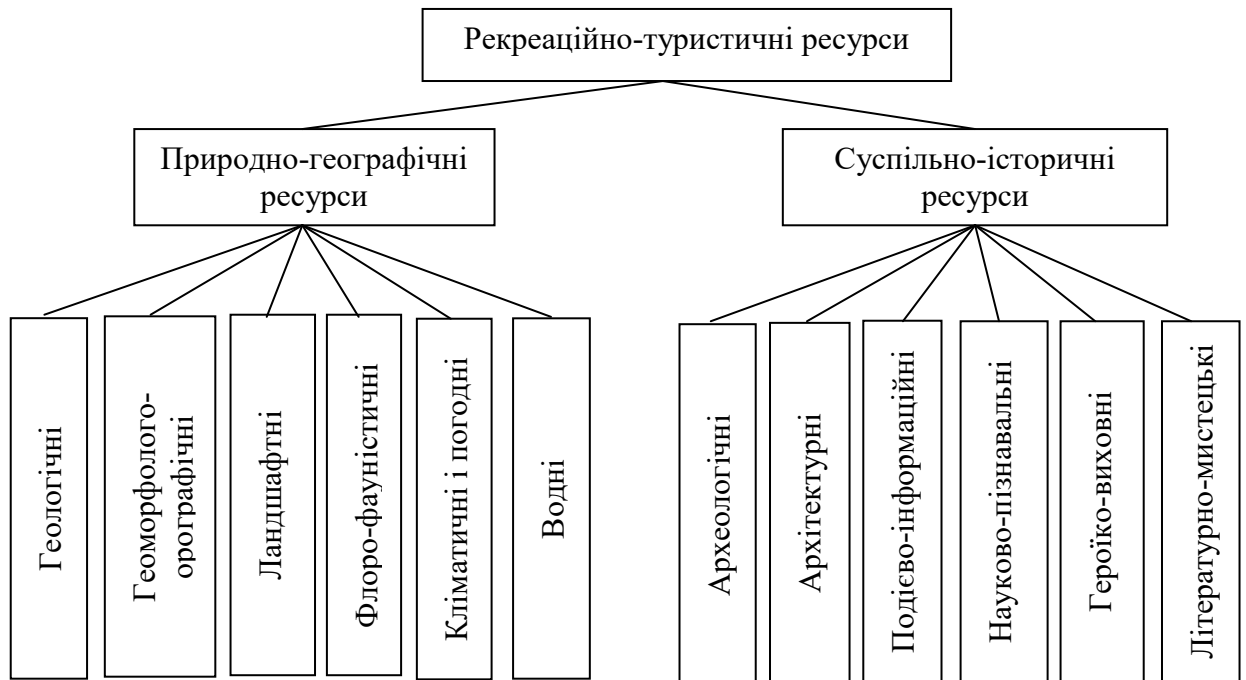


Рис. 4. Класифікація рекреаційно-туристичних ресурсів за І.В. Смалем [7, с. 64, 75]

Щодо методики визначення логістичного потенціалу ресурсної бази туризму, то із врахуванням вищенаведених класифікацій, можна запропонувати принаймні чотири підходи: 1) рекреалогічний (В.І. Стафійчук [9], В.І. Мацола [5], В.Ф. Данільчук [3]); 2) порогового аналізу (Смирнов І.Г., В.Г. Шубаєва [8]); 3) кількісних характеристик (В.Г. Гуляєв [2]); 4) рекреагеографічний (Н.С. Мироненко та І.Т. Твердохлебов [6], Л.М. Донченко [4]).

Рекреалогічний підхід найбільш повно представлений в навчальному посібнику В.І. Стафійчука “Рекреалогія” [9, с. 235], де зазначається, що одним з важливих науково-практичних завдань рекреалогії є визначення рекреаційної ємності території (показника, що виражається числом рекреантів, які протягом певного періоду можуть перебувати на певній території, не спричиняючи її дигресії). Розрізняють максимальну, оптимальну та прогнозовану природну рекреаційну ємність. Максимальна рекреаційна ємність – це добуток припустимого рекреаційного навантаження і площі конкретної територіально-рекреаційної системи. Для визначення оптимальної ємності застосовано формулу:

$$B_{ik} = EC_i / D, \text{ де :}$$

B_{ik} - оптимальна ємність к – го району в і-ий період; E – оптимальна ємність території;

C_i – тривалість і-го періоду (днів); D – середня тривалість перебування рекреанта в рекреаційному районі.

Таблиця 1. Показники припустимих рекреаційних навантажень на природні ландшафти

Типи території	Рекреаційне навантаження, чол./км ²	
	Літо	Зима
Низовинні території	100-200	16-48
Горбисті території, височини	100-150	30-50
Гірські території	120-200	50-100

Наведено також таблицю показників, обчислених В. Мацолою, економічно припустимих рекреаційних навантажень на природні ландшафти (табл. 1.). Зазначено, що за допомогою цієї таблиці можливо визначити логістичний потенціал, тобто максимальне туристичне навантаження (потік), для, наприклад, національного парку в Карпатах площею 100 кв. км. для гірськолижного туризму або турбази на південному березі Криму площею 1 км² під літній відпочинок (засмагання, плавання, екскурсії) на березі моря.

Таблиця 2. Нормативи рекреаційного навантаження на природні комплекси

№ п/п	Природні комплекси під рекреацію та туризм	Нормативи навантаження	
		Одиниця виміру	Показник
1	Приміські зони відпочинку	м ² /чол.	80
2	Сосновий сухий бір	чол./га	0,5-1
3	Широколистяний вологий ліс	чол./га	3-5
4	Луки	чол./га	5-10
5	Берегова лінія озер або ставків з проточною водою	м/чол.	5 (діти-4)
6	Морські пляжі	м ² /чол.	5
7	Морські пляжі в закладах для хворих туберкульозом та з порушенням функцій опорно-рухового апарату	м ² /чол.	12
8	Акваторія для купання в морі (річці)	чол./га	300-500 (окремі джерела – 2000 тис.)
9	Акваторія для купання в непроточних водоймах	чол./га	1000
10	Акваторія для катання на моторних човнах і водних лижах	чол./га	0,5-1

Наводяться також формули для визначення місткості бальнеологічних та кліматичних курортів:

$$W_B = Q_d \cdot f \quad \text{та} \quad W_k = S \cdot N_p,$$

де W_B – сумарна ємність бальнеологічного курорту (чол.); Q_d – сума дебіту всіх джерел ($\text{м}^3/\text{доба}$); f – коефіцієнт, що враховує тривалість роботи курорту, витрати води на одну процедуру, середню кількість процедур на одного рекреанта ($f = 2-3$); W_k – сумарна ємність кліматичного курорту (чол./га); S – величина території природних ландшафтів (га); N_p – норма навантаження на ландшафт (чол./га). Також подано нормативи рекреаційного навантаження на природні комплекси (табл. 2).

Слушно звертається увага, що при визначенні ємності територіально-рекреаційних систем важливо враховувати психо-фізіологічну комфортність (визначається можливістю одночасного проведення в межах даної території будь-яких рекреаційних занять певним числом людей без шкоди для їх психічного здоров'я при забезпеченні основних гігієнічних потреб). Так, для спокійного відпочинку гігієністи рекомендують $500-800 \text{ м}^2$ лісопарку на одну людину; для активного – $100-130 \text{ м}^2/\text{чол.}$; для купання в морі – $100-200 \text{ чол./га.}$

Наприкінці робиться правильний висновок, що при організації рекреаційної діяльності слід пам'ятати, що перевищення показників рекреаційної ємності та нещадна експлуатація природних ресурсів території не здатні забезпечити очікуваних надприбутків. Результатом подібної політики стає втрата рекреантами інтересу до відпочинку в такій місцевості і пошук ними нових, менш освоєних регіонів.

Метод порогового аналізу, запропонований І.Г. Смирновим та В.Г. Шубаєвою [8 с. 420], має підставою твердження, що логістичний потенціал ресурсної бази туризму в регіоні охоплює низку взаємопов'язаних складових. Перший – це рівень відвідуваності регіону (туристичний потік) перевищення якого веде до шкідливих екологічних або інших наслідків в результаті дії самих туристів або в наслідок функціонування обслуговуючої інфраструктури. Друга – це певний обсяг туристичного потоку в регіон, призведе до негативних наслідків для місцевого населення і, внаслідок цього, погіршення взаємин з туристами. Нарешті третя складова – рівень туристичного потоку, перевищення якого здійснює руйнівний вплив на невідновлювальні туристичні об'єкти – витвори мистецтва, архітектурно-історичні комплекси (наприклад, печери Києво-Печерської лаври, частина яких, в наслідок надмірного неконтрольованого туристопотоку протягом декількох останніх десятиріч, обвалилася в 2005-2006 рр.). В усіх наведених випадках логістичний потенціал обмежує граничні величини туристичного потоку до рекреаційно-туристичних ресурсів регіону. Саме з метою оцінки рекреаційно-ресурсного потенціалу регіону та визначення перспектив його розвитку доцільно застосовувати математичний метод порогового аналізу. Під час його першої фази визначається існуючий ступінь використання всіх видів рекреаційно-ресурсного потенціалу регіону. Для цього слід помножити загальне число споживачів рекреаційних ресурсів регіону і об'єктів туристичної інфраструктури на нормативний показник використання в розрахунку на одну людину. Порівняння отриманої величини з фактичною

ресурсною базою дозволить визначити співвідношення між ними. За умови виявлення недостатньої ресурсної бази для існуючого туристичного потоку в даний регіон виникає необхідність додаткових капітальних вкладень для розвитку ресурсного потенціалу регіону або вжиття заходів з стримування туристичного потоку. Друга фаза аналізу полягає в дослідженні можливостей розвитку туризму в регіоні, що розглядається. Спершу необхідно здійснити прогноз показників збільшення туристичного потоку в регіон. Такий прогноз проводиться на основі статистичного методу коригованої екстраполяції, для чого необхідно мати спостереження за достатньо тривалий період. При цьому враховується, що додаткові інвестиції, потрібні до відповідності фактичного та необхідного потенціалів, вже виконані. Наступний етап другої фази аналізу – це розрахунки необхідних додаткових витрат для задоволення потреб передбачуваного туристичного потоку на тому чи іншому від рекреаційно-туристичного ресурсу.

Підхід з використанням кількісних показників рекреаційно-туристичних ресурсів лежить в основі економічних методів визначення логістичного потенціалу відповідних ресурсів. Найбільш концентровано він викладений в праці В.Г. Гуляєва [2, с. 96], де підкреслюється що саме наявність туристичних ресурсів визначає інвестиційну атрактивність туристичних територій і зон. Логістична оцінка туристичного ресурсу, у т.ч. об'єкту культурної спадщини, повинна базуватися на його кількісних характеристиках. Останні, в свою чергу, слід пов'язувати з видами туристичної діяльності, які генерує даний ресурс та його середовищем. Наприклад, якщо середовищем є земля, суходіл, то її туристичним ресурсом можуть бути гори: даний ресурс генерує такі види туристичної діяльності як альпінізм, скелелазіння, спелеотуризм, крекінг, екологічний туризм тощо. Водне середовище з ресурсом “річка-озеро-море-канал” генерує різні види водного туризму: круїз, яхтинг, підводне плавання, дайвінг, спуск на плотях, плавання на човнах, рибальство тощо. Для узагальненої економічної (а також логістичної) оцінки пропонується два параметри:

а) потенційна місткість (потенціал) туристичного ресурсу (тобто його максимальне значення, визначене на конкретній період часу без обмежень у споживанні) - R_n ;

б) споживча місткість ресурсу (тобто фактичне значення обсягу ресурсу, доступного для споживання протягом конкретного проміжку часу, з урахуванням обмежень споживання, сезонності, транспортної доступності тощо) – R_c .

Отже, споживча місткість ресурсу дорівнює:

$$R_c = R_n - \sum_{i=1}^m K_i ,$$

де K_i – значення прийнятих обмежень споживання рекреаційно-туристичного ресурсу, які змінюються від 1 до m .

Розмірність споживчої місткості ресурсу можуть виступати кратність його споживання (дві туристичні групи за тиждень) або число туристів, що відвідують об'єкти за одиницю часу (осіб/рік, людино-день тощо).

У низці випадків логістичний потенціал рекреаційно-туристичних ресурсів може бути визначений через показник економічної продуктивності ресурсів. Так, за думкою Є.Ю. Колбовського [2, с. 97], продуктивність туристичних ресурсів у вигляді мисливських угідь Ярославської області, що оцінюється виходом здобичі з одиниці площі (230 кг/1000 га), надає підстави для визначення максимально можливої завантаженості мисливських угідь (285500 людино-днів/рік). Відповідно можна провести оцінку ресурсів рибальства на підставі продуктивності водоймища в кг/га або кг/км² (для прикладу, такий ресурс Рибінського водосховища склав 6,2 кг/га, Горківського – 3,4 кг/га), а далі визначити максимально можливий потік туристів-рибалок з застосуванням певної норми вилову на одного туриста. Проведена оцінка грибних та ягідних угідь Ярославської області визначила їх продуктивність у 10-30 т/км², що склало в перерахунку на одного туриста 3-10 кг/рік. Отже, знаючи площу ресурсу, визначивши його продуктивність та встановивши раціональну середню норму споживання ресурсу в розрахунку на одного туриста, є можливість розрахувати максимально можливий допустимий потік туристів на цей ресурс, тобто обчислити його логістичний потенціал, за формулою, запропонованою автором:

$$ЛП_{\text{ртр}} = \frac{П_{\text{ртр}} \cdot ПР_{\text{ртр}}}{НС_{\text{ртр}}},$$

де ЛП_{ртр} – логістичний потенціал рекреаційно-туристичного ресурсу (чол./рік-сезон);

П_{ртр} – площа рекреаційно-туристичного ресурсу (га, км²);

ПР_{ртр} – продуктивність рекреаційно-туристичного ресурсу за рік/сезон (кг, т/га, км²);

НС_{ртр} – середня норма споживання рекреаційно-туристичного ресурсу в розрахунку на одного туриста за рік/сезон (кг/добу).

Наступний підхід до визначення логістичного потенціалу ресурсної бази туризму – рекреагеографічний, – має багату джерельну базу, оскільки спроби узагальненої оцінки туристичних ресурсів здійснювалися ще в 19690-70 рр. такими видатними спеціалістами економічної географії, як О.Л. Мінц, В.С. Преображенський, Ю.О. Веденін, М.П. Шеломов, І.В. Зорін, Є.Б. Лопатін, О.Р. Назаревський, Ю.С. Путрик, Л.І. Мухіна та ін. Цілеспрямовано проблема якісних та кількісних показників туристичних ресурсів була поставлена в книзі В.В. Покшишевського “Про господарську оцінку природних ресурсів та умов” (1960р.), а спроби вирішення цієї проблеми були зроблені в працях В.Б. Нефедової та С.Ю. Смирнової “Методи рекреаційної оцінки природних комплексів” (1973 р.), В.П. Чижової “Рекреаційні навантаження в зонах відпочинку” (1977 р.) та ін. На підставі даних досліджень у 1981 р. з’явився “Каталог туристичних ресурсів у СРСР”, а дещо пізніше - “Карта туристичних ресурсів СРСР”. У наведених працях, крім якісних фізико-географічних характеристик туристичних ресурсів, було запропоновано декілька їх оцінкових показників, таких як: місткість природно-рекреаційних ресурсів (млн.чол.–днів/рік), місткість пізнавально-

рекреаційних ресурсів (млн.чол.–днів/рік); туристичне навантаження на природні комплекси (чол./км²). Саме ці показники склали основу туристичного районування територій, але вони не відображали в достатньому ступені економічну сутність туристичних ресурсів як товару за ринкових умов та відповідну логістичну оцінку ресурсної бази туризму.

З появою правових механізмів ринкової оцінки нерухомості, інтелектуальної власності, бізнесу та довільних об'єктів громадянських прав стала потрібною розробка економічних та логістичних параметрів оцінки (фізичних оцінкових показників) туристичних ресурсів, тобто для різних видів та типологій ресурсів повинна бути визначена їх економічна (ринкова) вартість та логістичний потенціал. Відсутність Єдиного кадастру туристичних ресурсів України практично позбавляє фахівців в галузі оцінки традиційної оцінкової бази, а також утруднює вибір економічних та логістичних показників, які є підставою їх раціонального споживання та відтворення туристичних ресурсів, податкообладнання, формування структури ціни туристичного продукту, рентних відносин тощо.

Висновки. Викладені вище теоретичні положення мають надзвичайну актуальність для всіх регіонів України з їхніми значними туристичними ресурсами про що говориться в недавно виданому навчальному посібнику автора [8, с. 50-53]. Але для того, щоб розвивати туризм, скласти плани сталого туристичного розвитку територій, попередньо слід здійснити економічну та логістичну оцінку ресурсної бази рекреації та туризму. Це дасть можливість визначити вхідний туристопотік, відтак і обсяги створення потрібної матеріально-технічної бази та туристичної інфраструктури. Заключним етапом буде визначення ринкової вартості туристичних ресурсів та можливої туристичної ренти, як факторного доходу з туристичних ресурсів, який отримує їх власник. У якості власника туристичних ресурсів може виступати держава в особі місцевих органів влади, а також фізичні та юридичні особи, за якими закріплено право власності.

1.Бейдик О.О. Рекреаційно-туристські ресурси України: методологія та методика аналізу, термінологія, районування. – К.: ВПЦ «Київський університет», 2001. – 367 ст. 2.Гуляєв В.Г. Туризм: Экономика и социальное развитие. – М.: Финансы и статистика, 2003. –304 с. 3.Данильчук В.Ф. и др. Методы оценки рекреационных территорий. – Донецк: ДИТБ, 2003. 4.Донченко Л.М. Оцінка пляжних ресурсів для рекреаційного використання на прикладі Запорізького Приазов'я // Географія і сучасність: 36. наук. пр. НПУ імені М.П. Драгоманова. – Вип. 13. – К.: Вид-во НПУ імені М. П. Драгоманова, 2005. С.129-135. 5.Мацола В.І. Рекреаційно-туристичний комплекс України. – Львів, 1997. 6.Мироненко Н.С., Твердохлебов Н.Т. Рекреационная география. – М.: Узд-во МГУ, 1981. – 280 с. 7.Смаль І.В. Основи географії рекреації і туризму: Навч. пос. – Ніжин: Вид-во НДПУ імені Миколи Гоголя, 2004. – 264 с. 8.Смирнов І.Г. Бізнесові основи міжнародного туризму: Навч. пос. – К.: ВПЦ «Київський університет», 2007. –112. с. 9.Смирнов І.Г. Логістична модель сталого розвитку туристичної галузі в Україні// Вісник ДІТБ. – 2007. - № 11. – С. 26-31. 10.Смирнов І.Г. Логістична модель сталого розвитку туристичного бізнесу // Логістика. Вісник НУ «Львівська політехніка». – 2007. - № 594. – С. 158 – 163. 11.Стафійчук В.І. Рекреалогія: Навч. пос. – К.: Альтерпрес, 2006. – 264 с. 12.Туризм, гостеприимство, сервис: Словарь-справочник/Под. ред. Л.П. Воронковой, - М.: Аспект Пресс, 2002. – 367 с.

Уліганець С. І., асист.канд. геогр. наук
Київський національний університет імені Тараса Шевченка

ТУРИСТСЬКИЙ ІМІДЖ РЕГІОНУ

В статті сформульовано і обґрунтовано сутність поняття туристський імідж регіону, його важливість у сучасному житті. Проаналізовані методи та механізми формування іміджу та їх можливість застосування в процесі корекції туристського іміджу регіону.

The essence of the conception of the tourist image of the region, its significance in modern life are formed and based in the article. The methods and the ways of creating of the style and their possibility used in the course of correction, a tourist style of a region were analyzed in this article.

Постановка проблеми. Актуальність досліджуваної тематики полягає в тому, що сучасній туристичній індустрії чітко прослідковується тенденція до залучення технологій іміджмейкерства щодо формування туристичних потоків в межах регіонів. Імідж стає невід'ємною складовою успішного розвитку та функціонування сучасної галузі країни в цілому та окремих територій зокрема.

Для розвитку туризму не достатньо лише економічних підстав, наявності в регіоні туристсько-рекреаційних ресурсів. Необхідним і важливим є наявність сформованого туристичного іміджу, який буде “працювати” на регіон. Тобто такого, що формується з врахуванням рівня розвитку економіки, ступеню розвитку інфраструктури, транспорту, сфери послуг, специфіки та екзотичності і унікальності природних та історико-культурних об'єктів (пізнавальне і виховне значення об'єктів; наявність об'єктів і пам'яток світового значення; мода і доступність історико-культурних об'єктів по відношенню до місць попиту; надійність і місткість культурних комплексів; розміри і форми об'єктів, а також можливість їх огляду), екологічного стану території, а також її загальної інвестиційної привабливості.

Таким чином, туризм може впливати на формування позитивного іміджу окремо взятої країни або регіону, так само, як і вже сформований імідж території впливає на туристичну галузь. Тому, ігнорування явища іміджу регіону гарантовано матиме цілий ряд наслідків, здебільшого негативного характеру. Імідж посідає важливе місце серед низки таких понять, як рейтинг, репутація, популярність, престиж, авторитет.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Методологічну основу даного дослідження складають роботи географів, економіко-географів, науковців – експертів з регіонального маркетингу та менеджменту туризму. Зокрема, проблемам регіональної туристичної політики присвячується роботи В.К. Євдокименка. Формування та функціонування ринку туристичних послуг докладно викладено в працях О.О. Любіцевої. Дослідження потенціалу туристично-рекреаційних ресурсів регіонів України презентуються у численних

публікаціях О.О. Бейдика. Багато авторів досліджують окремі туристичні регіони (області) України: М.М. Блага, М.Д. Долішній, О.П. Дудкіна, В.І. Гетьман, В.І. Мацола, О.А. Марченко, С.П. Кузик, В.С. Грицевич, М.М. Покоłodна та ін.. Теоретичні та практичні аспекти менеджменту та маркетингу викладені в роботах І.Т. Балабанова, М.М. Жукової, Н.І. Кабушкіна, В.А. Квартальнова, О.Д. Чудновського, Дж. Боуена, Дж. Мейкенза та ін. В роботах цих авторів значна увага приділяється структурі туристського продукту, показані технології маркетингової діяльності туристських підприємств, вказано на структуру обліку затрат в сфері туризму, показано роль туризму в теорії торгового виробництва та грошей.

Однак, враховуючи еволюцію дефініцій туризму, можна відмітити, що на сьогоднішній день недостатньо розроблені питання щодо виявлення просторових (територіальних) та часово-динамічних закономірностей існування туристського іміджу регіону.

Формулювання цілей статті. Визначитися зі специфікою та обґрунтувати сутність понять туристського іміджу регіону, його важливість у сучасному житті. Проаналізувати методи та механізми формування іміджу; можливість їх застосування при формуванні туристського іміджу регіону.

Виклад основного матеріалу. Імідж (від англійського image – образ, відображення). У соціологічному енциклопедичному словнику імідж трактується як зовнішній образ, що створюється суб'єктом, з метою викликати певне враження, думку, відношення в інших. Образ є дуже широкою категорією, що об'єднує окрім іміджу ще поняття стереотип, міф, бренд та ін.[1, 2, 3]

О.В. Виханський дає загальне визначення іміджу: “імідж явища – це стійке уявлення про особливості, специфічні якості і риси, характерні для даного явища”.

Отже, імідж регіону можна визначити як відносно стійку сукупність емоційних переживань, раціональних уявлень, що відтворюються в масовій і індивідуальній свідомості, переконань і відчуттів людей, які виникають з приводу особливостей регіону, складаються на основі всієї інформації, отриманої про регіон з різних джерел, а також власного досвіду і вражень. Імідж регіону – дуже різноплановий, емоційно забарвлений, штучно створений образ, який складається в свідомості людей. Імідж регіону контролюється адміністрацією, засобами масової інформації, видатними діями різних сфер суспільства, населенням, як даного регіону, так і населених пунктів, що входять до складу даного регіону.

Окремо слід розглядати поняття «бренд регіону». Бренд регіону – це сукупність швидкоплинних цінностей, що відображають неповторні оригінальні споживчі характеристики регіону і співтовариства, що отримали суспільне визнання і популярність та мають стабільний попит споживачів. Бренд регіону формується на основі яскраво вираженого позитивного іміджу регіону, і є вищим проявом емоційних споживчих переваг, найважливішим чином конкурентних переваг регіону, активом регіональної економіки.

Імідж країни - стійке уявлення клієнтів, партнерів та суспільства про престиж, якість послуг і товарів цієї країни, якості життя її жителів, репутацію влади.

Репутація регіону – динамічна характеристика життєдіяльності регіону, що формується в суспільстві протягом достатньо тривалого періоду часу. Це цінні переконання, думка у людини (групи осіб) на основі отриманої достовірної інформації про регіон, особливого досвіду взаємодії в соціумі регіону. Репутація регіону втілює в собі комплекс можливостей для реалізації істотних інтересів членів різних груп цільової аудиторії. Це гармонія ефективного використання конкурентних переваг даної території для життя, бізнесу, капіталовкладення, відпочинку, навчання тощо.

Необхідність формування власного іміджу кожного регіону і посилення впізнаваності українських територій громадянами інших країн, на наш погляд, очевидна. Зрештою, це сприяє залученню додаткової уваги до регіону, дає можливість ефективніше лобіювати свої інтереси, покращувати інвестиційний клімат, одержувати додаткові ресурси для розвитку регіональної економіки, інфраструктури.

Більш того, просування іміджу регіонів є досить перспективним шляхом подолання труднощів у формуванні іміджу України в цілому. І про це неможна забувати.

Отже, з вище сказаного можна зробити такий висновок, що туристський імідж регіону – це набір ознак і характеристик, які на емоційно-психологічному рівні асоціюються у широкої громадськості з конкретною територією, на якій можливий або й визначальним є розвиток туристської діяльності.

Розібравши походження і суть поняття туристський імідж регіону, можна виявити важливі властивості туристичного іміджу регіону.

Насамперед, це мінливість. Образ регіону не статичний і змінюється в часі. Туристичний імідж регіону складається і змінюється як стихійно так і цілеспрямовано. Зміна туристичного іміджу регіону залежить від багатьох чинників: економічна ситуація, державна і містобудівна політика, технічні інновації. Даний чинник має негативну роль в збереженні образів.

Наступною властивістю туристичного іміджу є історичність. Туристичний імідж регіону завжди вплетений в деякий історичний контекст і соціальну ситуацію. Він не може бути поза нацією, менталітетом, світоглядом. Туристичний імідж регіону має свою долю. Кожна епоха породжує своє особливе сприйняття, зміна епох створює постійно змінний туристичний імідж регіону і разом з тим єдиний в чомусь основному, що становить його суть як органічного цілого.

Відносна стійкість. Стійкість туристичного іміджу регіону залежить від його яскравості, місця регіону в господарському розумінні і стереотипів, що склалися.

Комплексність. Всі складові туристичного іміджу регіону взаємопов'язані, зміна якої-небудь його характеристики спричиняє за собою переформатування інших характеристик.

Плюралізм точок зору. Не існує якоїсь однієї точки зору, з якої можна було б охопити туристський регіон як єдине ціле. Дана властивість стосується, насамперед, великого регіону і залежить від об'єктивних характеристик регіонального туристсько-економічного розвитку. Туристський імідж регіону описується через суб'єктивне відношення до свого регіону різних груп населення, і є уявним про туристський регіон. Проте при описі туристського іміджу регіону необхідно враховувати і об'єктивні характеристики стану та розвитку туристського регіону, оскільки саме за допомогою відношення до них у рекреантів і формується туристський образ регіону.

Класифікувати туристські регіональні характеристики можна по різному, але суть від цього не змінюється: на туристський образ регіону впливають всі вони. Туристський імідж регіону складається з уявлення про наступні складові: населення, економіка, освіта, культура, наука, засоби масової інформації, охорона здоров'я, спорт, політика, владні структури, регіональні лідери, нормативно-правова база, побут, комунальне і транспортне господарство, архітектура, географічні особливості, минуле. Зміна цих характеристик, а також уявлення про них відбувається як стихійно, так і цілеспрямовано в процесі формування і реалізації іміджевої політики туристського регіону.

Щодо структури туристичного іміджу регіону, то вона складається з наступних складових:

- Статус туристичного регіону - це місце даного регіону в структурі та ієрархії інших туристських регіонів країни за різними підставами: міри розвитку, ролі в економічному, політичному, культурному житті країни. Статус туристичного регіону визначається потенціалом і ресурсами населеного пункту (інформаційними, фінансовими, кадровими і т.д.), у тому числі і зовнішніми зв'язками з іншими регіонами та країнами.
- Вигляд туристського регіону. Під виглядом об'єкту туристської уваги розуміється його зовнішній вигляд (ступінь екзотичності і унікальності природних і історико-культурних об'єктів, наявність об'єктів і пам'яток світового значення, занесених в список ЮНЕСКО, мода і доступність історико-культурних об'єктів по відношенню до місць попиту, надійність і місткість культурних комплексів, розміри і форми об'єктів, а також можливість їх огляду, екологічна складова території).
- Регіональна символіка (назва, прапор, герб, девіз, гімн).
- Емоційні зв'язки з регіоном (емоції, відчуття, чекання, надії, пов'язані з місцем і відношення до нього).
- Туристська іміджева політика і маркетинг регіону. Територіальний маркетинг, який в зальному вигляді описується як певний образ мислення і дій керівників регіонального або місцевого рівня і підприємців, нова ділова філософія активної підприємницької діяльності, заснована на прагненні задовольнити виявлені потреби населення як в даному регіоні, так і за його межами.

Туристична іміджева політика регіону є частиною регіонального маркетингу. Регіональний маркетинг – це процес планування, координації і контролю прямих зв'язків регіонального управління з його різними напрямками і цільовими групами. В даному випадку, туристський регіон розглядається як «туристський продукт», який пропонується «цільовим групам». Основні цільові групи маркетингу туристського регіону – це його жителі, представники туристського бізнесу і рекреанти. Вони споживачі туристського регіону. Провідними суб'єктами регіонального маркетингу виступають: органи виконавчої і законодавчої влади регіону; суб'єкти регіональної інфраструктури підтримки підприємства; спеціалізовані PR – агентства; виставкові туристські центри; учбові і учбово-ділові центри; представники регіону за його межами. Ціна туристичного регіону як «товару» визначається різними туристськими групами споживачів по різному. Для жителів території – це перш за все вартість життя, і рівень доходів, а також вартість конкретних товарів і послуг на туристській території. Для рекреантів - це вартість путівок, величина додаткових добових витрат. Для представників туристичного бізнесу - це вартість туристського обладнання, податкові пільги, правила розділу продукції і вивозу доходів. Успіх у формуванні туристського іміджу території в першу чергу залежить від того, на скільки вдало сформований суб'єктом імідж певної туристської території відповідатиме, з одного боку, її об'єктивним якостям, а з іншого – очікуванням і запитам рекреантів або інвесторів.

Знання головних характеристик і особливостей формування туристського іміджу рекреаційної зони, безумовно, допоможе нам сформувати стійке цілісне враження про туристський імідж України.

Зокрема, що стосується України, позитивне її просування серед різних цільових аудиторій (країни та окремі їхні соціальні групи – пересічні громадяни, політики студенти, бізнесмени, потенційні інвестори) є фактором, який безпосередньо впливає на соціально-економічний розвиток нашої держави, сприяючи вирішенню її зовнішньополітичних та соціально-економічних завдань, а також внутрішніх соціально-економічних проблем, наприклад, шляхом розширення поінформованості міжнародного співтовариства про потенціал нашої країни та позитивні процеси в житті українського суспільства, збільшення притоку інвестицій, інтенсифікацію інноваційного процесу, розширення бізнесових контактів, розвиток експортного потенціалу, зростанню туристичної складової наповнення бюджету, зміцнення гуманітарних контактів тощо.

Імідж України як країни, куди можна приїхати відпочити, ще зберіг досить сильні позиції на території Росії, що до ж до найближчих західних сусідів, то за останні роки набутий тут позитивний імідж було втрачено. Зараз Україна бачиться позаду таких держав як Польща, Угорщина, Словенія, Чехія та інші. Щоб змінити цей імідж, необхідно розробити і впровадити ряд рекламних та стимулюючих заходів з метою створення нового іміджу, відкриваючи для масового рекреанта оновлений імідж Карпат, культуру та етнос народу, що проживає на його схилах. Пройшов той час, коли Україна

як туристичний край зможе нормально конкурувати з іншими регіонами тільки у випадку, якщо буде активно пропагувати свої можливості, в першу чергу, шляхом участі у найрізноманітніших виставкових заходах. Важливим позитивним фактором при цьому може стати випуск найрізноманітніших рекламних матеріалів, починаючи з випуску туристичних друкованих видань та буклетів і закінчуючи рекламними відеофільмами та компакт-дисками. На даний час, маючи хоч і невелику кількість сучасних комфортабельних баз прийому, ми не можемо гідно прорекламувати їх, а значить забезпечити необхідною кількістю відпочиваючих. Вирішити це питання можна через проведення різного роду рекламних оздоровчих турів і залучення представників преси, телебачення, туристичних операторів, надавши їм можливість на власні очі побачити все, чим ми володіємо. Наступним кроком може бути проведення переговорів з авіалініями, іншими транспортними організаціями, туристичними операторами щодо включення інформації про Україну в їхні туристичні пакети та рекламні матеріалами.

Звичайно проведення таких рекламних копаній є достатньо дорогою акцією, однак саме вона дозволить привабити найбільшу кількість відпочиваючих у нашій державі. Відомо, що в Україні у 2012 році буде проходити чемпіонат Європи з футболу. У зв'язку з цим іноземні експерти рекомендують вже сьогодні працювати над іміджем України, щоб привернути більше іноземних туристів. Так, Deutsche Welle повідомили, що за кордоном мало знають про Україну, тому кількість відвідувачів футбольного турніру може виявитись менше прогнозованого. Говорячи PR – компанію Євро – 2012, німецькі експерти радять робити ставку на братів Кличко, Андрія Шевченка й сучасних українських письменників, як Андрухович або Дереш. Саме цих людей іноземці ототожнюють з Україною, і саме їхній імідж можна ефективно використати для залучення туристів на футбольний турнір, вважає керівник німецької консалтингової компанії з туризму Фольк Ганке. "Треба постійно робити новини про Україну, щоб вона постійно була на вустах. А громадські організації можуть поширювати інформацію через свої мережі й співробітництво зі своїми колегами", - переконаний Ганке. Представники Східного комітету німецької економіки пропонують українцям більше уваги приділити розвитку готельної інфраструктури й системі розважальних комплексів. Крім цього, німецькі експерти підкреслюють, що до 2012 року в Україні варто ввести дешеві авіарейси, якими могли б скористатися вболівальники з Європи, де авіатранспорт є більше розповсюдженим, ніж залізниця.

Першим кроком загальнодержавного рівня щодо організації комплексної роботи із забезпечення позитивного міжнародного іміджу України стало започаткування відповідної Державної програми на 2003-2006 роки. Досвід її реалізації, зокрема, засвідчив необхідність для Української держави приділяти у подальшому постійну увагу підтримці свого позитивного міжнародного іміджу та нарощувати зусилля у цій сфері. Так, зараз розроблена Концепція Державної цільової програми формування позитивного міжнародного іміджу України на 2007-2010 роки. Дана

Концепція має на меті організацію проведення органами державної влади впродовж зазначеного періоду скоординованої, планомірної та професійної комунікаційної кампанії, спрямованої на підвищення міжнародного авторитету України у політичній, економічній та культурній сферах. Вона повинна забезпечити створення міжнародної інформаційної атмосфери, сприятливої для політичного та соціально-економічного розвитку України, і, зокрема, сприйняття нашої держави світовим співтовариством як надійного, передбачуваного партнера, що є прихильним до справи зміцнення демократичних засад суспільного життя та подальшої лібералізації економіки, має розвинуту індустріальну базу, висококваліфіковані трудові ресурси, значний інноваційний, науково-технічний, промисловий, сільськогосподарський та туристичний потенціали, а також багаті культуру та історію. Важливим для досягнення ефективності Програми є її побудова як системи послідовних у часі заходів, розроблених з урахуванням загальноприйнятих у світі методик і технологій ведення PR-кампаній, створення та поширення іміджевого продукту.

Відповідно, виконання Програми здійснюватиметься шляхом: розробки на першому етапі комунікаційної стратегії, що передбачає чітке окреслення та визначення специфіки найбільш важливих для України цільових аудиторій, вплив на які і має, перш за все, здійснюватися в ході подальшої реалізації Програми, а також формування візуальних атрибутів позиціонування держави за кордоном та бренду «Україна»; реалізації на цій основі комунікаційних кампаній, які передбачають використання різноманітних каналів комунікації, PR-технологій та форм інформаційно-роз'яснювальної роботи відповідно до специфіки цільових аудиторій; концентрації основних зусиль на роботі з найбільш важливими для України цільовими аудиторіями; диференціації форм роботи відповідно до специфіки конкретних цільових аудиторій; розширення присутності в інформаційному полі інших країн та, зокрема, створення необхідної для цього інфраструктури; співпраці з неурядовими та громадськими організаціями, зацікавленими у підтримці та покращенні позитивного іміджу України, а також активізації інформаційно-роз'яснювальної роботи в Україні, спрямованої на підвищення розуміння її громадянами стратегічних зовнішньополітичних та зовнішньоекономічних напрямів діяльності нашої держави.

Виконання Програми дозволить розширити поінформованість зарубіжної спільноти про Україну та зміцнити позитивний міжнародний імідж нашої держави. Це, у свою чергу, сприятиме політичному та соціально-економічному розвитку України, активізації співробітництва нашої держави із світовими та регіональними міжнародними організаціями, її входженню до європейських та світових економічних, політичних структур і, перш за все, прискоренню євроінтеграційних процесів, а також залученню іноземних інвестицій, зростанню довіри до українських компаній з боку потенційних зарубіжних партнерів, активізації бізнесових контактів, збільшенню експорту українських товарів, зростанню міжнародного туризму

тощо і, відповідно, підвищенню рівня зайнятості та добробуту українських громадян.

Туристичний бізнес можна справедливо вважати бізнесом ХХІ століття, тому що він є одним з найбільш динамічним і прибутковим серед усіх галузей світового господарства. За даними статистики Всесвітньої організації туризму, на туризм припадає 10% валового світового продукту, 7% загального обсягу інвестицій, 5% усіх податкових надходжень.

Туристична діяльність безпосередньо впливає на близько 40 галузей економіки і 10-15% працездатного населення будь-якої країни: це ціла галузь, яка об'єднує навколо себе багато супутніх галузей, таких як пасажирські перевезення (авіа, авто та морські), сфера побутових послуг (готелі, ресторани, пральні, розважальні заклади тощо), сувеніри та багато інших. Тому пошук передумов зростання туристичної індустрії є актуальною проблемою.

Особливо чітко постає актуальність цього питання для України, яка являє собою унікальний комплекс історичних, культурних та природних пам'яток і має значні рекреаційні можливості, що сформувались завдяки географічному положенню та історичному розвитку нашої держави. Важливою особливістю туристичного потенціалу нашої країни також є те, що Україна поєднує в собі красу степової та лісної природних зон, а також гірські пейзажі.

Окремі її регіони є дуже привабливими для туристів, зокрема для іноземних. Про це свідчить динаміка відвідання України іноземними туристами, кількість яких збільшилась у 4 рази за останні 7 років. Більша частина в'їзних туристів припадає на певні регіони, а саме: АР Крим (29%, з них 9% належать Севастополю), Київ (25%) та Одеська область (15%). На мою думку, проблему розвитку туристичної галузі в Україні необхідно розглянути як загальнодержавну справу. На це існує ряд вагомих причин, актуальних саме для нашої держави: Україна має значний різносторонній туристичний потенціал; туризм сприятиме надходженню валюти в країну, отже і поповненню Держбюджету; туризм пов'язаний з багатьма іншими галузями економіки, тому розвиток цієї індустрії покличе за собою розвиток багатьох супутніх галузей; розвиток туризму в регіонах спричинить збільшення доходів місцевих бюджетів, що призведе до покращання рівня життя населення, зростання інтересу до продукції місцевої промисловості, покращання кон'юнктури в будівництві та інфраструктури в регіоні в цілому.

Згідно проведених досліджень в Україні основна частина рекреаційних ресурсів зосереджена в Карпатському та Чорноморсько-Азовському регіонах. Відповідно до аналізу вітчизняних та зарубіжних експертів вищі оцінки щодо перспектив розвитку туризму отримав Карпатський регіон, який включає Закарпатську, Івано-Франківську, Львівську та Чернівецьку області, загальною площею 56,6 тис. кв. км. Даний регіон має в своєму розпорядженні для розвитку туризму всі умови у всіх їх різноманітності, включаючи природні та історико-культурні визначні пам'ятки світового масштабу. Історико-культурний та природно-ресурсний потенціал Карпатського регіону

в поєднанні з вигідним географічним положенням в центрі Європи є ваговою передумовою розвитку туристичної інфраструктури.

Основною метою створення туристичної інфраструктури в Карпатському регіоні є формування на території регіону високоефективного туристичного комплексу відповідно до міжнародних вимог, який давав би змогу задовольнити потреби в туристичних послугах як українців так і представників із інших країн світу і забезпечував надходження до державного та місцевих бюджетів, притоки іноземного капіталу, приросту робочих місць в регіоні, а також збереження і раціонального використання природно-ресурсного та природно-культурного потенціалу регіону.

Основні задачі, які необхідно вирішити для досягнення мети, полягають в наступному: створення сучасного ринку різноманітних туристичних послуг на основі здорової конкуренції; створення корпоративних зв'язків між туристичними компаніями Карпатського регіону і організаціями туристичної інфраструктури; формування ефективної нормативно-правової бази розвитку туризму; створення сприятливих умов для міжнародного в'їзного і виїзного туризму; істотне нарощування мережі туристичних об'єктів і інфраструктури; підтримка малого підприємництва у туристичній сфері; розвиток міжнародної співпраці у галузі туризму; економічне стимулювання розвитку матеріальної бази, туристичної інфраструктури через залучення позабюджетних джерел, зокрема іноземних інвестицій для реконструкції і нового будівництва туристичних об'єктів; вдосконалення системи інформаційного забезпечення туристичної індустрії, створення краєзнавчої інформаційно-довідкової системи туризму, проведення активної рекламної діяльності, тощо; вдосконалення системи підготовки, перепідготовки і підвищення кваліфікації туристичних кадрів; проведення необхідних наукових досліджень у сфері туризму.

Карпатський регіон, володіючи великим туристичним потенціалом, в даний час має порівняно нерозвинену туристичну інфраструктуру, що не дозволяє істотно збільшити розвиток іноземного туризму і залучати туристів з інших регіонів України. Матеріальна база туризму потребує реконструкції, потрібне істотне розширення мережі туристичних об'єктів та послуг.

Аналізуючи перспективи розвитку туристичної індустрії в Україні, перш за все, необхідно підкреслити, що сучасний туризм - це та сфера економіки і життєдіяльності суспільства в цілому, яка в тій чи іншій мірі інтегрує практично всі галузі. Саме це і визначає одне з перших місць, яке займає туризм у світовій економіці. Саме цей фактор повинен стати головним у формуванні нового державного підходу до туризму як тієї галузі, пріоритетний розвиток якої може позитивно вплинути на економічний та соціальний стан країни в цілому, стимулювати ряд важливих галузей економіки, сприяти зміцненню нового позитивного іміджу України на світовій арені.

Стратегічною метою розвитку туризму в Україні є створення конкурентоспроможного на внутрішньому та світовому ринках

національного туристичного продукту, розширення внутрішнього та збільшення обсягів в'їзного туризму, забезпечення на цій основі комплексного розвитку курортних територій та туристичних центрів з урахуванням соціально-економічних інтересів їх населення, збереження та відновлення природних територій та історико-культурної спадщини.

Це обумовлює необхідність активних цілеспрямованих дій, насамперед у контексті державної туристичної політики, що являє собою діяльність держави з розвитку туристичної індустрії і суб'єктів туристичного ринку, вдосконалення форм туристичного обслуговування громадян і зміцнення на їх основі свого політичного, економічного та соціального потенціалу.

Одним з першочергових завдань є створення позитивного туристичного іміджу України шляхом здійснення комплексної рекламно-інформаційної кампанії, яка має включати: активізацію публікацій, як друкованих так і електронних, про унікальність української природи та культурну привабливість регіонів України; участь у професійних виставках на основних зарубіжних туристичних ринках для пропаганди національного туристичного потенціалу; розвиток ділового туризму шляхом проведення різноманітних конференцій та інших ділових та наукових заходів, особливо всесвітніх.

Особливої уваги потребують природно-заповідні території України. Для раціонального використання їх потенціалу необхідно: ввести поняття «пропускної спроможності» - тобто для кожного туристичного центру необхідно визначити критичну чисельність відвідувачів і розмістити їх так, щоб вони не завдали шкоди культурним та природнім пам'яткам та могли вільно насолоджуватись перебуванням на території центру. Для цього необхідно розділити відвідувачів за часом відвідування; створити на території центру огорожі і зони, недоступні для туристів, пішохідні зони; будувати більш віддалені зони паркування та підвищувати плату за паркування; попереджувати про небажаність відвідувань у періоди максимального завантаження і т.п.; проводити пропаганду природоохоронних знань, екологічне виховання, використовуючи попередній інструктаж гідів та керівників туристичних груп та поширюючи відповідну літературу на території туристичного центру; постійно проводити діяльність по відновленню ресурсів туристичного центру.

Наступним напрямом є створення регіональної системи підготовки та підвищення кваліфікації туристичних кадрів, враховуючи існуючу та потенційну потребу у фахівцях даного профілю. Також необхідним є проведення наукових досліджень з проблем розвитку туристичних послуг, видання наукових публікації тощо для привернення уваги науковців до розробки програм реалізації туристичного потенціалу України.

З погляду на законодавство, потрібно звернути увагу на можливість законодавчого введення на території певних регіонів (наприклад, південного узбережжя Криму, с. Вилкове Одеської області, с. Мигів Миколаївської області, м. Кам'янець-Подільський тощо) спеціального режиму

інвестиційної діяльності з метою залучення достатнього обсягу внутрішніх та зовнішніх інвестицій у розвиток туристичної індустрії на цих перспективних територіях.

До перспективних інвесторів можна віднести, наприклад, представники численної української діаспори, оскільки в останні роки вони проявляють підвищену зацікавленість до української культури. Ще одним важливим інструментом державного впливу повинні стати ліцензування, сертифікація та стандартизація послуг сфери туризму. Це є дуже актуальним питанням, оскільки, наприклад, єдиною гарантією надійності турфірми для споживача зараз є її реклама або думки інших споживачів, що вже скористались її послугами, тому турфірми приділяють основну увагу своїй PR-компанії, а не прагнуть покращити якість послуг, що вони надають.

Цю проблему може вирішити саме введення стандартизації та сертифікації. Тут також не можна не згадати необхідність стандартизації готельних послуг в Україні, тому що ціна на них є надто високою порівняно з якістю наданих послуг. Для цього вкрай необхідно здійснити реконструкцію діючих готелів, привести рівень обслуговування в них до світових стандартів.

І останнім напрямом державної туристичної політики має бути підтримка галузей і виробництв, що займаються продукуванням товарів та послуг для підприємств туристичної індустрії - кафе, ресторанів, кінотеатрів, будинків побутових послуг тощо. Особливу увагу тут слід приділити також відродженню, розвитку та підтримці місцевих ремесел, фольклорних і культурних традицій, народних звичаїв, щоб туристи могли повністю відчувати український колорит.

Комплексна реалізація перерахованих заходів, спрямованих на реалізацію туристичного потенціалу України, вимагає як державної підтримки, так і залучення приватного та іноземного капіталу задля модернізації інфраструктури туризму. Україна має великі, а головне реальні, перспективи розвитку туристичної галузі, тому вона може і повинна зайняти одне з чільних місць серед країн - світових туристичних лідерів.

1. Дьячкова Э.К. Имиджология для руководителя. Новосибирск. 1998. – 84 с. 2. Почепцов Г.Г. Имиджология: теория и практика / Г.Г. Почепцов. – К.: АДЕФ – Украина, 1998. – 392 с. 3. Шепель В.М. Имиджология. М.: Культура и спорт. - 1997. - 381с.

УДК 911.03

Карасьова К. Л., асп.

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

СУЧАСНИЙ СТАН ТУРИЗМУ У МІСТІ КИЄВІ

В статті висвітлено ряд питань стосовно сучасного стану туризму у місті Києві. Значна увага приділяється готельному сервісу та екскурсійному обслуговуванню в столиці.

The modern consisting of tourism in Kyiv city is reflected in the article. Considerable attention is spared to hotel service and excursion service in the capital.

Вступ. Туристичний ринок в Україні знаходиться на стадії становлення. Стан ринку туристичних послуг конгруентний стану економіки і визначається соціально-економічними та політичними процесами, що відбуваються в країні, відтворюючи перебіг реформування суспільного життя. Україна належить до країн, де туризм як активний спосіб проведення дозвілля заохочувався державою, пропагувався та стимулювався шляхом соціалізації туристичних послуг і тому був сприйнятий більшістю населення як складова способу життя. Поліпшення рівня та умов життя вводить туризм до споживчої суспільної моделі, особливо міського населення, стимулюючи попит і формуючи ринок туристичних послуг.

Актуальність. Тривале домінування внутрішнього туризму за соціалістичної доби обумовило сплеск попиту на міжнародні подорожі, що позначилось зміною статусу та розширенням участі України на ринку міжнародного туризму. Перш за все, розширилась участь країни на даному ринку. З країни-реціпієнта з дозованим обсягом обслуговування вона перетворилась на країну-генератора туристичних потоків зарубіжного (виїзного) туризму. Такий процес був притаманний на перехідному етапі для Польщі, Чехії, інших соціалістичних у минулому країн і має об'єктивне соціально-економічне підґрунтя [6].

Виклад основного матеріалу. Київ - столиця України, один з найважливіших політичних, економічних, наукових, культурно-освітніх та релігійних центрів Європи. Для м.Києва та всього столичного регіону важливою складовою у рушійному потенціалі є фактор столичності. Загальновідомо, що в столицях зосереджується не тільки управлінські функції, а і економічне виробництво, яке характеризується більш прогресивною структурою та новітніми технологіями, інтелектуальним потенціалом, потужною соціальною інфраструктурою, вплив якої виходить за межі столиці, стікаються фінансові потоки. Внаслідок цього, місто-столиця при однакових передумовах розвитку випереджує інші міста. Переважна більшість іноземних туристів, які приїжджають до України, обслуговується в місті Києві. В обсягу реалізації послуг для іноземних туристів на місто Київ припадає 25 відсотків від загального по Україні. Сьогодні в столиці зареєстровано 1517 туристичних організацій, що становить майже 42% всіх турфірм України. Причому із цієї кількості можна чітко виділити лише трохи по-справжньому сильних організацій, сервісні послуги яких відповідають світовим стандартам. Більшість київських турфірм займаються лише вивозом українських туристів за кордон. З півтори тисяч всіх туркомпаній зараз можна вважати реально діючими (по оцінці Головного керування готельного господарства й туризму Києва) тільки 875. А двомстам взагалі загрожує анулювання ліцензії. Головне порушення - турфірми не мають чітко певних туристичних маршрутів. Крім того, багато фірм також не мають договорів з страховими компаніями. Торік загальна кількість туристів, який обслуговували київські турфірми, склало трохи більше 327 тис. У порівнянні з 2006 р. - це на 20 тис. менше. Причому з

2004 по 2007 р. більш ніж на 40 тис. скоротилося число українців, що бажають відвідати свою столицю. У той час к число іноземних туристів зросло на 25 тис. Втім, статистика цього року може змінитися. І головна причина – безкоштовний проїзд для дітей на залізниці, що діяв кілька місяців.

Згідно Указу Президента України та відповідних постанов Кабінету Міністрів України, міськдержадміністрацією спільно з Держкомтуризмом була виконана надзвичайно велика робота по підготовці до проведення щорічних зборів ЄБРР. Згідно затвердженної міськдержадміністрацією "Програми розвитку туризму та готельного господарства у м. Києві до 2010" велика увага надається розвитку молодіжного туризму, екскурсійній справі, масовому та спортивно-оздоровчому туризму. Відновлена міська федерація туризму, міський туристичний клуб [9].

За даними Головного управління комунального та готельного господарства та туризму найпотужніші потоки виїзду киян, як і раніше зареєстровані в напрямках до сусідніх держав. Ця закономірність проявляється як в туристичних поїздках так і одноденних відвіданнях, певну частку яких складають транзитні поїздки. Приріст чисельності виїзних туристичних потоків у 2007 році в порівнянні з 2006 роком був забезпечений збільшенням подорожей до Єгипту та Туреччини. Виїзд до країн Шенгену щорічно зменшується через візовий порядок в'їзду.

Київ на сьогоднішній день є найбільш активним регіоном. За даними Головного управління комунального господарства та туризму Київської міської державної адміністрації крім громадян сусідніх з Україною держав зменшився потік іноземців, у 2007 році в порівнянні з 2006 роком, з Чеської Республіки, Японії, Ізраїлю та Сполучених Штатів. Збільшився в'їзд туристів з таких країн, як Нідерланди, Білорусь, Угорщина, Австрія, Італія, Франція, Литва, Польща, Німеччина та Російська Федерація. Число відвідань Києва іноземними громадянами, як туристами так і одноденними відвідувачами у 2007 році в порівнянні з 2006 роком зросло з 92462 до 103981 осіб, але у структурі мотивації в'їзду відбулися значні зміни. Причиною росту одноденних відвідань є збільшення транзитного потоку через Київ з країн СНД. Кількість іноземних громадян, які прибувають в Київ у 2007 році з метою організованого туризму порівняно з 2006 роком має тенденцію до зменшення, більша частина відвідувачів приїжджає з метою ділової поїздки, що пояснюється статусом економічного центру. Крім того можна відмітити, що збільшилось іноземців, які приїжджають з метою лікування та інших видів туризму, а з метою спортивно-оздоровчого та спеціалізованого туризму зменшилось.

Також можна прослідкувати, що у порівнянні з попередніми роками у 2007 році збільшилось кількість туристів, які були охоплені внутрішнім туризмом, що свідчить про зацікавленість у відвіданні міста Києва не тільки у іноземних туристів, а і у місцевого населення .

В усьому світі виявляється тенденція скорочення частки організованого туризму у міжнародних туристичних потоках. Все більше людей подорожує,

але збільшення їх чисельності відбувається за рахунок тих, хто самостійно організовує свої подорожі, уникаючи послуг турагенств [5, с 123]. Такі можливості створюються завдяки розширенню доступності інформації через Інтернет та спрощенню порядку перетину кордонів між країнами. В Україні також частка організованого туризму на фоні зростання в'їзного туризму зменшується

Розподіл українських туристів, які виїжджали з Києва за кордон, за метою відвідування (2006 р.) [2]

78208	13385	57881	1070	3425	1512	935
Всього туристів (чол.)	Службова, ділова, бізнес-тур	Дозвілля, відпочинок	Лікування	Спортивний, оздоровчий туризм	Спеціалізований туризм	Інші
108461	72612	23330	682	50	3140	8647

Розподіл іноземних туристів за метою відвідування (2006р.)

Важливе значення для збільшення потоків внутрішнього, іноземного туризму, валютних надходжень має активізація екскурсійної справи у м. Києві. З метою її подальшого розвитку, забезпечення якісного екскурсійного обслуговування місцевого населення та туристів, підвищення рівня професійної майстерності екскурсіводів та гідів-перекладачів, створення безпечних умов при наданні екскурсійних послуг при Головному управлінні має бути створено міський екскурсійно-методичний центр, при якому і діятимуть методична рада, атестаційна комісія, методичний кабінет, методична секції.

В даний час у м. Києві діє більше 100 тематичних екскурсійних маршрутів. Туристичними організаціями систематично розробляються нові та обновлюються діючі тематичні екскурсії різноманітної тематики. Відповідно до рекомендацій Всесвітньої Туристської Організації санаторно-курортні та оздоровчі заклади відносяться до туристичної індустрії, а вітчизняні та іноземні громадяни, які користуються їх послугами - до туристів.

Головним завданням розвитку матеріальної бази сфери туризму є модернізація та реконструкція туристичних підприємств, інфраструктури туризму відповідно до міжнародних стандартів. У травні 2004 р. міськдержадміністрацією було завершено роботи по створенню Водно-інформаційного центру в оновленому парку "Хрещатик".

Підготовкою фахівців туризму та готельного господарства в Києві займаються 6 вищих навчальних закладів різних рівнів акредитації, 1 технікум, 2 ліцеї.

Пріоритетними напрямками у зміцненні матеріально-технічної бази туристичних підприємств мають бути проведення реконструкцій, модернізації та будівництво об'єктів туристичної сфери за рахунок власних коштів підприємств та шляхом залучення, інвестицій, у т. ч. іноземних.

З кожним роком готельний сервіс у Києві стає більш різностороннім, як по переліку, так і по якості наданих послуг Але, на жаль, готельне господарство в Україні, як і вся економіка країни, знаходиться на сьогоднішній день в кризовому стані. Переважна більшість готелів не

відповідає основним європейським стандартам. Зроблені тільки перші кроки для розвитку цивілізованого ринку готельних послуг з урахуванням міжнародних вимог до засобів розміщення [8, с15].

За даними Головного управління комунального та готельного господарства та туризму за 2007 рік 33 готелі м. Києва було видано сертифікат відповідності: 1 готель- п'ятизірковий, 3 готелі- чотиризіркові, 11 готелів - тризіркових, 15- двозіркових і 3- однозіркових. Ще понад 20 готелів подали заявку на проведення сертифікації. Ця робота має бути завершена протягом 2008 року [1, с10]

У місті Києві готельне господарство відрізняється наявністю більшої кількості готелів призначених для іноземних туристів. Київ, як столиця України, є великим економічним, політичним, культурним, історичним і діловим центром, тому попит на готельні послуги тут більш значний і стабільний, ніж є в інших регіонах країни. Але існують проблеми щодо задоволення попиту, які пов'язані з тим, що за період 90х років існуючу інфраструктуру туризму було зруйновано, значно зменшилась чисельність досвідчених кадрів.

За даними Головного управління комунального та готельного господарства та туризму у 2006 році у Києві нараховувалось близько 94 об'єкти готельного господарства різних форм власності, які мають у своєму складі 32 ресторани, більше 50 кафе, барів, майже 1\3 готелів мають автостоянки.

Переважає більшість готельних господарств - акціонерні товариства, що виникли під час процесу приватизації державних готелів. Найбільш престижні з них у центрі – «Дніпро», «Україна», «Хрещатик», «Київська Русь». З державних збереглося не більше 10 готельних підприємств, такі як відомчі готелі, а також ті, що підпорядковуються Верховній Раді, Кабінету Міністрів України- «Київ», «Салют», «Козацький» (Міністерство оборони), «Спорт» (Держкоспорт» [7, с.85]. Окрім цього в киеві почали активно відкриватися приватні готелі.

Для залучення туристів до менш відомих готельних підприємств потрібне капітальне комплексне переобладнання багатьох готельних підприємств та облаштування їх сучасними меблями, технологічним обладнанням, засобами, електронною апаратурою управління, а також впровадження нових засобів для заняття спортом у будь-яку пору року, оздоровчими процедурами, для ефективної роботи ділових людей, дозвілля та культурного відпочинку [1, с 43].

Не менш важливою проблемою є якість обслуговування службою сервісу в готелях (якісне устаткування номерів, асортимент та якість послуг, кваліфікація персоналу). У світовій готельній практиці існує цілий набір послуг: інформаційні послуги, послуги щодо транспортних перевезень, послуги розміщення в готелі, послуги харчування, культурно-масові та фізкультурно-оздоровчі послуги, а також додаткові послуги. Деякі з цих послуг відсутні в готелях, а ті, що існують , представлено на дуже низькому рівні. Тому київські готелі здебільшого не приваблюють іноземних туристів,

які звикли до високого рівня обслуговування в комфортабельних готелях [3, с 24].

Важливим чинником впливу на якість обслуговування є досвідченість, професіоналізм та особисті якості працівників готельних підприємств. Більшість з тих людей, які працюють у сфері обслуговування туристів, не мають спеціальної освіти, не володіють іноземними мовами.

Ще однією проблемою є ціна на готельні послуги в місті Києві, що займає близько 45 відсотків в обсязі прибутку від готельного сервісу в Україні. Ціна готельних послуг залежить від класу обслуговування, розряду готелю, категорії номеру, терміну перебування, місця розташування готелю (в центрі міста або на околиці).

Висновки. Отже, враховуючи економічну ситуацію в Україні, необхідно розробити нові підходи щодо розвитку туризму, будівництва і реконструкції готельного господарства. Для цього слід залучати кошти самих туристичних структур, банківські кредити, іноземні інвестиції. Без залучення закордонних інвестицій і кредитів неможлива реконструкція та будівництво нових готелів. З іншого боку необхідно забезпечити готельне підприємство новими кадрами з високим рівнем кваліфікації, персонал готелю повинен проводитись регулярно підвищення кваліфікації робітників, також повинен бути стаж роботи в туризму або суміжних з ним галузях діяльності.

- 1.Бюлетень « Київ древня та сучасна столиця України» Статистичні дані галузі туризму та готельного господарства станом на 28.03.2007 р. Управління комунального та готельного господарства та туризму
- 2.Журнал “Міжнародний туризм”/ Микола Грицик - №2, 2007 р., ст. 64-66.
- 3.Матеріали колегії Київської міськдержадміністрації та Держтурадміністрації України» Про стан та перспективи розвитку туристичної індустрії м. Києва» Київ 28.03.2007
- 4.Матеріали першого практичного семінару керівного персоналу туристичних організацій м Києва «Захист законних парв та інтересів туристів і суб’єктів туристичної діяльності»(окремі аспекти) Київ, 25 червня 2006, 64 ст.
- 5.Мініч І.М. Уніфіковані технології готельних послуг г київ Вища школа, 2001 320 с.
- 6.Любіцева О.О. Туристичний ринок України: сучасний стан, тенденції, перспективи.Київський національний університет імені Тараса Шевченка
- 7.Розвиток туризму в Україні (питання, теорії, методологічні практики) Київ 1999, 230
- 8.Трансформаційні процеси розвитку туризму та готельного господарства України. Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції. Київ КУТЕП, 2002, 130 с
9. www.kiev.com.ua (Київської міської держадміністрації).

УДК 911.3

Залещик В.В., асп.

Київського Національного Університету імені Тараса Шевченка

УМОВИ РОЗВИТКУ РЕКРЕАЦІЇ НА ЛУГАНЩИНІ

Розглядаються природні, культурно-історичні та соціально-економічні умови розвитку рекреації на Луганщині.

Natural, cultural and historical, socio-economical conditions of recreation in Luhansk region are considered.

На сьогодні рекреаційно-туристична галузь – одна з найдинамічніших і високодохідних у сфері послуг – є невід’ємною складовою світового ринку і

займає друге місце в світовій економіці після комп'ютерної і електронної промисловості, випередивши такі галузі, як нафтопереробна і автомобілебудування [11, с. 332].

Аналіз останніх досліджень та публікацій показує, що туристично-рекреаційний бізнес може стати важливим у господарському комплексі багатьох обласних регіонів, зокрема на Луганщині, і тому не достатнє вивчення цього питання зумовило вибір теми статті.

Метою статті є аналіз умов розвитку рекреації на Луганщині.

Виклад основного матеріалу. Рекреація і туризм – процес відновлення фізичних, духовних і нервово-психічних сил людини та її життєвого потенціалу шляхом певних заходів на основі відповідних установ у вільний час. Туризм є одним із видів рекреації і пов'язаний з мандрівками, подорожами, міграцією для відпочинку на далекі чи близькі відстані від місця постійного проживання. Рекреація є більш широким та загальним поняттям [4, с. 16]. Рекреація й туризм відіграють значну роль в підвищенні якості життя населення, являються необхідною складовою для всебічного розвитку людини. Луганщина володіє значним рекреаційним потенціалом. Рекреаційний потенціал - сукупність природних, культурно-історичних і соціально-економічних передумов організації рекреаційної діяльності на певній території [8, с. 12]. *Природні умови* організації рекреаційної діяльності на території Луганської області представлені орографічними, кліматичними, ландшафтно-пейзажними, водними, біотичними, флористичними та фауністичними, бальнеологічними ресурсами [5, с.23].

Орографічні ресурси - сукупність різноманітних за формою, розмірами, віком і походженням нерівностей земної поверхні, що утворюються внаслідок ендегенних та екзогенних процесів [10, с. 86]. Сучасний рельєф області сформувався протягом тривалого геологічного часу. В геоморфологічному відношенні територія області відноситься до трьох районів, а саме Верхнього Задонців'я, Нижнього Задонців'я (Донецьке плато і Задонецька рівнина) і Донецького кряжу [6, с. 14].

Верхнє Задонців'я розташоване в північній частині території області й уявляє собою південні відроги Середньоруської височини. Ця територія характеризується поступовим похилом на південь до долини Сіверського Дінця, в напрямку якої течуть ріки Красна, Борова, Айдар, Деркул та Комишна.

Нижнє Задонців'я – це область поширення сильно розмитих давніх пліоценових терас та долина Сіверського Дінця. В структурі останньої виділяються заплава та три надзаплавні тераси. В заплаві поширені озера-стариці, які утворились внаслідок спрямування русла річки.

Долиною Сіверського Дінця область південних відрогів Середньоруської височини різко відмежована від Донецького кряжу, розташованого в південній частині області. Поверхня Донецького кряжу представляє собою хвилясті між долинні простори з увалистим грядово-лощинним та яружно-балковим рельєфом. Південна окраїна Донецького кряжу має похило-хвилясту поверхню з нахилом на південь.

Кліматичні ресурси - метеорологічні умови, які властиві даній місцевості, є важливими природними та рекреаційними ресурсами [7, с. 79]. Територія Луганської області належить до континентальної степової області помірних широт. Клімат характеризується жарким і сухим літом з посушливо-суховійними явищами, холодною і малосніжною зимою з частими відлигами. Характерною рисою клімату є східні і південно-східні вітри, які спостерігаються в основному в період вегетації рослин.

Ландшафтно-пейзажні ресурси - вид земної поверхні, загальний краєвид місцевості; різноманітні форми рельєфу в поєднанні з лісними масивами, морями, озерами, ріками [7, с.94]. Ландшафтно-пейзажні ресурси області представлені 7346 одиницями територій та об'єктами загальною площею 3112, 7 тис. га, що складає 4,95% площі України. Серед них 4 біосферних і 17 природних заповідники, 19 національних парків, 2734 заказники, 3104 пам'ятки природи, 48 дендрологічних парків, 535 парків-пам'яток садово-паркового мистецтва, 26 ботанічних садів, 12 зоологічних парків, 49 регіональних ландшафтних парків, 798 заповідних урочищ [6, с.38].

Водні ресурси – це моря, великі та малі ріки, озера, штучні водоймища [7, с.11]. Водні ресурси області представлені близько 120 річками, 60 озерами, а також водосховищами та ставками. Головною водною артерією області є Сіверський Донець, в межах області довжина якого складає 265 км. Найбільшими лівими притоками є Айдар, Красна, Євсуг, Борова, Деркул, найбільшими правими є Лугань, Луганчик, Кундрюча і Велика Кам'янка. Найбільшими озерами є Борове, Ведмеже, Чернікове, Сизе, Довге, Західне та інші. На території області наявні близько 800 штучних водоймищ з водною поверхнею більше 10 тис. га – ставки та водосховища. Найбільшими є Сватівське водосховище на річці Хорино, Ісаківське на річці Білій, Штерівське на річці Міус та інші [6, с. 16-17].

Біотичні (флористичні та фауністичні) ресурси – історично складена сукупність усіх видів рослин та тварин певної території [10, с. 500, 526].

Біотичні флористичні ресурси області відрізняються надзвичайно різноманітним видовим складом і включають 1800 видів судинних рослин, що належать до більш ніж 450 родів і більш ніж 155 родин. Серед рідкісних та зникаючих видів рослин слід виділити арум видовжений, барбарис звичайний, волошка руська, катран татарський та інші. Наявні також на Луганщині рослини, які занесені до “Червоної книги України”, а саме гісоп крейдяний, гніздівка звичайна, еремур показний, ковила українська та інші [2, с. 14-15].

Біотичні фауністичні ресурси Луганської області характеризуються значною різноманітністю, а саме 374 види хребетних тварин, які об'єднуються у 88 родин і 6 класів. Фауна ссавців нараховує близько 70 видів, птахів - 280, земноводних - 9, плазунів - 12, іхтіофауна - 48 видів.

Бальнеологічні ресурси – лікувальні мінеральні води та грязі, мінеральна гірська порода озокерит, лідером серед яких є природні мінеральні води [7, с. 17]. Мінеральні води області відрізняються значною

різноманітністю. Це такі групи вод як бромні, хлоридно-натрієві, сірководневі, радонові, води без спеціальних компонентів та властивостей. Води перших трьох груп застосовуються для водних процедур, а саме ванни, душі, інгаляції, остання група для лікувально-столових цілей та пиття.

Культурно-історичними умовами організації рекреації на Луганщині є музеї, пам'ятки та пам'ятні місця, пов'язані з історичними подіями, життям і діяльністю представників науки, техніки, культури, а також унікальні архітектурні та етнографічні об'єкти. Культурно-історична спадщина налічує 6755 пам'яток археології, історії, монументального мистецтва, архітектури, серед яких 42 національного значення [3, с. 24]. В Луганській області нараховується близько 2 тисяч пам'яток архітектури та історії. Серед найбільш відомих історичних слід зазначити унікальний комплекс споруд кінних заводів, а саме Деркульського, Стрілецького, Новоолександрівського та Лимарівського, витвір зодчих XIX століття, а саме Успенська церква в Новопокровському районі, Михайло-Архангельська церква в смт Михайлівка.

Наявна на Луганщині й значна кількість пам'яток громадської війни, їх більше 140 [3, с. 32]. До найбільш видатних на території Луганська відносять пам'ятник Борцям революції, комплекс "Гостра Могила", на території області меморіал "Україна визволителям" в смт Мілове, нескорені в м. Краснодон, меморіальний комплекс "Миус-фронт" в м. Красний Луч, "Комбат" в Слов'яносербському районі.

На території Луганської області працюють 5 державних професійних театрів, а саме Луганський обласний академічний український музично-драматичний театр, Луганський обласний російський драматичний театр, Луганський обласний театр ляльок, Северодонецький міський театр драми, Луганський обласний кінний театр та Луганська обласна філармонія. Слід зазначити, що в області знаходиться 24 музеї, серед них найстаріший в Донбасі – Луганський краєзнавчий музей, який було засновано в 1920 році. Основний фонд музею налічує 134,5 тисячі одиниць збереження, а саме археологічні та нумізматичні колекції, значні етнографічні зібрання та багато іншого [9, с. 2] Луганщина пов'язана з життям і діяльністю багатьох відомих людей – видатних діячів культури і мистецтва, а саме Даля В.І., Грінченка Б.Д., Тітова В.А., Горбачова Б.Л, Мухіна В.І та іншими. Можливість ознайомитись з творчістю митців пропонують наступні екскурсії, а саме "Всім смертям на зло", "Третя рота" Володимира Сосюри" та інші.

Вражає Луганщина й своїми фестивалями, а саме фестиваль національних культур "Мій дім, моя родина Луганщина і Україна ", міжнародний фестиваль мистецтв "Слобожанський спас", обласний фестиваль національно-етнічних культур "Сузір'я злагоди" та інші [9, с. 5-9].

Однією зі складових *соціально-економічних* умов організації рекреаційної діяльності є інфраструктура, а саме наявність санаторіїв, готелів та закладів відпочинку. Динаміка останніх трьох років свідчить про збільшення кількості готелів з 56 в 2005 році до 83 у 2007 році, в яких було збільшення кількості обслугованих туристів з 75,4 тисяч осіб до 86,1 тисячі осіб; а також збільшення кількості санаторіїв та закладів відпочинку з 82 у

2005 році до 100 в 2007 році, в яких збільшилась кількість відпочиваючих з 56,6 тисяч осіб у 2005 році до 57,9 тисяч осіб у 2007 році відповідно. Отже вищевказаний рекреаційний потенціал, яким володіє Луганщина сприяє розвитку рекреаційної діяльності та туризму і цьому є підтвердження, а саме збільшення кількості туристів з 48,8 тисяч осіб у 2005 році до 69 тисячі осіб у 2007 році [1, с. 334-337].

До соціально-економічних умов слід віднести також наявність розвинутої транспортної мережі, засобів комунікації, освітнього та наукового потенціалу, проводимої туристичної політики (в 2002 році була прийнята “Програма розвитку туризму в Луганській області на 2002-2010 роки”); розвиток торгівлі, будівництва, сільського господарства, виробничої сфери. Все це є необхідними соціально-економічними умовами розвитку рекреації та туризму на Луганщині.

Висновок. На основі вищевказаного можна зробити висновок, що Луганська область володіє необхідним рекреаційним потенціалом для організації рекреаційної діяльності, а саме природним, історико-культурним та соціально-економічним, а тому зазначимо, що туристично-рекреаційний бізнес на Луганщині може стати важливим компонентом господарського комплексу та вигідним джерелом валютних надходжень.

1. Державний комітет статистики України. Головне управління статистики у Луганській області. Статистичний щорічник Луганської області за 2007 рік. – Луганськ, 2008 рік. 2. Луганська область. Атлас. ДНВП “Картографія”, К.: - 2004. – 33 с. 3. Луганщина-пісня моя. Буклет. – Луганськ, 2007 4. Масляк П.О. Рекреаційна географія: навч. посібник. / П.О. Масляк. – К.: Знання, 2008. – 343 с. 5. Мельник І.Г. Рекреаційна географія: Методичні вказівки для самостійної роботи студентів спеціальностей “Туризм” і “Готельне господарство”. – Луганськ: Альма-матер, 2007. – 72 с. 6. Природно-заповідний фонд Луганської області // О.А. Арапов (заг. ред.), Т.В. Сова, В.Б. Ференц, О.Ю. Іванченко. Довідник. – 2-е вид., доп. І перероб. – Луганськ: ВАТ «ЛОД», 2008. – 168 с. 7. Рекреационная деятельность в Украине. Оздоровление. Отдых. Туризм. Словарь-справочник. – Луганськ: “Книжный світ”, 2004. – 272 с. 8. Стафійчук В.І. Рекреологія. Навчальний посібник. – К.: - 2006. – 264 с. 9. Туристичний довідник “Моя Луганщина”. – 2006. 10. Український Радянський Енциклопедичний Словник: в 3-х т. / Редкол.: ... А.В.Кудрицький (відп. ред) та ін. – 2-е вид. - К.: Голов. Ред. УРЕ, 1987. - 736 с. 11. Цибух В.І. Фінансово-економічні важелі розвитку туризму в Україні // Україна на порозі ХХІ століття: Уроки реформ та стратегія розвитку: Матеріали наукової конференції. – К.: НТУУ КПІ. – 2001. – с. 332-334.

УДК 338.48:75.81:379.85 (477)

Бейдик О.О., Майборода Н.В.

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

АРХІТЕКТУРНО-ІСТОРИЧНІ РЕКРЕАЦІЙНО-ТУРИСТСЬКІ РЕСУРСИ (НА ПРИКЛАДІ НЕКРОПОЛІВ УКРАЇНИ)

Висвітлена роль некрополів як важливої складової туристських ресурсів. Проведений аналіз ретроспективи, територіального поширення, функціональної структури некрополів України. Наведені картографічні моделі функціональної структури та конфесійної приналежності некрополів України.

The role of necropolises as an important component of tourist resource is observed. The analysis of retrospection, territorial dissemination, and functional structure of necropolises in Ukraine has been carried out.

Стан питання та актуальність дослідження. Світова та європейська практика свідчить про те, що некрополі були і залишаються популярним напрямом туристських маршрутів (це підтверджують статистичні дані відвідування світових, європейських, національних цвинтарів – Пер-Лашез, Монмартр, Сен-Женев'єв-де-Буа, Батіньоль, Грінвуд, Мемфіс, Гіза, Луксор, Тадж-Махал, Арлінгтонський, Хайгетський, Новодівочий та ін.). Некрополі виступають об'єктивними літописними свідченнями історії певної території, нації, періоду. Ритуали поховання і пам'ять про предків, що часто мають просторову складову, лежать в основі географічно обумовленого феномена культури будь-якого народу. Це свідчить про територіальний розподіл поховань померлих, що є підґрунтям становлення нового науково-практичного напрямку – географії некрополів.

Наукова новизна дослідження витікає з самої постановки проблеми, її змісту. Вона визначається недостатнім вивченням і висвітленням у науковій літературі соціальних аспектів організації та використання некрополів, уявлення про некрополь як феномен культурної спадщини, що є передумовою більш активного залучення цих ресурсів у туристську сферу.

Об'єкт дослідження – некрополі – комплекс поховань і надгробних пам'ятників на спеціально відведеній території (кладовища, цвинтарі, Лаври, церкви, площі і парки міст) як специфічна складова архітектурно-історичних рекреаційно-туристських ресурсів.

Мета роботи – аналіз ретроспективи, територіального поширення, функціональної структури, картографування некрополів України.

Виклад основного матеріалу. Некрополь (від грец. nekros – мертвий, polis – місто) – «місто мертвих», могильник, цвинтар або місце великої кількості поховань (наприклад, комплекс поховань античного чи стародавнього світу [4]) або сукупність кладовищ, мавзолеїв, братських могил та інших видів поховань [3].

Використання некрополів є перспективним для туризму. В іноземній літературі феномен відвідування некрокомплексів характеризується терміном «Dark tourism» («похмурий туризм») або «Grief tourism» («сумний туризм») [6]. Проф. Д.Леннон (університеті Глазго), співавтор «Dark Tourism – The attraction of death and disaster (Continuum)» зазначає, що термін увійшов до навчального плану спеціалізації туризму університету Глазго, щоб відобразити зростаючий попит на туристські атракції, такі як, наприклад, Ground Zero та інші місця, пов'язані з похованнями, війною, геноцидом, терористичним актом, іншими трагічними подіями [5]. Багато цвинтарів давно входять в обов'язкову програму туристських маршрутів [8]. Серед меморіальних маршрутів – цвинтарі Пер-Лашез, Монмартр, Сен-Женев'єв-де-Буа, Батіньоль, (Париж, Франція), базиліка Санта Кроче (Флоренція, Італія), Арлінгтонський національний цвинтар (США), Грінвуд (Нью-Йорк, США), Олександр-Невська Лавра (Санкт-Петербург, Росія), Гласневін (Дублін, Ірландія).

Некрополі являють собою історичну автентичну складову (чим давніший об'єкт, тим більша його хронологічна вага), біосоціальну та

архітектурну цінність, яка пов'язана з періодом виникнення некрополю та пануючими на той час традиціями та нормами [1].

Національний некрополь – сукупність людських поховань на кладовищах, цвинтарях, церквах, парках за всі часи в контурах сучасної України [3].

Найдавніші поховання на території України належать до періоду пізнього палеоліту (поховання поблизу Кирилівської стоянки, Київ). Досліджені археологічні та інші кладовища (могильники) попередників давніх слов'ян – носіїв зарубинецької культури (III ст. до н.е. – I–II ст. н.е.), сотні давніх (III ст. до н.е. – I тис. н.е.) курганных поховань (кургани на Кирилівських висотах, Софіївській площі). Багато з курганів залишилися недослідженими археологами через їхнє масове знищення в другій половині XIX ст., коли почали стрімко розбудовуватися міста (найбільшим курганным некрополем на околицях Києва є могильник Китаївського городища, а на території між сучасними вулицями Прорізною та Б. Хмельницького існував великий язичницький курганный могильник, де ховали впродовж кількох століть).

Із запровадженням християнства в Києві швидко зростають монастирі та храми, у яких здійснювалися поховання і навколо яких починають з'являтися цвинтарі. Князів ховають у саркофагах у храмах (саркофаги Ольги та Володимира у Десятинній церкві, Ярослава Мудрого і Володимира Мономаха у Софійському соборі, Юрія Довгорукого у церкві Спаса на Берестові) у спеціальних нішах – аркасоліях. Останній притулок у храмах знаходять й видатні церковні діячі (в Успенському соборі Києво-Печерської лаври був похований Феодосій Печерський, в Десятинній церкві – перший київський митрополит Михайло). Усипальницями стали Михайлівський Золотоверхий собор і Троїцька Кирилівська церква [2].

У XIX ст. були засновані Байковий, Лук'янівський, Солом'янський, Звіринецький цвинтарі, після 1917 р. – Лук'янівський військовий, Берковецький, Лісовий цвинтарі, отримали статус меморіалів місця масових розстрілів та поховань – Бабин Яр, Биківня, а Щекавицький, Аскольдова могила, Лук'янівський єврейський цвинтар, на жаль, не збереглися. Зараз в Україні діють як історико-меморіальні музеї-заповідники Личаківський (Львів), Лук'янівський, Байковий (Київ) цвинтарі.

Загальна кількість найвизначніших некрокомплексів України, в яку входять найбільш значимі з точки зору історичної та архітектурної цінності цвинтарі, мавзолеї, усипальниці, кенотафи (братські могили та меморіальні комплекси), кургани, згідно Державного реєстру нерухомих пам'яток України [7] складає 362 одиниці. Найбільше нараховують курганів та могильників (як скіфського походження так і періоду Київської Русі) – офіційно зареєстровано 180 одиниць (загалом на території України їх нараховують декілька тисяч). Найбільше таких пам'яток виділяють у Луганській (курганный могильник Могила Мечетна, кургани Червона Поляна, Карпове-Кріпенське), Кіровоградській (кургани сіл Обланка, Добрянка, Благодатне, Гурівка, Іванівна, Роздільне), Волинській (більшість

курганів періоду Київської Русі: могильник Журавлики, Перемиль, Горзвин, Коршів, Усичі, Шепель та ін.) областях, АР Крим (Царський курган IV ст. до н.е., смт Аджимушкай, Мірмекій, могильник Німфей у Керчі). Традиція зведення надгробних пагорбів-курганів прийшла на Боспор з материкової Греції і Малої Азії. Кургани – невід’ємна частина некрополя кожного стародавнього міста Північного Причоромор’я (Царський, Юз-Оба, Мелек-Чесменський, Золотий кургани у Керчі).

Кількість кладовищ складає 104 одиниці (цінні об’єкти в історичному, архітектурному та культурному відношенні), більша частина яких припадає на Київ і Київську область (18 або 17% від загальної кількості) – Старе та Нове Байкове кладовище, Лук’янівське, Звіринецьке, Куренівське, Солом’янське та ін. В АР Крим наявні 10 цвинтарів національного значення (9% від загальної кількості по країні) – Комунарів, Братське кладовище у Севастополі, Аракс, Іософатова долина, Полікурівський пагорб.

Значна кількість кенотафів (братські могили і меморіальні комплекси) – 39 одиниць або 11 % від загальної кількості, найбільше з яких припадає на АР Крим (Братська могила жертв фашистського терору в Євпаторії, обеліск Слави (гора Мітридат у Керчі), Братська могила воїнів-учасників Севастопольської оборони, 1854–1855 рр., Меморіальний комплекс пам’яток оборони міста 1854–1855, 1941–1944 рр. «Малахів курган», Меморіальний комплекс «Сапун-гора», 1944–1979 рр. у Севастополі та ін.), Київську (Аскольдова могила, урочище Бабин Яр), 4 одиниці – Луганську (меморіальний комплекс «Борцям революції» 1936 р. у Луганську, меморіальний комплекс «Україна – визволителям», 1972 р. у смт Мілове) області.

Слід відмітити і наявність окремих могил, одиничних поховань (22 одиниця), найбільша частина яких припадає на АР Крим (5), Миколаївську (3), Черкаську (2), Чернігівську (2) області (гробниці «Дюрбе Діляри Бикеч», «Дюрбе Великий восьмигранник», «Старовинне Дюрбе» в Бахчисараї (АР Крим), комплекс Шевченківського національного заповідника Тарасова гора в Каневі (Черкаська обл.), могили М.М.Коцюбинського на Болдиній горі і кобзаря О.Вересая у Сокиринцях (1890 р.) в Чернігівській обл., склеп М.І.Пирогова у Вінниці, акад. О.Богомольця та державного діяча А.Іванова у Києві).

Унікальними об’єктами є усипальниці, в яких спочивають моці святих або відомих людей: у Києві таких місць 6 (моці Ближніх та Дальніх печер Києво-Печерської Лаври, Володимирського собору, Софіївського, Златоверхо-Михайлівського та Видубицького монастирів), у Чернігівській області – усипальниця Л.Глібова на Болдиній горі в монастирі Святої Трійці, Тернопільській – усипальниця при Почаївському монастирі, в АР Крим – усипальниця адміралів М.Лазарєва, П.Нахімова, В.Істоміна, В.Корнілова (Володимирський собор, м. Севастополь).

На території України розміщено 5 мавзолеїв (АР Крим – мавзолей Чуфут-Кале у Бахчисараї, Вінницька область – каплиця-мавзолей Маньковських у Хмільницькому районі, мавзолей-церква генерал-лейтенанта

М.П.Ігнат'єва (1910 р.) у с. Круподеринці Погребищенського район, Одеська область – мавзолей генерала І.М.Інзова (1833 р.) у Болграді, Рівненська область – Георгіївська церква з храмом-мавзолеєм (1914 р.) у Рівному) (рис. 1).

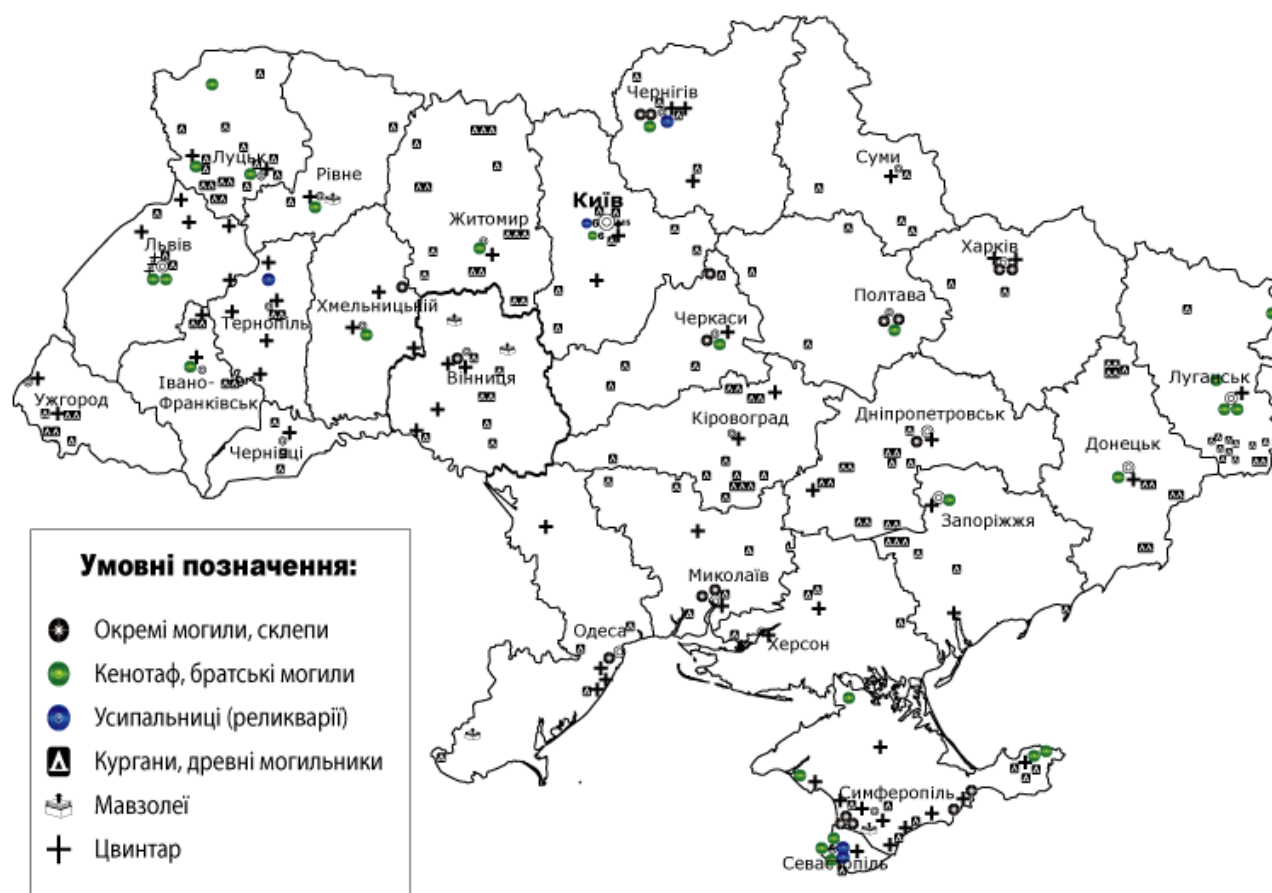


Рис. 1. Функціональна структура найвизначніших некрокомплексів України

За ієрархією виділяється три групи некрокомплексів: світовий, європейський (континентальний), національний. Світовий – найбільш авторитетний рівень, що включає об'єкти всесвітнього визнання та значення (об'єкти ЮНЕСКО), до яких відносяться комплекси Києво-Печерського історико-культурного заповідника та Софійський собор, що офіційно увійшли до списку Всесвітньої спадщини у 1990 р. До європейського рівня відносяться Личаківський цвинтар (Львів), Видубицький монастир, Лук'янівське та Байкове кладовища (Київ), історико-культурний заповідник «Могила Т.Г.Шевченка» на Тарасовій (Чернечій) горі в Каневі (Черкаська обл.), Почаївська Лавра (Тернопільська обл.) та в перспективі – Мєргелева гряда (Луганська обл.). Інші об'єкти, вказані в Державному реєстрі, мають національний рівень.

У церковному ландшафті України умовно виділяється 4 конфесійні складові: християнство, іслам, іудаїзм, язичництво. Остання – найбільш поширена, це – скіфські могильники та кургани з часів неоліту до впровадження Християнства (X ст.) (176 одиниць) (рис. 2).

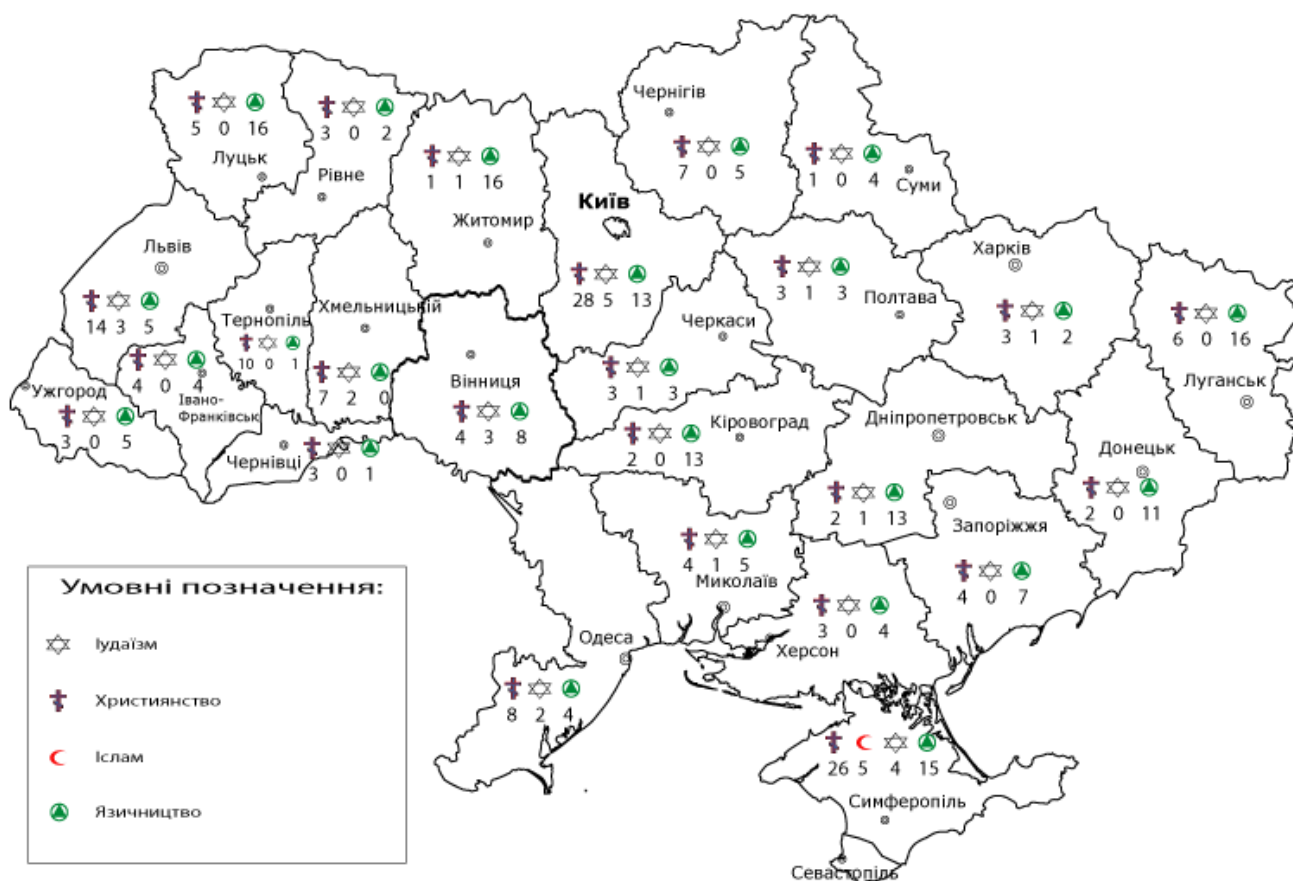


Рис. 2. Кількість некрополів за конфесійною приналежністю в Україні

Християнські некрокомплекси складають близько 43% загальної кількості (156 одиниць) і найбільш поширені в Київській області (28), АР Крим (26), Львівській (14), Тернопільській (10) областях.

Найменша частка некрополів припадає на ісламську складову – 5 одиниць (всі – в Криму). Це історично пояснюється зосередженням мусульманських громад переважно в Бахчисараї (гробниця «Дюрбе Діляри Бикеч», 1764 р. – Ханський палац, гробниці «Дюрбе Великий восьмигранник» XVI ст. і «Дюрбе Малий восьмигранник» XV–XVI ст. – с. Підгородне, гробниці «Дюрбе Кубоподібне» і «Мембер», гробниця «Старовинне Дюрбе» XIV ст.).

Налічується 25 об'єктів іудаїзму, які розміщені в 12 регіонах (найбільше їх в Київській обл. – 5, найменше – Дніпропетровській, Житомирській, Миколаївській, Полтавській, Харківській, Черкаській, Волинській, Донецькій, Закарпатській, Запорізькій, Івано-Франківській, Кіровоградській областях). До найвизначніших некрокомплексів іудаїзму слід віднести Єврейський некрополь (могила Бааль-Шем-Това, одного з засновників хасидизму – XVI–XIX ст.) у смт Меджибіж Летичівського району Хмельницької обл., могила Рабі Лахмана – правнука засновника хасидського руху Бааль-Шем-Това в Умані, кіркут у м. Белз, с. Лешнів (Львівська обл.), Старий єврейський цвинтар у Львові (один із найдавніших у Східній Європі, що разом із залишками стін Високого Замку та церквою святого Миколи є однією із небагатьох пам'яток князівських часів у Львові,

де тривалий час ховали євреїв з усією Галичини), єврейське кладовище на Байковому та Лук'янівському цвинтарях у Києві та ін.

Аналіз взаємозв'язку між кількістю архітектурно-історичних пам'яток і кількістю некрополів показує значну частку останніх у Луганській, Донецькій, Кіровоградській, Запорізькій областях (у Луганській обл. вона складає 50%) (рис. 3).



Рис. 3. Частка некрополів у загальній кількості архітектурно-історичних ресурсів регіонів України

Таким чином, викладене дозволяє зробити наступні **висновки**.

1. Некрополі – ці своєрідні індикатори історичного розвитку суспільства – є специфічною складовою архітектурно-історичних туристсько-рекреаційних ресурсів, що широко використовується в туристській практиці як у розвинених країнах Європи, так і в нашій державі.

2. На основі вивчення монографічних джерел, використання ресурсів Інтернет, матеріалів установ та організацій, зарубіжних публікацій було висвітлено сучасну картину територіального розміщення найцінніших національних некрополів та історичні передумови їх розвитку та розмаїття.

3. Зростаюча зацікавленість у вивченні та відвідуванні некрополів як складової історичної та культурної спадщини свідчить про формування нового паростка географічної науки – географії некрополів. Вивчення некрополів України та створення відповідного турпродукту (екскурсійні програми, що передбачають відвідування Личаківського, Лук'янівського, Байкового, Звіринецького кладовищ, Києво-Печерської Лаври, Видубицького монастиря) є суттєвим чинником піднесення духовності нації, зростання її свідомості.

4. Задекларовано новий підхід стосовно дослідження некрополів як специфічної складової рекреаційно-туристського поля і суттєвого

екскурсійно-пізнавального, історико-архітектурного, національно-патріотичного, духовно-виховного туристського ресурсу.

1.Бейдик О.О. Рекреаційно-туристські ресурси України: методологія та методика аналізу, термінологія, районування. – К.: ВПЦ «Київський університет», 2001. – 395 с. 2.Кальницький М.Б., Малаков Д.В., Юркова О.В. Нариси з історії Києва. –К.; Генеза, 2002. – 384 с. 3.Проценко Л.А. Історія Київського некрополя. – К.: Укрбланквідав, 1995. – 412 с. 4.Encyclopaedia Britannica – a dictionary of arts, sciences, literature and general information, Eleventh Edition Handy Volume Edition, 29 VOLUME SET (Hardcover) Publisher: Oxford University Press; 11th edition (1911). 5.Lennon J., Foley M. Dark Tourism. – Glasgow: Thomson Learning, 2001. 6.http://en.wikipedia.org/wiki/Dark_tourism 7.<http://www.heritage.com.ua/reestry> 8.<http://www.u7tv.ru>

УДК 911.3:796.5 (477)

Пацюк В. С., асист.
Криворізький державний педагогічний університет
geograf_kdpu@mail.ru

ІНДУСТРІАЛЬНИЙ ТУРИЗМ ТА ЙОГО ОСОБЛИВОСТІ

У статті розглянутий зміст та структура індустріального туризму. Розкритол особливості його становлення в промислових регіонах. Аналізуються перспективи подальшого розвитку даної проблеми.

The maintenance and features of industrial tourism are considered in the article. It contains main moments and specific qualities of the world experience of tourism. The perspectivs of development of problem are analysed.

Постановка проблеми. Аналізуючи останні глобальні тенденції, можна не сумніватися, що справдиться прогноз ВТО стосовно того, що ХХІ ст. стане сторіччям туризму. Адже ця галузь розвивається гіпершвидкими темпами, туристичними послугами користуються мільйони людей, що, в свою чергу, приносить мільярдні прибутки.

У сучасному світі спостерігається зміщення масового туристичного інтересу від звичайних відпочинкових поїздок до змістовніших, пізнавальніших подорожей. На зміну концепції трьох “S” (“Sun-Sea-Sand”) сонце, море, пісок - прийшла концепція трьох “L” (“Landscape-Lore-Leisure”) – пейзажі, традиції, дозвілля. [5, с.11]. Ми ж вважаємо, що новим кроком в туризмі буде поступова заміна концепції трьох “L” концепцією трьох “E” (“Ekstrym, Exotic, Energy”), адже туристична мода піднімає на пік популярності подорожі до територій, які ніколи не розцінювались як перспективні у туристичному відношенні. Одним з основних віянь епохи є те, що підвищений інтерес нині почали викликати екологічний, сільський, науковий, конгресний, освітній, діловий, що об’єднані спільним поняттям «альтернативний туризм». До цієї когорти можна також включити індустріальний туризм, розвиток якого є актуальним для нашої країни та особливо її промислових регіонів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Підґрунтям для теоретичного обґрунтування розвитку індустріального туризму стали праці представників так званої постнекласичної методології – Тютюнника Ю.Г.,

Денисика Г.І., Снитко В.А., Казакова В.Л., в яких обґрунтовується можливість та необхідність охорони та заповідання антропогенних ландшафтів, оцінення їх як пам'яток індустриальної культури та використання в якості туристичних об'єктів. Рекреаційне значення промислових зон розкрито в дисертаційній роботі Окушко Я.Г. «Еколого-географічний аналіз рекреаційного використання території старопромислового району (на прикладі Донецької області)». Систематичні погляди щодо виділення індустриального туризму з'являються лише в останні роки. Теоретичні особливості становлення індустриального туризму в багатьох своїх працях розглядає Казакова Т.А., яка, щоправда, користується спорідненим поняттям «техногенний туризм», звертаючи увагу на те, що сутнісною компонентою його є відвідування підприємств, що працюють та розглядаючи його як різновид техногенного туризму [3, с.92].

Мета дослідження - розкрити сутність індустриального туризму, проаналізувати особливості його становлення, оцінити перспективи його розвитку, конкретизувати напрями його реалізації та відповідно дати орієнтовну оцінку ресурсним можливостям цього виду в нашій країні.

Основні результати дослідження. Початок історії індустриального туризму ведеться від піонерних наукових розвідок по вивченню старих і закинутих ще в 50-х рр. ХХ ст. заводів, фабрик, шахт Західної Європи, які отримали назву пам'яток індустриальної епохи. Фундатором таких наукових досліджень був італійський історик мистецтва Е. Батістес [3, с.92].

Виробничі екскурсії мали місце ще в 30-х рр. ХХ ст., але всі вони носили епізодичний характер. Так відомо, що першим підприємством, що допустило до себе перших туристів в 1930 р. була компанія «Пежо» в м. Сошо (Франція). І тільки на початку 80-х рр. ХХ ст. в західноєвропейському туруперейтингу з'являються перші організовані тури на промислові об'єкти [7, с.120].

Що ж стосується самого визначення поняття «індустріальний туризм», то як свідчить аналіз наявних джерел інформації, єдиного розуміння його змісту на сьогоднішній день немає. Поряд з поняттям «індустріальний туризм» використовуються близькі до нього «промисловий туризм», «техногенний туризм», «виробничий туризм», «політехнічний туризм». Орієнтуючись на визначення, яке у 1993 р. дала статистична комісія ООН стосовно того, що туризм - це діяльність осіб, що подорожують і здійснюють перебування в місцях, які знаходяться за межами їхнього звичайного середовища в період до одного року з метою відпочинку, з діловими й іншими цілями, ми спробували сформулювати дефініцію «індустріальний туризм». За нашим визначенням *індустріальний туризм* - це вид активного туризму, зосередженого в промислових регіонах, що має за мету споглядання індустриальних ландшафтів, ознайомлення з витворами індустриальної архітектури, відвідування працюючих або покинутих виробничих

підприємств з метою задоволення пізнавальних, професійних, ділових інтересів.

В той же час, індустріальні ландшафти – це ландшафти, що виникли на індустріальному етапі історії і несуть всю суму науково-технічних досягнень та інженерних рішень свого часу, структурно-функціональних особливостей технологічних циклів та їх територіальної організації, градобудівник знахідок при територіальному «компонуванні» промислових зон та архітектурних підрахунків при спорудженні заводів, фабрик та шахт, тобто всю суму того, що можна назвати індустріальною культурою [6, с.20].

За підкласами промислових ландшафтів запропоновано виділяти гірничо-промислові та фабрично-заводські ландшафти [2, с.228]. Аналогічну класифікацію можна застосувати і туризму. Таким чином, підвидами індустріального туризму є гірничо-промисловий та фабрично-заводський.

Об'єкти індустріального туризму – тіла та явища видобувної та переробної промисловості, що відображають, відтворюють, імітують розвиток ландшафту, пов'язаного з промисловою діяльністю людини та мають ту чи іншу пізнавальну цінність. [2, с.229].

За походженням об'єкти індустріального туризму доволі різноманітні, але основоположне значення мають: промислові будівлі та споруди; техногенні форми рельєфу; машинне устаткування. В той же час об'єктами індустріального туризму можуть бути лише ті, які являють собою техногенну цінність, є надбанням індустріальної цивілізації, до того ж всі ці об'єкти повинні бути безпосередньо включені до процесу виробництва.

Виникненню індустріального туризму сприяло декілька тенденцій.

По-перше, туризм перетворився в одну з найбільших галузей світової економіки. Зважаючи на це, багато країн світу своїм стратегічним завданням вважають розвиток туристичної сфери з метою зайняття певної ніші на міжнародному ринку туристичних послуг. Тому зусилля фахівців спрямовано на створення оригінального туристичного продукту, розробку ексклюзивних турів, впровадження нестандартних пропозицій, що спроможні задовольнити найвибагливіші запити всіх вікових, соціальних та професійних верств населення.

По-друге, до туристичної діяльності прагнуть залучити нові простори та нові об'єкти, які, в свою чергу, можуть бути тематично спрямованими. На цій хвилі виникає індустріальний туризм. До того ж, один з корифеїв вивчення туристичної галузі В.О. Квартальнов відзначає, що «...уровень індустріального розвитку регіона является серьезным мотивом для определенной категории туристов, особенно иностранных, что интересуются состоянием экономики другой страны, промышленностью, продукцией, что производится, и тому подобное. Так называемые индустриальные туры - прекрасный способ расширить соответствующий сегмент туристического рынка. Необходимо способствовать организации и проведению специализированных туров на заводы, фабрики, промышленные и другие объекты» [4, с.191].

По-третє, відбулася зміна орієнтирів в мотивах туристів. Розбалувана враженнями заможна публіка наситилася цивільними краєвидами, спокійним, розміреним відпочинком. На противагу традиційному пляжно-готельному відпочинку зріс попит на тури активно-пізнавальної спрямованості.

Так на перетині дуже актуальних природоохоронних, економічних та соціальних проблем виникла сучасна концепція індустріального туризму як одного з найважливіших інструментів збалансованого розвитку промислових територій.

Розвиток індустріального туризму сприяє диверсифікації напрямків розвитку промислового регіону, інвестиційному розвитку даних територій, оскільки доходи від надання послуг туристам стають додатковим джерелом надходжень.

Слід також зазначити, що основна ідея індустріального туризму – подолання негативного ставлення до промислових міст, ознайомлення людей з надбаннями індустріальної епохи, показ кращих творінь індустріальної цивілізації.

Саме тому, доцільним є визначення понять «індустріально-туристичні ресурси» та «індустріально-туристичний потенціал».

Індустріально-туристичні ресурси - це об'єкти та явища антропогенного чи техногенного походження, які мають ґносеологічну цінність та включають в себе специфічні риси індустріальної стадії розвитку, а також можуть бути використані з туристичною метою.

Індустріально-туристичний потенціал - це сукупність гірничо-промислових та фабрично-заводських об'єктів і ландшафтів, атрактивні параметри яких є чи в перспективі можуть стати передумовами організації туризму на певній території.

Аналіз досвіду організації туризму в індустріальних регіонах дає можливість визначити орієнтири, за якими розподілені інтереси туристів, що вивчають індустріальну спадщину:

1. Знайомство з об'єктами промислової археології.
2. Знайомство з історією розвитку певної продукції.
3. Знайомство з технологічним процесом на промислових підприємствах.
4. Відвідування музеїв науки та техніки.
5. Безпосередня участь в процесі створення певної продукції.

Основна мета індустріального туризму - гармонізація відносин між економічною вигодою, що отримують від туризму, безпекою на промислових об'єктах, що використовуються з екскурсійно-туристичною метою, і задоволенням пізнавальних потреб людей.

Серед причин того, чому індустріальний туризм є одним із перспективних напрямків розвитку в'їзного туризму в промислових регіонах, виділяються зовнішні і внутрішні.

Основна зовнішня причина, що формує думку споживача, - це наявність потужного потенціалу індустріальної спадщини. Ресурси індустріального туризму - це величезна територія, зайнята набором

індустріальних компонентів, які формують індустріальні ландшафти. Внутрішні причини, що визначили орієнтацію на індустріальний туризм - це можливість збільшувати в'їзний туристський потік в умовах слабо розвиненої туристичної інфраструктури за відсутності сервісу міжнародного рівня та відповідне виведення даної індустрії на більш високий щабель.

Користуючись класифікацією видів туризму, розробленою М.П. Крачило [1, с.19-23], ми спробували визначити місце індустріального туризму в цьому комплексі. Так, *за характером туристичних потоків* він може бути як внутрішнім так і іноземним. *За характером організації* індустріальний туризм є, як правило, організованим, так як не всім бажаючим дозволено входити на територію виробничих установ. *За кількістю учасників* він переважно є груповим. *За строками та тривалістю* перебування в подорожі може бути як короткостроковим так і довгостроковим. *За інтенсивністю туристичних потоків* індустріальний туризм може бути постійним (відвідування об'єктів фабрично-заводського типу) та сезонний (відвідування об'єктів гірничо-видобувного типу). *За віком учасників* він буває молодіжним та туризмом дорослих людей.

В індустріальному туризмі можна виділити підвиди: індустріально-пізнавальний, індустріально-діловий, індустріально-пригодницький, індустріально-навчальний, індустріально-екстремальний.

Різниця у мотивації людей до подорожей зумовлює орієнтацію індустріального туризму у таких напрямках: *навчальний* – в першу чергу стосується студентів політехнічних ВУЗів, що отримані під час навчання ландшафтно-техногенні образи та уявлення конкретизують на практиці; *науковий* – розрахований на фахівців, що займаються вивченням та покращення процесу виробництва; *професійний* – обмін досвідом працівників різних підприємств та їх структурних одиниць; *діловий* – відвідування підприємств з метою укладання договорів купівлі-продажу машинного устаткування, патентування певних технологічних процесів; *спортивний* – проведення різноманітних змагань на антропогеннозмінених ландшафтах; *екстремальний* – відвідування промислових ландшафтів з метою отримання гострих вражень; *екологічний* – ознайомлення з негативним впливом людини на гідрологічні, орографічні та аеросистеми; *пізнавальний* - відвідування підприємств-гігантів та унікальних промислових ландшафтів і спостереження за процесами виробництва на них; *соціальний* – формування позитивного ставлення до об'єктів індустріальної культури; *економічний* – отримання доходів від відвідування туристами промислових ландшафтів.

Індустріальний туризм, хоча й не посідає домінуючих місць на світовому туристичному ринку, проте за кордоном уже чітко зайняв певну нішу на туристичному ринку. В нашій країні лише почалося усвідомлення його виключного значення. Питаннями його розвитку почалися цікавитися в Донецькій, Луганській, Дніпропетровській та Миколаївській областях. Додатковими стимулами розвитку індустріального туризму в Україні є те, що володіє цілим рядом унікальних всесвітньовідомих промислових підприємств, таких як «Міттал Стіл Кривий Ріг», Дніпрогес і

«Запоріжсталь», «Південмаш» та завод ім. Петровського у Дніпропетровську, Харківський «Турбоатом» тощо, де при раціональному та ефективному спрямуванні фінансових ресурсів та інноваційних розробок, цілком ймовірно сподіватися на активізацію туристичних потоків.

Висновки. Отже, індустріальний туризм має всі перспективи, для того, щоб зайняти певний сегмент туристичного ринку України, плацдармом для цього є потужний промисловий осередок.

Завдання географічної науки у реалізації ідеї розвитку індустріального туризму вбачаємо в обґрунтуванні його основних концептуальних положень, з'ясуванні туристичного потенціалу індустріальних регіонів, розробці конструктивно-географічних пропозицій щодо стимулювання розвитку туризму в промислових центрах.

1. География туризма / Н.П. Крачило. – К.: Вища шк., Головное изд-во, 1987. – 208 с. 2. Казаков В.Л., Казакова Т.А., Завальнюк О.Й. Техногенный туризм у системі природокористування // Екологія і раціональне природокористування: Збірник наукових праць Сумського державного педагогічного університету ім. А.С.Макаренка. – 2006. – 244 с. 3. Казакова Т.А. До питання про зміст поняття «техногенний туризм» // Географічні дослідження Кривбасу. Фізична географія, економічна і соціальна географія, геоекологія, історія географічних досліджень: Матеріали кафедральних науково-дослідних тем. Випуск 2. – Кривий ріг: КДПУ, 2007. – С. 91 – 96. 4. Квартальнов В.А. Туризм: Учебник. – М.: Финанси и статистика, 2003. – 320 с. Рутинський М.Й., Зінько Ю.В. Сільський туризм: Навч. посіб. – К.: Знання, 2006. – 271 с. 5. Тютюник Ю.Г. Охрана и заповедание индустриальных ландшафтов // География и природные ресурсы. – 2006. – №2. 6. Чумаков В. Сборочный цех впечатлений // Вокруг света. – 2007. – №11. – С. 116 – 126.

УДК 911.3

Січук Д. Г., студент IV курсу
Київський національний університет імені Тараса Шевченка
denus_1313@mail.ru

ГЕОГРАФІЯ ВИННОГО ТУРИЗМУ

Винний туризм сформувався ще в XX столітті в Італії і займає важливе місце в туристичній інфраструктурі і по сьогоднішній день. Цей вид туризму відзначається досить широким ареалом розповсюдження (Італія, Франція, Болгарія, Грузія, Німеччина, Румунія тощо), багатогранністю виноробних традицій, великою різноманітністю винних свят та фестивалів, індивідуальним підходом до туриста та його смакових вподобань. Досліджуючи винні традиції та смакові якості вина, туристи паралельно вивчають історію, культуру, визначні місця певної території.

Wine tourism was formed as early as 20 age in Italy and occupies an important place in a tourist infrastructure and for today. This type of tourism is marked the wide enough natural habitat of distribution (Italy, France, Bulgaria, Georgia, Germany, Romania, and others like that), many-sided nature of vine making traditions, large variety of winy holidays and festivals, individual going near a tourist and his taste. Probing wine traditions and taste qualities of wine, tourists study history, culture, prominent places of certain territory parallel.

Метою даної роботи є дослідження та вивчення географії винного туризму.

Дана тема на сьогоднішній день є **актуальною**, оскільки з кожним роком все більше людей цікавляться гастрономічним туризмом і відпочивають спеціалізовано.

Завдання роботи: 1.Вивчення географії винного туризму. 2.Ознайомлення з особливостями винного туризму. 3.Ознайомлення з географією винних свят та фестивалів. Визначення перспектив розвитку винного туризму.

Гастрономічна подорож—це подорож, за допомогою якої турист може намалювати своє уявлення про ту або іншу країну. Їжа відкриває таємницю духу народу, допомагає зрозуміти його менталітет. Отже, гастрономічний туризм—це подорож по країнах і континентах для знайомства з особливостями місцевої кухні, кулінарними традиціями, з метою покуштувати унікальні для приїжджої людини страви або продукт. Одним з різновидів гастрономічного туризму є винний туризм [4].

Винний туризм—це спеціалізовані тури організованих груп любителів чи професіоналів у вигляді організованих поїздок у просторі і часі, що являє собою систему свят, виставок, фестивалів, «Днів відкритих дверей» тощо. Це вид туризму, завдяки якому національні особливості країни, можна оцінити і збагнути через призму смаку вина і технологію його виготовлення. Для аматорів винний туризм—це можливість весело і смачно провести час, а для професіоналів це зустріч «зі своїми» задля спілкування та підвищення кваліфікації. Винний туризм окрім своєї головної мети – надання туристам вищезазначених можливостей—одночасно продовжує туристичні сезони, оскільки винна пора як раз припадає на кінець звичайного туристичного сезону, що є дуже вигідним для багатьох країн світу [2].

Існує кілька варіантів винних турів. Насамперед—екскурсійні, у рамках яких пропонується відвідати винокурні заводи. Другий варіант розрахований на професіоналів, що працюють у ресторанному бізнесі й винній індустрії (сомельє, ресторатори, бренд-менеджери компаній-дистриб'юторів), що бажають підвищити свій рівень знань про вино. Третій варіант—гастрономічні фестивалі та свята [10].

Винний туризм широко представлений в багатьох країнах світу, зокрема Росія (Краснодарський край), Угорщина (виноробний край Бадачон, Балатонфюред-Чопак, Балатонфелвідекі, Балатонбоглари, Балатонмеллеке), Болгарія (Плевене, Південної Болгарії, Чорноморського регіону, Північному регіоні), Іспанія (бodeги Gonzalez&Byass, Williams&Humbert, Jose Estevez), Німеччина (Франкенія, Вюрцбург), Румунія (Тирнаве), Чехія (Мікулов), Франція (Бордо, Бургундія, Шампань, Шаблі,Провансу, Коньяк), Італія (Венето, Лаціо, Тоскана), Словаччина (Малокарпатська винна дорога), Словенія (Птуй, Подрав'є), Кіпр, Північна Америка (історичний виноградник Chateau Grand Traverse, виноробня Ingleside, Mexico's Guadalupe Valley, Канада-Ніагарський район), Чилі (Виноробня Коусіньо Макуль (Vina Cousino Macul), виноробня Тарапака Екс Завалу С.А. (Vina Tarapaca Ex Zavala S.A., виноробня Санта Кароліна (Vina Santa Carolina, виноробня Санта Ріта (Vina Santa Rita), виноробня Конча і Торо (Vina Concho у Toro, виноробня Ундуррага С.А. (Vina Undurraga S.A, виноробня Канепа (Vina Canepa)), Україна.

Принципи винного туризму дуже прості: куштувати вина тільки в місцях їхнього виробництва, щоб зв'язати у своїй пам'яті й уяві букет і смак напою з певною місцевістю. Не зайвим буде оцінити також технологічну культуру виробництва, особисто познайомитися з виноробами, довідатися про вікові традиції господарства. І в цьому важливу роль відіграють винні свята і фестивалі [11].

Винні події Франції: Свято вина в Бордо (кінець червня)—Бордо на берегах Гарони, Свято Божоле Нуво (третій тиждень листопада), Фестиваль винодавлення у Бургундії (середина вересня)—м.Шенов.

Винні події Швейцарії: Свято збору винограду в Невшателе (Винний фестиваль), Ярмарок вина в Цюріху – Exrovina.

Винні події Італії: День Святого Мартіна (11 листопада)—Сицилія [1].

Винні події Угорщини: січень—День святого Вікентія, лютий—Карнавал у Хандушанге, березень—Свято вина в Чонгарді, квітень—Кесег, Бадачонь, травень—Хайош, серпень—Святковий тиждень бадачоньських вин, Токайський фестиваль вин, Свято вина в Балатонфюреді, Фестиваль збору винограду в Балатонбогларі, кінець серпня—початок вересня—Сюрет, вересень—Будапештський міжнародний фестиваль вин, Фестиваль шампанського та вин у районі Будафок, Свята збору винограду в Єгері, жовтень—Святкові дні вина в лощині Мор, Світовий конгрес по гастрономії (Будапешт), листопад—"Вино Святого Мартіна"—свято молодого вина (Будапешт), Свято Святого Мартіна (Лаіошмиже), грудень—Свято молодого вина в День Святого Іоанна (Єгер), "Музика—вино—гастрономія" (Будапешт) [9].

Винні події Німеччини: Фестиваль в Ахене (3-6 серпня), Вісбаден (11-20 серпня), Майнка (25-28 серпня) [1].

Винні події Кіпру: Щорічний фестиваль вина (липень) [12]. Фестиваль вина (початок вересня)—Лімассол [5].

Винні події Іспанії: Тиждень кави—іспанського ігристого вина (з 8 по 16 жовтня)—Каталонія [1].

Винні події Чехії: Свята вина й "бурчака" (виноградний сік, що тільки-но почав бродити) (17 і 18 вересня)—місто Зноймо, Палавське свято збору винограду (10 і 12 вересня)—Микулов, Карлштейнське свято збору винограду (25 і 26 вересня)—чеський замок Карлштейн, з 17 по 19 вересня—в Мельніці, 25 вересня—в Кадані, 11 вересня—місто Стражниці [13].

На запитання «Чому винний туризм здобуває особливу актуальність?» є ряд причин і пояснень. По-перше, це прекрасний привід продовжити курортний сезон. Причому, сезон "без моря". Досвід європейських країн показує, що пік відвідувань винних маршрутів доводиться на осінь. Цьому є об'єктивні причини: час збору винограду й свята, присвячені новому виноробному сезону. По-друге, винний туризм, відомий і популярний туристичний тренд (завдяки не тільки виробникам вина, але й виробникам турпродукту).

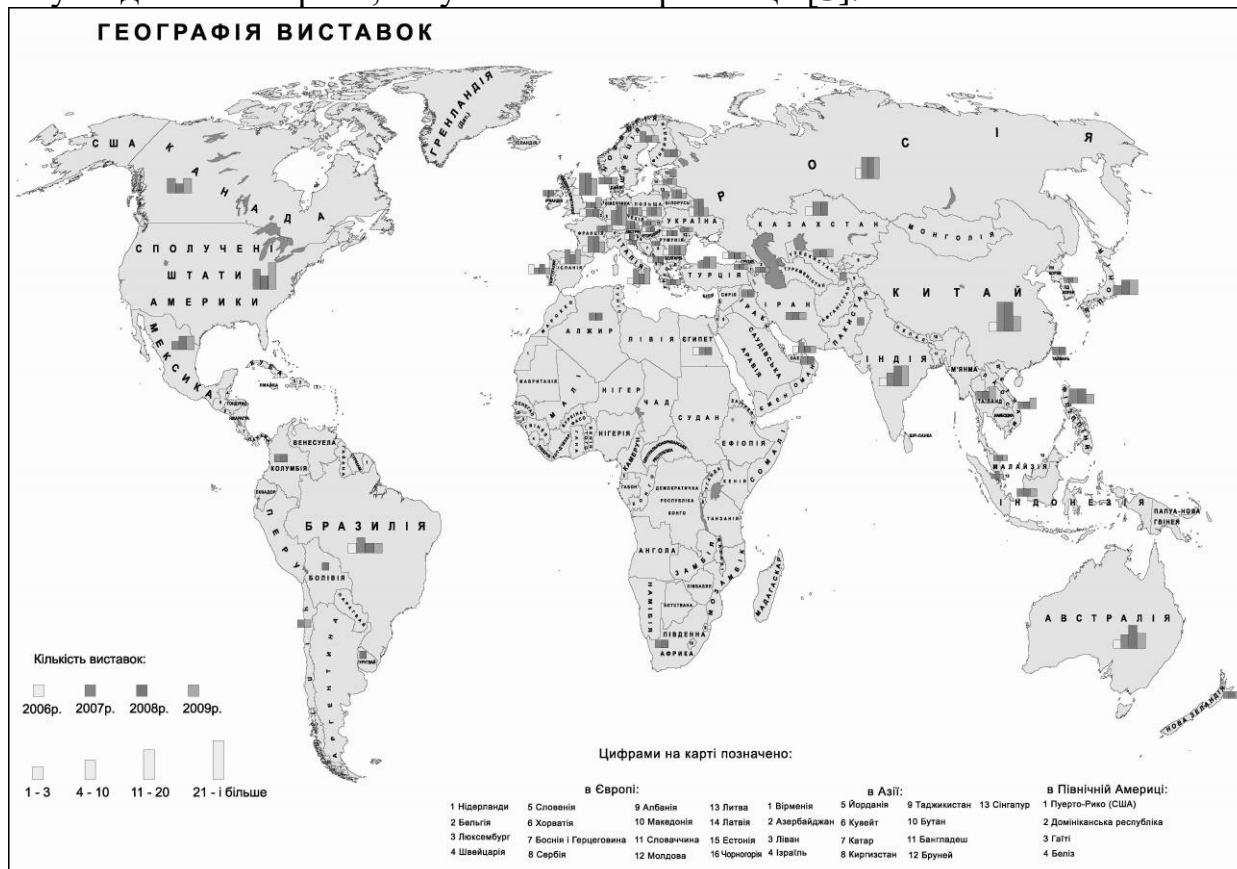


Карта №1. Географія винного туризму, винних свят і фестивалів.

По-третє, винний туризм здобуває особливу актуальність у світлі останніх прогнозів, згідно яким час, що виділяється людьми на свій відпочинок, буде скорочуватися, тому туристи будуть шукати туристський продукт, що дає максимум вражень у мінімальний відрізок часу [6]. Винний туризм щороку демонструє інтенсивний розвиток і збільшує показники попиту. Підтвердженням цьому є створення «Державних програм розвитку винного туризму» у багатьох країнах світу, створення програм «Винний шлях» тощо. Такими країнами є Польща, Болгарія, Туреччина, Грузія, Угорщина, Індія, Туніс, М'янма, Молдова [8].

Зараз здивувати туриста дуже важко. Всі туристичні фірми пропонують масу турів у будь-яку країну світу. І проглядається тенденція втомити туристів від одноманітності. Саме ця «схожість» багатьох курортів, не дивлячись на всі історичні особливості і культурний колорит, сприяє виникненню і розвитку нових форм туризму. Одним з таких видів туризму став винний туризм, що останні роки набуває все більшої популярності. В більшості своїй йдеться про ексклюзивні, індивідуальні тури на замовлення, де немає твердо встановлених маршрутів. Сьогодні, оцінюючи перспективи туризму винного, представники туристичного бізнесу говорять, що в цього напрямку сформувалося коло прибічників. Досить вузький, але вже вельми постійний. В даний час організацією винних і гастрономічних турів займаються лише деякі крупні туроператори, які впевнені в своїх силах і партнерах, адже винний тур потребує значних капіталовкладень і його може дозволити собі не кожний. В основному подібні тури роблять на індивідуальне замовлення. У такі поїздки, вирушають або нечисленною групою, або ж 1-2 людини. Дуже часто можна почути, що винний туризм—це

своєрідний VIP-туризм з точки зору професійного підходу і фінансового забезпечення. Однак винний туризм щороку демонструє інтенсивний розвиток і збільшує показники попиту. Підтвердженням цьому є створення «Державних програм розвитку винного туризму» у багатьох країнах світу, створення програм «Винний шлях», проведення численних щорічних виставок (**карта №2**), які дають можливість обмінятися досвідом, об'єктивно оцінити переваги або недоліки конкурентів, отримати або покращити свій статус гідного винороба, залучити інвесторів тощо [3].



Карта №2. Географія винних виставок

Не можна не зазначити, що Україна далеко не на останньому місці в розвитку, що є дуже важливим для національної туристичної індустрії. Щороку в Криму проводяться численні фестивалі вина та дегустаційні заходи, які залучають не тільки громадян України, але й іноземних туристів. А в Західній Україні навіть розроблено програму «Винний шлях». Тож винний туризм—це потенційний і перспективний напрямок туризму, який надає і надасть багатьом розвиненим і нерозвиненим (в галузі туризму) країнам далекоглядні можливості розвитку [7].

1. Вина и спиртные напитки Франции—<http://www.vins-france.ru> 2. Винный туристический—<http://www.winetourist.ru> 3. ЗАГРАНИЦА. Газета об емиграции, работе, учебе и отдыхе за рубежом—<http://www.zagran.kiev.ua> 4. Кулинарный Едем—рай для гурмана—<http://www.kedem.ru> 5. Мой туристический—<http://www.active.cyprus-obnovlenie.ru> 6. Отдых в Крыму—<http://restin.crimea.ua> 7. Сайт о вкусных путешествиях—<http://www.gastrotur.ru> 8. Справочно-информационный сервер WebТуризм—<http://www.webturizm.ru> 9. Туризм—<http://www.edvatour.kiev.ua> 10. Третье Тысячелетие—проекты будущего—<http://www.ttpb.ru> 11. CALEND.RU—календарь праздников—<http://www.calend.ru> 12. TourUA.com—<http://www.tourua.com> 13. Travel.ru—все о туризме и путешествиях—<http://www.travel.ru>

ІГРОВИЙ ТУРИЗМ В УКРАЇНІ

В даній статті викладено суть ігрового туризму, як інструменту приваблення заможних туристів, його вплив на стан туризму загалом та перспективи подальшого розвитку в Україні.

This article relates to gambling tourism, as an instrument of tourist attraction, its influence on a tourism market as well and development in future.

Перспективи розвитку туризму в Україні наразі є головним інструментом майбутнього для держави, адже близьиться Євро 2012, Україна починає позиціонувати себе як можливий член ООН, бере участі у різноманітних міжнародних заходах та програмах. Отже, неодмінною ланкою розвитку має стати і ігровий туризм. Це важливе наукове завдання, метою якого є покращення стану економіки країни, заохочення заможних туристів до відпочинку в нас, популяризація українських торгових марок, та прагнення іноземців до вивчення та відкриття країни для себе.

Актуальність дослідження виражена у стрімкому розвитку ігрового сегменту, а також можливість використання досвіду розвинених країн (США) у проєкції на Україну задля забезпечення прибутків та підвищення іміджу країни. Дана тема є не достатньо розкритою, тому при написанні роботи спиралася у своїх дослідженнях на опитування, статистичні щорічники, довідники тощо.

Мета дослідження – висвітлення важливості розвитку ігрового сегменту туристичного ринку та сприйняття його як повноправний вид туризму.

При виконанні було поставлено такі завдання як дослідження ігрового туризму України, розкриття його економічної вигідності, можливість розвитку такого виду туризму в майбутньому.

На азартні ігри, як і на будь-який вид продукції, існує свій попит, що коливається. У Україні він нерівномірний: одні сегменти практично насичені, інші знаходяться в стані застою. Всестороннє позиціонування і використання азарту приносить колосальні прибутки, акумулюючи мільярди доларів. Річний оборот ігрової індустрії в США — \$600 млрд. При таких величезних прибутках від гри зрозуміло, чому держави на багато що закривають очі і не втручаються у внутрішнє життя гральних міст (Лас-Вегас, Атлантик-Сіті, Ріно і ін.). Тут варто відмітити, що Гарвардський і Йельський університети побудовані на гроші від грального бізнесу. Основні сегменти індустрії азарту — казино, ігрові автомати, лотереї і тоталізатори. У різних країнах попит на них різний. Так, в Україні на відміну від США і багатьох європейських країн люди охоче відвідують казино і грають на

ігрових автоматах, проте рідко купують лотерейні квитки і з великим скепсисом відносяться до вітчизняних букмекерів, віддаючи перевагу іноземним компаніям з гарною репутацією, але меншими коефіцієнтами.

В Україні на сьогоднішній день працює близько 200 казино. В той же час, як відзначив Володимир Баланов, генеральний менеджер казино «Арена», «столиця зараз виглядає набагато цивілізованіше і різноманітніше, ніж регіони. Казино Донецька, наприклад, сильно нагадують ситуацію 1995 року в столиці: відвідувачі в більшості своїй залишають величезні суми, але при цьому повсюдно лаються, влаштовують скандали і в цілому поведуться зухвало». Оператори ринку стверджують, що в Києві, де в даний момент прибутково існують не менш ніж 100 казино, концентрація гральних будинків надмірна. [2, с. 20]. В той же час вартість ліцензії і податкові ставки в азартному бізнесі збільшуються, а тому чекати від ринку можна, по-перше, консолідації і, по-друге, якісного зростання. Вже сьогодні спостерігається активне вимирання дрібних закладів (до трьох столів) і скорочення мереж казино. Наприклад, мережа казино «Будапешт», та, що кілька років тому складалася з трьох казино і декількох філіалів, не витримавши конкуренції, вимушена була залишити тільки один, основний. На крупні ж казино (від шести столів) податкові зміни сильно не вплинуть, тоді як поліпшенням сервісу і вдосконаленням займатися доведеться ще серйозніше. Хоча відвідувача київських казино вже навіть можна назвати розпеченим, так активно за нього борються гральні будинки і клуби, пропонуючи розіграші дорогих авто і інші подарунки. Найефективніше працюють ті заклади, які змогли зайняти свою нішу, діставши цінних постійних клієнтів (вони приносять казино до 70% прибутку). Казино Mirald, наприклад, пішло абсолютно іншим шляхом: тут проводяться міжнародні турніри по американському покеру — люди грають не проти казино, а один з одним. Для тих же, хто не сильний в покері, при казино відкрита школа — приходь, грай і ставай постійним клієнтом закладу. Наразі, оператори ринку схиляються до того, що кількість казино не буде рости. Щоб вийти зараз на цей ринок, потрібні величезні вкладення для створення масштабного проекту і готовність чекати 2-3 роки, поки він окупиться [1].

В Україні виділяють досить багато ігрових закладів, але саме казино в прямому значенні хотілося б виділити такі: Авалон. Казино Авалон є одним з найкрупніших і солідніших гральних закладів України; Прем'єр Палац. Гра в Казино ведеться по найбільших ставках в Україні; Фрідом. Має два зали з дванадцятьма столами. У Великому залі дев'ять столів: п'ять покеру, два блек-джека, дві рулетки, п'ятнадцять ігрових автоматів; Арена. 4-риповерховий заклад. Місць достатньо багато, близько 350-500

Аудиторія сьогоднішніх казино України немало відрізняється від казино вчорашніх. Дослідження, проведені компанією «Росбізнесконсалтінг», показали, що 43% відвідувачів ходять в казино, щоб «зловити фортуна за хвіст», 38% відвідують гральні заклади через розважальні програми, 10% не уявляють собі казино без виступів відомих артистів, а 9% ходять сюди за звичкою. Як видно, справжні гравців все-таки

менше, ніж просто охочих відпочити за ігровим столом, ознайомитися з новою шоу-програмою, поспілкуватися з людьми свого кола (що у свою чергу позначається на позиціонуванні подібних закладів).

Наразі в Україні функціонує Українська асоціація діячів гравального бізнесу, створена в 1998 році і є зареєстрованим об'єднанням підприємств - суб'єктів гравального бізнесу України. У 2005 році Українська асоціація діячів гравального бізнесу увійшла до складу Ради підприємців при Кабінеті Міністрів України. Основною метою Української асоціації діячів гравального бізнесу є сприяння цивілізованому розвитку гравального бізнесу в Україні, координація підприємницької діяльності членів асоціації, захист законних прав і інтересів її членів, а також вживання заходів по становленню окремої галузі вітчизняної економіки – азартної індустрії.

Отже, підсумовуючи дане дослідження, варто зазначити, що підґрунтя для розвитку ігрового туризму України є підготовленим, чітко окресленим. Наразі, ігровий бізнес вже приносить прибутки державі, але при правильному його розвитку та управлінні, ситуацію можна поліпшити, упорядковуючи та вдосконалюючи цей сегмент ринку. Це особливий метод приваблення туристів, який працює на імідж країни та покращує його. Дану тему слід продовжувати розкривати задля забезпечення економічного та туристичного розвитку держави.

1. www.uagb.com.ua/Publications/Message/?id=22 – Українська Асоціація діячів гравального бізнесу 2., „Деловая Столиця”, щотижневик №49/395 від 8.12.2008

УДК 338.48 (477)(470+571)

Божук Т. І. канд. техн. наук, доц. кафедри менеджменту
Львівський державний інститут новітніх технологій та управління імені
В.Чорновола,

ЗНАЧЕННЯ І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ БАЛЬНЕОЛОГІЧНИХ КУРОРТІВ (НА ПРИКЛАДІ "СХІДНИЦІ" (УКРАЇНА) ТА "МАРЦІАЛЬНИХ ВОД" (РОСІЯ))

Розглядаються питання ресурсного потенціалу, сучасного стану і особливостей функціонування двох бальнеологічних курортів. Запропоновано систему критеріїв для характеристики курортів, проведено порівняльний аналіз цих SPA – курортів.

The issues of the resource potential, modern state and functioning peculiarities are discussed for the two resorts. The system of criteria is proposed to characterise the resorts, and the comparative analysis is made.

Key words: SPA resorts, "Skhidnytsia", "Martsialnyye Vody", the system of criteria to characterise the resorts, comparative analysis.

Постановка проблеми. Використання підземних мінеральних вод – одного із найцінніших видів рекреаційних ресурсів, сягає глибокої давнини, має ефект лікування та оздоровлення. Велика кількість родовищ мінеральних вод, їх різноманітність і запаси спостерігаються як на території України, так і

Росії. В Україні основна частка родовищ мінеральних вод приурочена до Карпат і Передкарпаття. Тут функціонують відомі курорти Трускавець, Моршин, Великий Любінь, Немирів, Шкло, Східниця. Особливо перспективним для розвитку є Східниця, яка отримала статус курорту 09.01.1976 р., а з 2005 р. стала бальнеологічним курортом імені Омеляна Стоцького. Росії, поруч із найбільш популярними курортами, розташованими у Кавказькому та Причорноморському районах, на території республіки Карелія функціонує найстаріший курорт "Марціальні води".

Актуальними і надалі залишаються питання порівняльного характеру бальнеологічних курортів, які пропонуємо висвітлити на прикладі "Східниці" та "Марціальних вод".

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання розвитку і функціонування курортів у науковій літературі піднімаються і висвітлюються давно. Підготовлено ряд монографій, наприклад, Гулич О.І. [2], Федунь О.В. [13], за редакцією Матолича Б.М. [6], навчальних посібників, зокрема Фоменко Н.В. [14], Любіцева О.О., Панкова Є.В., Стафійчук В.І. [5]. Рекреаційні можливості та проблематику курорту "Східниця" вивчали Гулич О.І. [3], Божук Т., Гурська У. [1], Рутинський М.Й. [9], "Марціальні води" – Капуста Л.І. [4], Хуусконен Н.М, Глушанок Т.М. [15]; історію становлення курорту, характеристики мінеральних вод і закладів розміщення рекреантів подано у Г. Стоцької [11]; видано картосхему і буклети про Східницю [12] та про музей "Марціальні води" [7]. а також проведено аналіз "Програми розвитку санаторно-курортної сфери, туризму і відпочинку у Львівській області на 2003-2007 роки" [8].

Формулювання цілей статті. Метою даного дослідження є проведення порівняльного аналізу сучасного стану, планувально-функціональної та організаційної структури, подальших можливостей розвитку курортів України та Росії (на прикладі "Східниці" та "Марціальних вод"). Для вирішення поставленої мети виконано такі завдання: складено структурно-логічну схему критеріїв характеристики курортів для цілей порівняльного аналізу, на основі визначених критеріїв подано подібні та відмінні риси двох курортів.

Виклад основного матеріалу дослідження. Насамперед зазначимо, що при підготовці цієї статті, крім літературних, картографічних і статистичних даних, було використано матеріали власних спостережень, проведених на території курортів "Східниця" (серпень 2007 р.) та "Марціальні води" (липень 2007 р.).

Враховуючи сучасні теоретичні положення курортології [10, 14], для цілей порівняльного аналізу було визначено ряд критеріїв, які знайшли своє місце у структурно-логічній схемі, що пропонується до розгляду (Рис. 1). Обрані критерії оцінювання (чи аналізу) згруповано у шести блоках "Загальна характеристика курорту", "Географічне положення", "Природно-рекреаційний потенціал", "Інфраструктурне забезпечення", "Медичні параметри", "Проблеми і перспективи розвитку курорту", які, на нашу думку, власне і репрезентують весь комплекс необхідних характеристик.

На підставі вище означених критеріїв нами виконано порівняльний аналіз курортів "Східниці" та "Марціалні води" (Табл. 1).

Вважаємо за доцільне показати також територіально-планувальну організацію двох курортів (Рис.2 і 3), оскільки вони мають деяку подібність і значні розбіжності.



Рис. 2. Територіально-планувальна організація курорту "Східниця" [11]

Далі у тексті подаємо коротко особливості освоєння, потенційні можливості, стан сервісного обслуговування рекреантів, існуючі проблеми, ймовірні шляхи їх подолання та бачення майбутнього бальнеологічних курортів "Східниця" та "Марціалні води".

Бальнеологічний курорт імені О. Стоцького "Східниця" знаходиться у Дрогобицькому районі Львівської області, входить до складу національного природного парку "Сколівські Бескиди". Його становлення розпочалося навесні 1956 р., коли пенсіонер Омелян Стоцький знайшов у лісі поблизу в'їзду до Східниці джерельце, яке виявилось цілющим.

У результаті багаторічних досліджень на території Східниці було відкрито ще десятки джерел мінеральних вод [11]. Основними лікувальними факторами курорту спеціалісти вважають не лише унікальні мінеральні води, але й чисте насичене ефірними смолами розріджене, з дещо пониженим вмістом кисню гірське повітря, яке змінює частоту і глибину дихання, стимулює кровотворні органи.

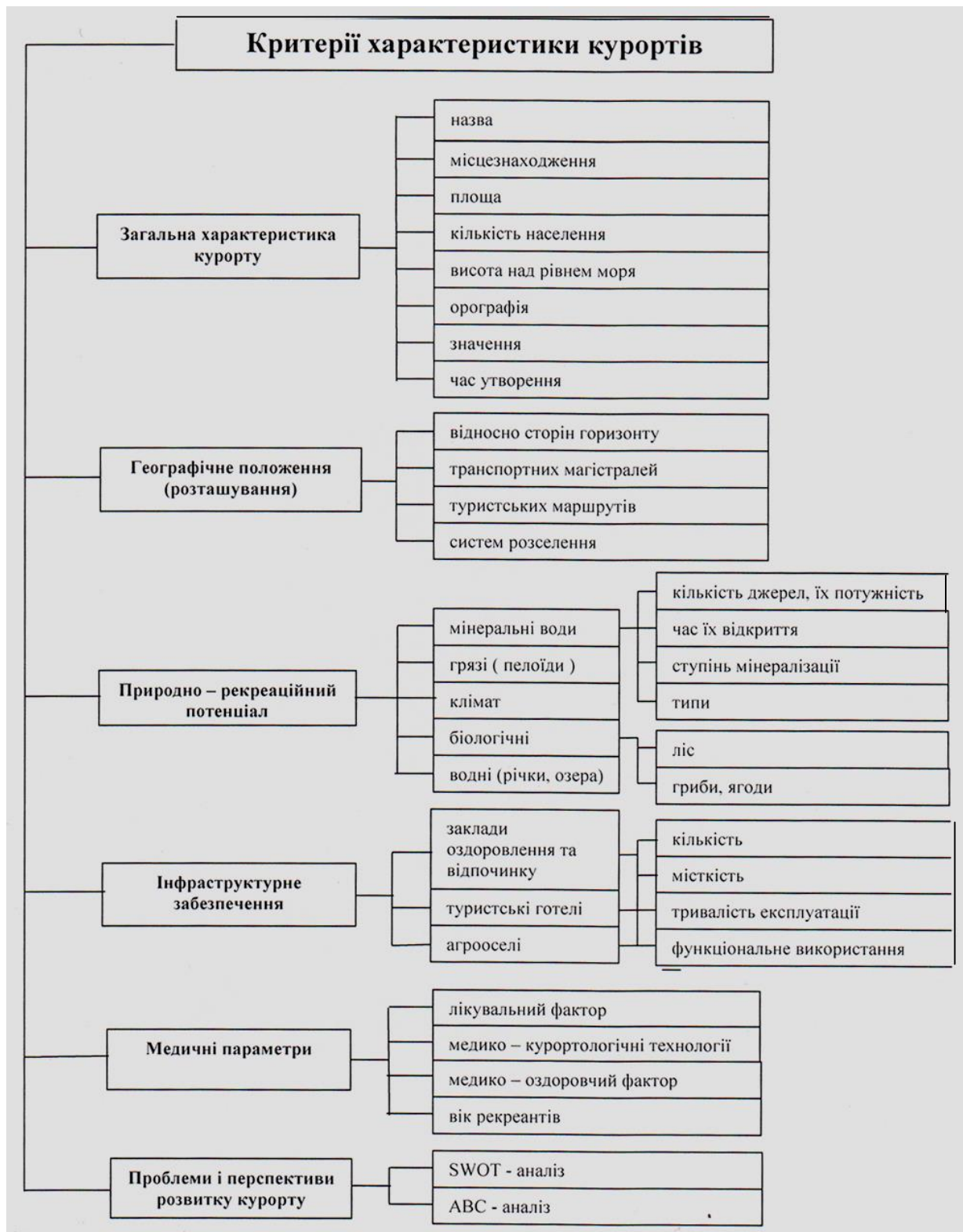


Рис. 1. Структурно-логічна схема вибору критеріїв характеристики курортів для цілей порівняльного аналізу

Крім бальнеологічних процедур відпочиваючі можуть ознайомитися із природою, історією, культурою і традиціями цього краю – відвідати кімнату-музей Омеляна Стоцького, церкви Святого Миколая, Святих Петра і Павла у с.мт.

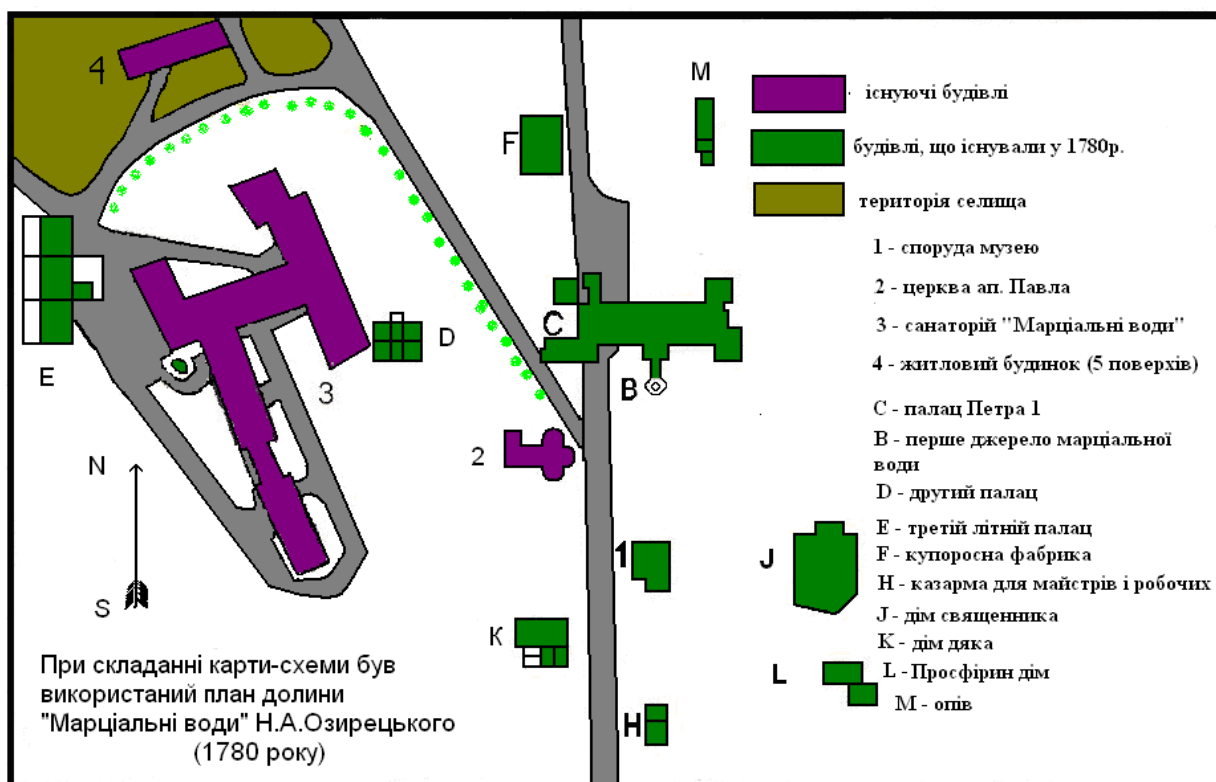


Рис. 3. Територіально-планувальна організація курорту "Марціалні води" [7]

Східниця, скористатися послугами туроператора "Перлина-тур" і відвідати руїни фортеці "Тустань" в с. Урич, місця життя і творчості Івана Франка (с. Нагуєвичі), органний зал у м. Самборі чи краєзнавчий музей у м. Дрогобичі, тощо.

Таблиця 1. Спільні та відмінні риси курортів "Східниця" (Україна) та "Марціалні води" (Росія)

ХАРАКТЕРИСТИКА КУРОРТІВ	
СХІДНИЦЯ	МАРЦІАЛЬНІ ВОДИ
місцезнаходження	
Дрогобицький район Львівської області, входить до Борислава, має обласне значення	Кондопозький район Республіки Карелія
площа	
735 га	біля 500 га
кількість населення	
2257 осіб	менше 2 тис. осіб
висота над рівнем моря	
600 м н.	біля 100 м
орографія	
басейн р. Східничанка; в межах Східницької міжгірської улоговини Східних Карпат	розташований у мальовничій долині між двома високими гірськими кряжами
значення курорту	
загальнодержавне	
час утворення курорту	
09.01.1976 р.	березень 1719 р.; 1964 р.
розташування відносно сторін горизонту	
на пд.-зх. від м. Львова	на пн -зх від м. Петрозаводська
транспортних магістралей	

12 км від залізниці в Бориславі	30 км від м. Кондопога
туристських маршрутів	
"Бальнеологічні курорти Львівщини", "Східниця – Урич"	"Край карельський, край лісів" (Марціальні води –Ківач-Кондопога)
систем розселення (у т.ч. великих міст і агломерацій)	
на відстані 9 км від Борислава і 20 км від Трускавця	на відстані 53 км від Петрозаводська
руралістичні	
мінеральні води, кількість джерел	
Східницьке родовище налічує 38 джерел і понад 17 свердловин із різним фізико-хімічним складом	експлуатуються 4 різні за складом джерела
потужність	
затверджені запаси в 1.5 рази перевищують трускавецькі (64.6 дм/м3), але використовуються лише на 2-3%.	сумарний дебіт 4 свердловин 250 м ³ / на добу
час відкриття мінеральних джерел	
Весна 1956 р., Омелян Стоцький	1714 р., Іван Ребоєв
ступінь мінералізації, типи мінеральних вод	
слабомінералізовані (з підвищеним вмістом органічних речовин (типу “Нафтуса”), з вираженою жовчогінною дією); слабомінералізовані залізисті; середньомінералізовані, гідрокарбонатні та хлоридно-гідрокарбонатні натрієві; хлоридно-натрієві	слабомінералізовані (0,2 –1,0г/дм ³), містять двовалентний оксид заліза, що найкраще засвоюється організмом людини
грязі (пелоїди)	
відсутні	містять речовини, близькі до гормонів, вітамінів і володіють протизапальним і протибольовим ефектом у хворих із захворюваннями хребта, суглобів
клімат	
вологий помірно-континентальний	м’який з достатньою кількістю опадів
лісові ресурси	
смерекові та соснові бори, луки і чагарники, багата фауна	соснові та ялинові ліси, багата фауна
гриби, ягоди	
є багато	
водні (річка, озеро)	
р. Стрий недалеко (можна купатися)	Озеро Габбозеро розташовано на відстані 1км (можна купатися і плавати на човнах), озеро Верхня Ламба – 2 км (пляж, рибалка)
Заклади оздоровлення та відпочинку, їх кількість та місткість	
санаторії “Карпати” (на 250 місць), “Стожари” (100), “Гуцулка” (150), “Верховина” (80), “Едельвейс”, “Стожари”, “Східницькі Карпати”; лікувально-оздоровчі комплекси “Сідус” (18), “Вілла Ігнатієва”, “Ді Анна” (24), “Зелений бір” (150), готельно-оздоровчий комплекс “Санта Марія” (19 номерів), пансіонати “Валентина”, “Валерія”, відпочинкова оселя “Соломія” 95	санаторій “Дворци”, санаторій “Марціальні води” (з 2003 р. лікувально-оздоровчий центр) на 260 місць; також є ресторан із панорамним виглядом, бари, басейн лагунного типу з гідромасажем, сауна

кімнат)	
туристичні готелі, їх кількість	
садиба родини Дорош "Під замком" (5 кімнат)	котеджне селище "деревня Александровка", турбаза "Верхня Ламба" (2 км від санаторію)
агрооселі	
велика кількість агроосель	не розвинуто
тривалість експлуатації	
цілорічно	
функціональне використання	
лікування, оздоровлення	
лікувальний фактор	
бальнеологічний	бальнеологічний і грязевий
медико-курортологічні технології	
	бальнеогрязеві
лікувально-питні, фітотерапевтичні	
медико-оздоровчий профіль	
захворювання нирок (сечокам'яна хвороба, хронічні пієлонефрити, літогенні діатези, сечогінна протизапальна дія); шлунково-кишкового тракту (виразки, хронічні гастрити з підвищеною і нормальною кислотністю); печінки, підшлункової залози та жовчного міхура (збільшення вироблення жовчі; регенерація тканин печінки тощо); виведення цукру з крові; захворювання органів кровотворення.	захворювання серцево-судинної, опорно-рухової, нервової та сечостатевої системи, органів дихання, захворювань вуха, горла і носа; грязі із Габбозера володіють протизапальною, спазмолітичною, обезболюючою, розсмоктуючою дією і використовуються при лікуванні хвороби периферійної нервової системи, органів опорно-рухових, хронічних запальних захворювань.
вік рекреантів	
змішані (дитячі і дорослі)	
Проблеми і перспективи розвитку (метод ABC –аналізу)	
переваги	
агротуристичний продукт зорієнтований на обслуговування середнього класу та заможної верстви гостей; діють церкви	унікальність грязей
зручне розташування у екологічно привабливих районах; сприятливі природно-кліматичні умови; значні запаси мінеральних вод; лікування широкого спектру захворювання людей; наявність антропогенно-незмінених природних ландшафтів і можливості рекреаційної діяльності	
недоліки	
реконструкція і модернізація матеріально-технічної бази деяких санаторіїв відповідно до європейських стандартів; будівництво водопроводу, резервуару та очисних споруд каналізації; наявність зовнішнього конкурента – курорту Трускавець	розвиток агротуризму і надання агротуристичних послуг
недостатній рівень розвитку соціальної та інженерно-транспортної інфраструктури населених пунктів; підвищення якості сервісного обслуговування рекреантів	
суперечливі питання	
Чи віддаленість від великих урбаністичних центрів є загрозою для перспектив розвитку курортів?	
Що можна зробити для підвищення екологічної свідомості і культури мешканців?	

Курорт "Марціальні води" функціонує на базі джерел залізистих мінеральних вод, відкритих в 1714 р. приписним селянином Кончезерського заводу Іваном Рябовим. Перший бальнеологічний курорт у Росії розпочав свою історію у березні 1719 р. За наказом Петра І. було споруджено палаци для царя і його близьких, готель для гостей, господарські побудови, відкрито церкву (19.02.1722 р.) і названо на честь апостола Петра. Цар старався систематично відвідувати курорт (у 1719, 1720, 1722, 1724); видав укази "Лікарські правила споживання цілющої марціальної води" та "Про заборону на ввіз у Росію зарубіжних мінеральних вод" [7].

Склад і властивості води з джерела досліджували лейб-медик Петра Великого Л. Блюментрост і хірург А. Равінель. З'ясувалося, що вода містить залізо та інші мінеральні речовини, що мають оздоровчий ефект при ревматизмі, захворюваннях шлунково-кишкового тракту, серцево-судинної системи та ін.

Друге народження курорту "Марціальні води" відбулося у 1964 р. Його унікальність полягає у вдалому поєднанні трьох лікувальних чинників: 1) здатності утримувати залізо (висока концентрація двовалентного заліза - до 100мг/л), що не поступається своїми властивостями мінеральним водам світових курортів; використовуються 4 лікувальні джерела з різним складом і лікувальними властивостями; 2) лікувальній сапропелевій грязі озерно-ключового походження озера Габбозеро; 3) цілющому клімату, що сформувався завдяки єдиним у світі покладам шунгіту, і сприяє тривалому перебуванню відпочиваючих на відкритому повітрі [4].

Для відпочиваючих пропонують екскурсії до Петрозаводська, островів Кіжі, Валааму та Соловків, водопаду Ківач, міста гаманців – Кондопоги, Петровського лікєро-горілчаного заводу із дегустацією, сплав на рафтах річкою Шуя, прогулянки на човнах озерами, пікніки і піші походи; в селищі Гирвас можна побачити один із найбільш унікальних і стародавніх вулканів Європи – Гирвасський вулкан – вулканічний центр, який вивергався більше 2 млрд. років тому, і добре зберігся; можна пройти пішки стародавнім дном Онезького озера, загадати бажання на знаменитій горі калевальських рун Сампо, побачити рельєф, сформований у результаті льодовикової діяльності.

Висновки і перспективи подальших досліджень. Таким чином для цілей порівняльного аналізу бальнеологічних курортів варто користуватися запропонованою системою критеріїв, апробація якої на прикладі курортів "Східниця" та "Марціальні води", дозволила виявити їх спільні та відмінні риси у сфері природо-ресурсного потенціалу, інфраструктурного забезпечення та сервісного обслуговування, територіально-планувальної організації, сучасних проблем і перспектив на майбутнє. Подальші дослідження є перспективними у напрямку обґрунтування інвестиційних проектів щодо реконструкції та розвитку цих бальнеологічних курортів.

1.Божук Т.І., Гурська У.М. Використання земель оздоровчого призначення: перспективи розвитку курорту "Східниця" // Новітні досягнення геодезії, геоінформатики та землепорядкування – європейський досвід: 36. наук. праць. – Чернівці, 2006. – С. 120-123. 2.Гулич О. Екологічно збалансований розвиток курортно-оздоровчих територій: питання теорії і практики: Монографія. – Львів: ІРД Нану, 2007. – 208 с. 3.Гулич О. Рекреаційний потенціал Українських Карпат та сучасний стан його освоєння. – Львів, 2004. – 56 с. 4.Капуста

Л.И. Марциальные воды, страницы истории первого русского курорта. – СПб: "Дмитрий Буланин", 2006. – 100 с. 5. Любіцева О.О., Панкова Є.В., Стафійчук В.І. Туристичні ресурси України. – К.: "Альтерпрес", 2007. – 369 с. 6. Мінеральні води та курорти Львівщини / Під ред. Матолича Б.М. – Львів: "Видавництво Палітра друку", 2003. – 96 с. 7. Музей "Марциальные воды" (филиал Карельского государственного краеведческого музея). – 2003. – Буклет. 8. Програма розвитку санаторно-курортної сфери, туризму і відпочинку у Львівській області на 2003-2007 роки. – Львів, 2003. – 120 с. 9. Рутинський М.Й. Розвиток рекреаційного потенціалу бальнеологічного курорту (на прикладі смт. Східниця) // Географія і туризм: європейський досвід (Матеріали міжнародної конференції). – Львів, 2007. – С. 122-123. 10. Рутинський М. Класифікація та типології курортів // Вісник Львівського університету: Серія географічна. – Випуск 34. – 2007. – С. 236-246. 11. Стоцька Г. Цілющі води Східниці. – Львів: Видавництво "Афіша", 2005. – 48 с. 12. Східниця (історія, культура, туризм) – бальнеологічний курорт. – Тернопіль, "Наш світ", 2004. – 22 с. 13. Федунь О.В. Бальнеологічні ресурси Прикарпаття. – Львів: ВНТЛ, 1999. – 168 с. 14. Фоменко Н.В. Рекреаційні ресурси та курортологія: Навчальний посібник. – К.: Центр навчальної літератури, 2007. – 312 с. 15. Хуусконен Н.М., Глушанок Т.М. Практика экскурсионной деятельности. – СПб.: «Издательский дом Герда», 2007. – 208 с.

УДК 911.3

**Смирнов І.Г., д-р геогр. наук, професор
Київський національний університет імені Тараса Шевченка**

ЛОГІСТИКА ГОТЕЛЬНИХ ПОСЛУГ У ТУРИЗМІ

Розкрито сутність та особливості логістики готельних послуг як інтегральної складової логістики туризму – новітнього науково-практичного напрямку дослідження туристичної діяльності.

Shown essence and special features of hotel services logistics as integral part of logistics in tourism – the newest scientific and practical direction in touristic activity's researches.

Постановка проблеми. Логістика туризму, як новітній науково-практичний напрямок логістики, характеризується компонентною, регіональною та функціональною структурою. Серед складових компонентної структури логістики туризму одне з чільних місць займає логістика готельних послуг. І це не дивно, адже дані послуги становлять підставу туристичного продукту, поряд з послугами з харчування, транспортування та програмного забезпечення туристів.

Наукові джерела та публікації з теми статті є нечисленними і в основному представлені працями В.В. Іванова [1; 2; 3; 4]. Означена проблема також відображена в розробках з менеджменту (управління) готельних закладів [5; 6; 7]. Інтегрований підхід щодо логістики готельних послуг як складової частини логістики туризму простежується в працях автора [8; 9 та 31].

Метою дослідження є розкриття сутності логістики готельних послуг у туризмі, зокрема особливостей формування логістичних потоків та вузлів у готельному господарстві, а також логістичної системи управління готелем.

Виклад основного матеріалу. Потоки гостей (клієнтів, проживаючих), які є головним видом потоків в логістиці готельних послуг і для яких власне створені та функціонують готелі різноманітних типів, видів та розмірів, в готельному бізнесі відображаються у вигляді їх інформаційної та фінансової проекції, тобто інформаційних та фінансових потоків. І в цьому полягає

характерна особливість логістики готельних послуг та її відмінність від логістики туризму. Пов'язане це з тим, що ресурсна база готелів для прийому гостей суворо обмежена (наявним номерним фондом) як в кількісному, так і у вартісному плані. Тому головними характеристиками потоку гостей в готелях стають його інформаційні та фінансові показники, тобто інформаційні та фінансові потоки, які генеруються, головним чином, потоком гостей. Тому, логістична система управління готельним господарством, являє собою структуровану адаптивну систему, яка складається з елементів, з'єднаних у процесі управління сервісними та супутніми їм фінансовими та інформаційними потоками. В готельному бізнесі під логістикою розуміють методи та способи управління інформаційними та фінансовими потоками, які необхідні до надання готельних послуг оптимальним чином.

Інформаційні потоки в логістиці готельних послуг поділяються на внутрішні та зовнішні. Перші викликані інформаційним обміном між співробітниками закладу, другі – надходять від суб'єктів ринку. В межах польових маркетингових досліджень було виявлено, що найоб'ємнішими та найзначимішими зовнішніми інформаційними потоками є ті, що надходять від споживачів (вимоги щодо оформлення приміщень, персоналу, якості обслуговування тощо). Інформація, що надходить від споживачів, здійснює вагомий вплив на параметри внутрішніх потоків готелю. Інші зовнішні інформаційні потоки чинять коригуючу дію. Внутрішні інформаційні потоки поділяють на три види: 1) “горизонтальний” інформаційний обмін між керівниками різних підрозділів, що включає документацію для прийняття управлінських рішень; 2) “вертикальний” обмін інформацією між керівництвом та співробітниками, що визначає потоки організаційно-розпорядницької документації; 3) обмін інформацією між клієнтами та працівниками готелю в межах обслуговування. До основних характеристик зовнішніх та внутрішніх потоків інформації відносять те, що перші є невідконтрольними готелю, вони є первинними та впливають на характеристики внутрішніх потоків; а другі – можуть управлятися керівництвом готельного закладу. При формуванні моделі організації управлінських впливів на інформаційні поточкові процеси готелю керуються наступними засадами: 1) зовнішні інформаційні потоки впливають на управління внутрішніми; 2) характеристики всіх інших потоків ресурсів залежать від інформаційних ресурсів; 3) інформаційні потоки ранжуються та визначаються способи дії на кожний рівень ієрархії з акцентом на потоки від споживачів; 4) адекватна реакція керівництва на зміну параметрів потоків інформації визначає можливості ефективного функціонування підприємства.

Щодо фінансових потоків у логістиці готельних послуг то були визначені такі особливості вхідних фінансових потоків: по-перше, вони є наслідком відповідних вхідних інформаційних потоків; а по-друге, вони первинні по відношенню до відповідних сервісних потоків (наприклад, у випадку передоплати). Ще одна особливість фінансових потоків – це їх орієнтованість, за якою виділяють дохідні та витратні потоки. Основу

перших становлять платежі від номерного фонду, служби харчування та напоїв, надання додаткових послуг (доходи від оренди конференц-залу, послуги автотранспорту, побутових послуг тощо). Основу витратних фінансових потоків складають витрати на виплату заробітної платні працівникам, податкові відрахування, оплата комунальних послуг.

Оскільки логістичні потоки в готельному господарстві є взаємозалежними, то для побудови логістичної системи управління готельним закладом необхідно виявити їх кореляцію. Відповідні дослідження охопили декілька етапів. На першому – визначався зв'язок інформаційного потоку з відповідними дохідними та витратними фінансовими потоками. Під час другого – значення дохідних та витратних фінансових потоків використовувалися до визначення коефіцієнту відповідного інформаційного потоку. На третьому – згідно значень коефіцієнтів були виділені наступні види інформаційних потоків: а) вимоги, що надходять від споживачів; б) замовлення готельних служб; в) інші замовлення, між якими розподіляють управлінські ресурси.

Виділені групи інформаційних потоків відрізняються низкою характеристик. До інформаційних потоків, що надходять від споживачів, відносять вимоги щодо цінової політики готелю; фаховості обслуговуючого персоналу; відповідності набору послуг, що надаються, показнику класності готелю, інтер'єру та підтримки порядку в приміщеннях. Доходи, що створюються цими інформаційними потоками, перевищують витрати на їхнє управління. До інформаційних потоків, що викликані замовленнями готельних служб відносять взаємодію між гостями та працівниками при наданні супутніх та додаткових послуг; між готелем та гостями в ході бронювання; між готелем та посередниками. До цих потоків замовлень відношення відповідних їм дохідних та витратних фінансових потоків являють середні значення. Інші інформаційні потоки відображають канали спілкування готелю з суб'єктами ринку та канали отримання необхідної інформації. Низка таких інформаційних потоків лише опосередковано бере участь у формуванні доходу, впливаючи на інший інформаційний потік. Але вони є необхідними та пов'язаними з витратними фінансовими потоками (наприклад: інформаційний потік – податкові документи, відповідний витратний фінансовий потік – податкові платежі).

На підставі визначення інформаційних, фінансових та сервісних потоків у готелі будується організаційна структура логістичної системи (рис.1). До її внутрішнього середовища належать чотири підсистеми, до зовнішнього – організовані та неорганізовані споживачі, банки, готелі-конкуренти та посередники. Джерелами всіх фінансових та більшої частини інформаційних потоків є гості. Логістичні потоки, що виникають між готелем та гостями, накопичуються та перерозподіляються посередниками. Обслуговування інформаційно-фінансових потоків між елементами зовнішнього та внутрішнього середовища логістичної системи готелю здійснюють банківські установи. Інформаційна взаємодія чотирьох підсистем внутрішнього середовища визначає логістичну діяльність готелю. Основними

функціями підсистеми 1, що відповідає за створення та підтримку логістичних каналів зв'язку з об'єктами зовнішнього середовища, є: а) вибір каналів та оптимізація процесу бронювання готельного сервісу; б) розробка фінансової стратегії стимулювання суб'єктів готельного бізнесу; в) оптимізація руху потоку ресурсів у комунікаційній діяльності готельного закладу.



Рис. 1 Організаційна структура логістичної системи управління готельним підприємством

До основних функцій підсистеми 2, що управляє зовнішніми та внутрішніми потоками інформації, належать: а) визначення каналів збору маркетингової інформації; б) прогнозування потоку ресурсів; в) оптимальне використання інформаційних технологій у готельному підприємстві та оптимізація внутрішнього документообігу. Основними функціями підсистеми 3, що впливає на параметри внутрішніх ресурсів готелю з метою їхньої оптимізації, є: а) формування ефективної системи управління готелем; б) планування номенклатури послуг; в) розробка цінової стратегії; г) планування використання ресурсів. У переліку основних функцій підсистеми 4 знаходяться: а) обробка даних; б) їх розподіл у формі звітів для користувачів.

З метою оптимального управління потоками, що циркулюють у логістичній системі готелю виділяються області максимального зосередження потоків у однакові моменти часу-вузли. Вузли інформаційного та фінансового потоків у межах організаційної структури готельного підприємства представлені на рис. 2. У результаті руху інформаційних, фінансових та сервісних потоків у логістичній системі готелю утворюються місця, де концентрація всіх потоків є найвищою. Це т.зв. точки або вузли накладення ресурсопотоків. Оскільки всі ресурсопотоки пов'язані та впливають на характеристики один одного, то організація управлінських впливів на потоки найефективніша у вузлах їхнього перетину, де одна управлінська дія може бути скерована на зміну параметрів одразу декількох ресурсопотоків. Формування таких вузлів відбувається не випадково. Прийняті в готелі правила обслуговування, форми та методи розрахунків, характер руху інформації між компаніями, турфірмами та готелем, між гостями (туристами) та персоналом, а також внутрішніми службами в процесі обслуговування, природним чином формують склад та параметри вузлів, визначають їх місцеположення по відношенню до організаційної структури готельного підприємства, тобто до конкретних служб та відділів. У результаті суміщення запропонованої структури логістичної системи готелю з адміністративною мережею готельного підприємства були отримані вузли перетину ресурсопотоків. Як показав аналіз, усі вузли відкриті для постійного управлінського впливу і саме в них повинні концентруватися основні ресурси управління готелем. Нижче поданий більш детальний аналіз змісту, структури, а також властивостей та характеристик кожного з представлених на рис. 2 вузлів.

Вузол № 1. Це вузол банківського та касового обслуговування розрахунків готелю, основу якого становлять банківські та касові рахунки. Його формування визначається необхідністю здійснення розрахункових та облікових операцій на підприємстві. В адміністративній мережі готелю він прив'язаний до відділу бухгалтерії, яка відповідає за зв'язок з банком, організацію безготівкових розрахунків з споживачами послуг, підрядниками, веде облік руху готівкових грошових засобів у готельному підприємстві. Структуру даного вузла утворюють два види потоки – зовнішній та внутрішній. До перших відносяться зовнішні інформаційні потоки (договори, рахунки, платіжні документи), які обслуговують зовнішні фінансові потоки, що проходять через цей вузол та характеризують оплату вже наданих або майбутніх послуг. До внутрішніх потоків належить сукупність вхідних та вихідних з вузла потоків документації з елементарних логістичних пунктів (довідки, звіти, бухгалтерські форми), що забезпечують інформаційну підтримку інших вузлових служб готелю.

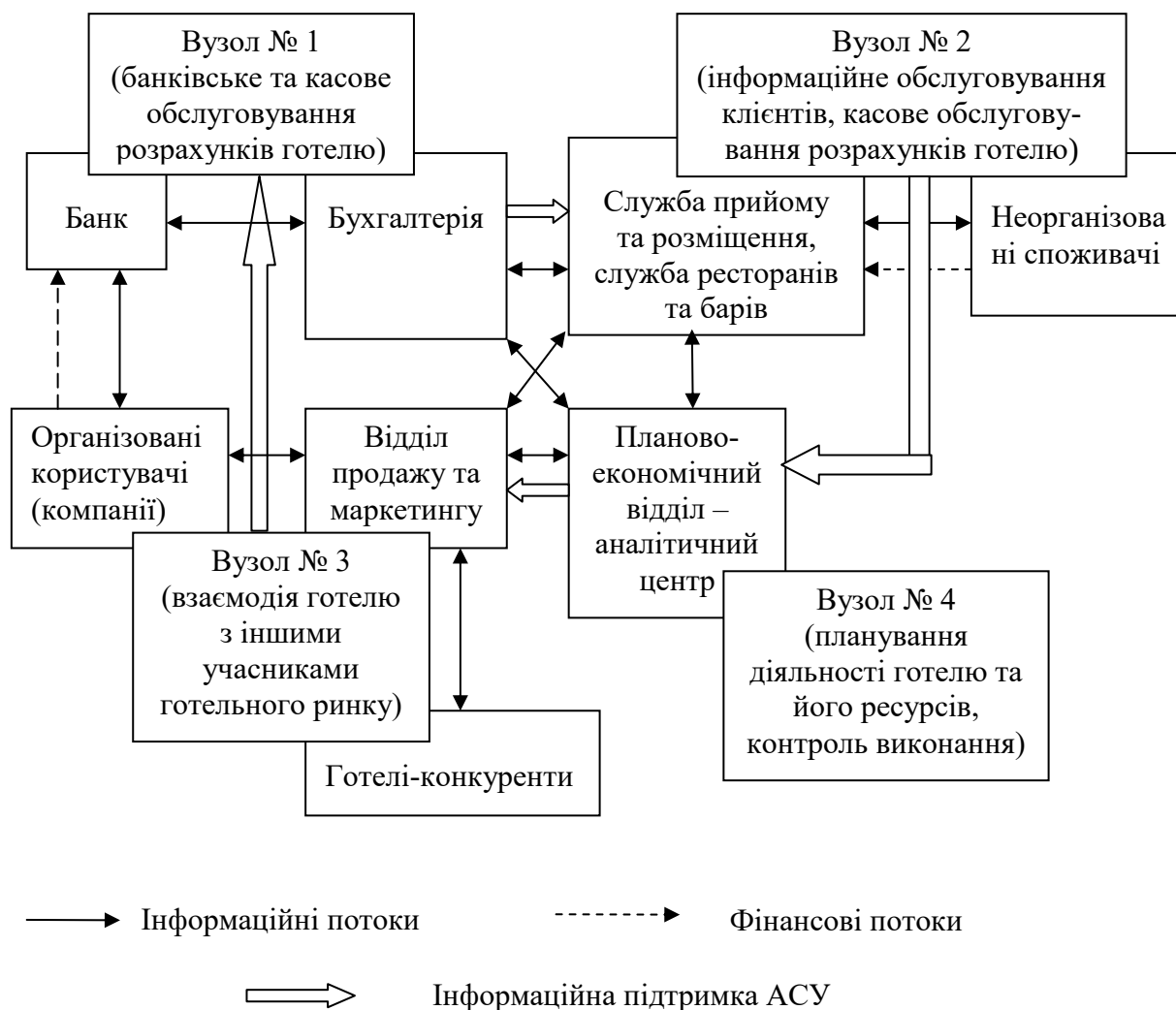


Рис. 2 Формування вузлів перетину ресурсопотоків у логістичній системі готелю

Наявність двох видів потоків по відношенню до логістичної системи готелю визначає змішаний тип даного вузла. Крім цього, склад та поточні параметри вузла №1 здійснюють безпосередній вплив на вузли № 2 та № 3 та опосередкований вплив на вузол № 4.

Для прикладу, наявний у вузлі № 1 інформаційний потік про дебіторську заборгованість у будь-якого корпоративного клієнта може генерувати прямі потоки інформації у відділи бронювання та продажу про призупинку бронювання заявок та обслуговування договору. В свою чергу це впливає на параметри фінансових показників та планів.

Вузол № 2. Його формування характеризується тим, що походження вхідних та вихідних ресурсопотоків визначається безпосереднім контактом відповідних служб готелю з споживачами. Це вузол інформаційного обслуговування клієнтів готелю (бронювання, ресепшн), а також касового обслуговування готівкових розрахунків (каси порт'є, ресторанів та барів). Цей вузол перш за все прив'язаний до служби прийому та розміщення (яка будучи інформаційним посередником між гостями та внутрішніми службами готелю, виконує функції інформаційного центру), а також до служби ресторанів та барів. Структуру вузла № 2 складають вхідні інформаційні

потоки від гостей, що обробляються та продовжують рух у різні підрозділи готелю. Вхідні фінансові потоки від клієнтів (готівка та кредитні картки) перетворюються в інформаційні потоки (рахунки, інформація в електронній системі) та направляються для подальшої обробки у вузли № 1 та № 3 та опосередковано на вузол № 4. Для прикладу, заявка на прийом групи гостей, що надійшла до відділу бронювання, генерує інформаційні потоки на вузол № 3 (про кількість групи, терміни заїзду тощо – для аналізу можливостей готелю у вказаний період та визначення ціни), а також на вузол № 1 (для організації розрахункових операцій з обслуговування групи).

Вузол № 3 є ключовим вузлом у якому формується клієнтська база готелю; готуються, укладаються та обслуговуються договори з надання послуг; розробляється та затверджується тарифний та маркетингові плани. Існування цього вузла пояснюється необхідністю взаємодії готелю з іншими учасниками ринку готельних послуг – компаніями, агентами, конкурентами. В адміністративній структурі готелю вузол № 3 прив'язаний до відділу продажу та маркетингу, а його склад становлять зовнішні інформаційні потоки від організованих споживачів (про стан, динаміку та перспективи розвитку ринку, параметри конкуренції) та внутрішні потоки (про результати роботи, споживчі уподобання, якість обслуговування). Отже, цей вузол теж є змішаним і здійснює прямий вплив на всі інші вузли. Для прикладу, при використанні інструментів маркетингу, зокрема механізму ціноутворення, можуть бути змінені параметри вхідного потоку з бронювання послуг на вузлі № 2, обсяги проведення розрахункових операцій на вузлі № 1 та виконане коригування фінансових показників і планів на вузлі № 4.

Вузол № 4. Наявність цього вузла визначається необхідністю планування діяльності готелю та його ресурсів, проведення аналітичної роботи, здійснення контролю щодо виконання планів, а також можливою зміною показників. Відповідно на вузол № 4 надходять потоки інформації про стан та параметри інших вузлів; ці потоки обробляються та розподіляються у вигляді планів, кошторисів служб тощо. Тому даний вузол є внутрішнім та здійснює прямий вплив на всі інші вузли.

Як бачимо, вузлові впливи охоплюють усю організаційно-управлінську структуру готельного підприємства. Більше того, прямий та тісний характер взаємодії вузлів №1 та №3 в логістичній діяльності готелю доводить необхідність безпосередньої участі відповідних служб в організації та оперативному управлінні всіма логістичними процесами в готелі. За стратегічного управління та планування всіх процесів необхідною є розробка технології взаємодії представників усіх вузлових служб, що дозволить підвищити ступінь координації та узгодженість служб, мінімізувати можливі збої в роботі, ефективніше здійснювати управління ресурсопотоками готелю у вузлах їх перетину на кожній стадії логістичного процесу – планування, організації та контролю. Для прикладу, на стадії планування ресурсопотоків у вузлі № 2 відбувається формування заявок на майбутні періоди, виконується завантаження даних до комп'ютерної системи, визначаються параметри (обсяг потоку гостей, рівень неявки) для бронювання місць понад

наявних. У вузлі № 3 здійснюється прогноз стану ринку та туристичних прибуттів, плануються обсяги сервісних потоків та можливостей готелю на майбутніх періоди, формуються цінові пропозиції на конкретні прибуття майбутній періодів, розробляється маркетинговий план. Вузол № 4 готує необхідну планову документацію з ресурсопотоків, розраховує потреби фінансових та трудових ресурсів, виконує розрахунки собівартості з окремих готельних продуктів.

На стадії організації ресурсопотоків на вузлі № 1 обслуговується безготівкові розрахунки, кредитні картки клієнтів, виконується обробка звітів касирів, організація бухгалтерського обліку. Вузол № 2 здійснює касове обслуговування готівкових розрахунків у готелі, організує рух внутрішніх інформаційних потоків у процесі обслуговування, забезпечує надання додаткових послуг та вирішення поточних питань. У вузлі № 3 оформлюються договори та угоди, ведеться та оновлюється база даних корпоративних клієнтів, застосовуються необхідні маркетингові інструменти до впливу на параметри ресурсопотоків. Аналітичний центр (вузол № 4) виконує фінансовий облік, облік робочого часу, що оплачується тощо.

На стадії контролю то обліку ресурсопотоків бухгалтерія (вузол № 1) виявляє невідповідності параметрів потоків послуг та пов'язаних з ними фінансових потоків, здійснює облік дебіторської та кредиторської заборгованості, проводить фінансовий та управлінський облік. Служби прийому та розміщення ресторанів та барів (вузол № 2) ведуть облік та коригують рівень неявки з різних видів бронювання, складають та оновлюють список постійних клієнтів. Відділ продажу та маркетингу аналізує характеристики фактичних потоків, послуг (прибуттів) за корпоративними клієнтами, здійснює коригування цінової політики, веде аналіз та облік споживчих уподобань, складає звіти про роботу готелів-конкурентів. При цьому, аналітичний центр відслідковує відхилення фактичних характеристик ресурсопотоків від планових показників та зміни собівартості послуг, здійснює аналіз фінансово-господарської діяльності готелю.

Варіант поетапного планування діяльності вузлових служб готелю (табл. 1) рекомендується до використання при розробці нових готельних продуктів та туристичних програм обслуговування, стимулюванні діяльності агентів ринку готельних послуг, розробці спеціальних програм та меню в ресторанах готелю, вдосконаленні систем якості, розробці системи заохочування постійних клієнтів, програм клубного членства тощо.

Висновки. Розглянуті аспекти управління ресурсопотоками готелю з використанням логістичного підходу повинні враховуватись при розробці схем та механізмів управління та стати підставою до створення комплексної системи управління всіма ресурсопотоками готельного закладу. В кінцевому підсумку це сприятиме зростанню якості готельних послуг, що надаються, прискоренню та підвищенню надійності розрахунків, максимізації доходу та прибутку готелю, створить підстави до збільшення конкурентного потенціалу готельного підприємства на довгостроковий період. А

запропонована структура логістичної системи управління готельним закладом дозволить організувати оптимальне керування на всіх ступенях ієрархії в межах ефективного розпорядження ресурсами підприємства.

Таблиця 1 Завдання управління ресурсопотоками в інформаційно-фінансових вузлах готелю на стадіях логістичної діяльності¹

Вузли та вузлові відділи	Етапи логістичної діяльності		
	1. Планування ресурсопотоків	2. Організація руху	3. Контроль та облік
Вузол № 1 (бухгалтерія)	1.1.1. Забезпечення розрахункових операцій 1.1.2. Упорядкування податкообкладання	1.2.1. Обслуговування безготівкових розрахунків 1.2.2. Облік витрат та надходжень 1.2.3. Організація бухгалтерії	1.3.1. Контроль відхилень та невідповідностей в параметрах сервісних та фінансових потоків за продуктом 1.3.2. Облік дебіторської заборгованості за споживачами 1.3.3. Організація руху внутрішньої документації за фінансовими показниками продукту
Вузол № 2 (служба прийому та розміщення, служба ресторанів та барів)	2.1.1. Вивчення параметрів, характеристик та особливостей пакету послуг працівниками служб 2.1.2. Інформування гостей про розробку нового продукту 2.1.3. Формування попередніх замовлень	2.2.1. Організація продажу за попередніми заявками 2.2.2. Касове обслуговування реалізації пакету за готівку в готелі 2.2.3. Організація руху внутрішніх інформаційних потоків у процесі виробництва та споживання продукту	2.3.1. Контроль руху інформаційних потоків у процесі обслуговування, врахування (облік) зауважень та побажань споживачів продукту
Вузол № 3 (відділ продажу та маркетингу)	3.1.1. Дослідження особливостей конгресно-виставкової діяльності в регіоні 3.1.2. Прогноз туристичних прибуттів на виставки 3.1.3. Аналіз вимог споживачів до параметрів пакету 3.1.4. Визначення параметрів та характеристик пакету	3.2.1. Використання комунікаційних каналів інформування ринку про нові продукти 3.2.2. Застосування маркетингових інструментів до впливу на сервісні та	3.3.1. Співставлення параметрів планових та фактичних обсягів сервісних та фінансових потоків 3.3.2. Коригування параметрів продукту 3.3.3. Моніторинг відповідності параметрів пакету стандартам обслуговування 3.3.4. Створення зворотного зв'язку за результатами обслуговування

	3.1.5. Установлення ціни продукту 3.1.6. Прогноз обсягів продажу 3.1.7. Визначення основних напрямків маркетингової політики	фінансові потоки 3.2.3. Оформлення договорів та угод 3.2.4. Ведення бази даних з корпоративних клієнтів – покупців продукту 3.2.5. Відслідковування статистики продажу	3.3.5. Аналіз уподобань споживачів продукту
Вузол № 4 (Планово-економічний відділ – аналітичний центр)	4.1.1. Визначення собівартості пакету послуг. 4.1.2. Планування обсягів дохідності фінансового потоку 4.1.3. Планування потреб трудових та фінансових ресурсів до розробки та реалізації продукту 4.1.4. Оцінка можливих ризиків	4.2.1. Організація фінансового обліку за параметрами продукту	4.3.1. Відслідковування відхилень планових показників собівартості, доходу, рівнів ризику тощо. 4.3.2. Підготовка рекомендацій для відділу продаж за особливостями роботи з продуктом на підставі отриманих даних

1.Іванов В.В., Волов А.Б. Логистические аспекты управления ресурсопотоками гостиничного предприятия // Пять звёзд.-2000.-№6.-С. 10-14. 2.Іванов В.В., Волов А.Б. Формирование системы управления гостиничным предприятием // Пять звёзд.-2001.-№12.-С. 12-15. 3.Іванов В.В., Волов А.Б. Оптимизируем систему // Отель.-2005.-№3.-С. 7-10. 4.Іванов В.В. Логистические аспекты управления ресурсопотоками гостиничного предприятия // Индустрия гостеприимства.-2005.-№ 9,10.-С. 17-21. 5.Саак А.Э., Якименко Н.В. Менеджмент в идустрии гостеприимства (гостиницы и рестораны): Уч. пос. – Спб.: Питер, 2007.-С. 129. 6.Мунін Г.Б., Змійов А.О., Зінов'єв Г.О., Самарцев Є.В., Гаца О.О., Максимець К.П., Роглев Х.Й. Управління сучасним готельним комплексом: Навч. пос. / За ред. С.І. Дорогунцова.-К.: Ліра-К, 2005.-С. 311. 7.Роглев Х.Й. Основи готельного менеджменту: Навч. пос.-К.: Кондор, 2005.-С. 355. 8.Смирнов І.Г. Логістика: просторово-територіальний вимір.-К.: Обрії, 2004.-С. 198. 9.Смирнов І.Г. Логістика ресурсної бази туризму як основа його сталого розвитку (на прикладі Бердичівщини) // Наук. Зб. «Велика Волинь». Вип. 37. Том II.-Житомир: М. Косенко, 2007.-С. 259-268.

УДК 911.3(075.8)

Новикова В. І., ст. викл.

Черкаський національний університет імені Богдана Хмельницького

ГОТЕЛЬНЕ ГОСПОДАРСТВО ЯК СКЛАДОВА ТУРИСТСЬКОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ

Готельні підприємства характеризуються у контексті туристського обслуговування, показана їх специфіка як важливої складової інфраструктури туризму. Узагальнені підходи до класифікації готелів, зроблений екскурс в історію категоризації готелів в Україні та світі. Виявлені проблеми розвитку вітчизняного готельного господарства. Висвітлені сучасні тенденції розвитку індустрії гостинності у світі.

Hotel enterprises are characterized in the context of tourist service, their peculiarity as an important component of infrastructure of tourism is shown. The approaches to the hotel classification are generalized; the excursus in the history of scoring hotels in Ukraine and all over the world is made. The problems of the development of native hotel economy are shown. Current tendencies of the development of hospitable industry in the world are introduced.

Стан питання та актуальність дослідження. Для будь-якої держави необхідно мати належний рівень розвитку готельного господарства, адже він сприяє поглибленню усіх суспільно-економічних контактів та зв'язків, посилює економічний потенціал регіонів, піднімає рейтинг держави, окремих її міст у світовому співтоваристві і навпаки нестача готелів гальмує всі ці процеси.

Проблемам розвитку сфери гостинності в Україні та світі присвячено чимало публікацій, кожна з яких робить свій внесок в удосконалення функціонування готельного господарства.

Об'єктом дослідження виступає готелі та їх види, що розглядаються як складова туристської інфраструктури.

Мета роботи – показати місце готельних підприємств у структурі туристського обслуговування, узагальнити підходи до класифікації готелів, зробити екскурс в історію категоризації готелів в Україні та світі, виявити проблеми розвитку вітчизняного готельного господарства, висвітлити сучасні світові тенденції розвитку індустрії гостинності.

Виклад основного матеріалу. При здійсненні рекреаційної діяльності² туристами споживаються такі види рекреаційних ресурсів (вужче – туристських ресурсів), які відповідають меті подорожі. Туристські ресурси виступають тим чинником (основою, «збудником»), заради якого туристи подорожують. Але здійснювати туристську діяльність, як і будь-яку іншу, неможливо без інфраструктурного забезпечення. Під інфраструктурою у даному разі розуміємо сукупність споруд, будівель, систем і служб, необхідних для функціонування галузей матеріального виробництва та забезпечення умов життєдіяльності суспільства.

До туристської інфраструктури відносяться будь-які засоби, заклади, споруди, мережі та інші елементи матеріально-технічної бази туризму. Але наявність (і навіть якість) туристської інфраструктури ніколи не виступатиме чинником, який генерує у туристів потребу подорожувати, адже це функція туристських ресурсів, а інфраструктура лише допомагає здійснювати туристську діяльність, виконуючи переважно життєзабезпечуючі функції організації туризму (зокрема, розміщення, харчування, перевезення).

Туристи подорожують не заради того, щоб пожити у готелі, похарчуватися в ресторані, проїхатися в автобусі, скористатися послугами підйомника у горах тощо. Вони виїжджають в іншу місцевість (або країну)

² Ми виходимо із сформованої у вітчизняній літературі позиції, при якій рекреація включає в себе три форми проведення вільного часу – туризм, курортно-профілактичне лікування та оздоровлення, відпочинок, і вважаємо туризм хоча і найбільшою та найвагомішою, але складовою рекреації [5].

зادля того, щоб щось цікаве побачити та почути, вклонитися святиням, оздоровитися, відчути насолоду від споглядання якихось речей, здійснення певних дій та ін. І для того, щоб все це робити вони змушені десь проживати та харчуватися, якимось чином переміщатися.

Але існують випадки, коли туристська інфраструктура перетворюється на туристський ресурс. Наприклад, льодяний готель Alta Igloo в Норвегії, який вже десятий раз у зимовий час створюється із льоду і снігу поблизу м. Альта (губернія Фіннмарк) та приваблює туристів своєю оригінальністю. У гастрономічних або винних турах ресторани, бари, дегустаційні зали виступають основними об'єктами туризму. Всесвітньовідомий поїзд «Східний експрес» є не засобом пересування, а головною метою подорожі.

Якщо туристську інфраструктуру розглядати в традиційному розумінні, то основними її складовими виступають засоби розміщення (перш за все, готелі) та заклади харчування. Саме ці підприємства забезпечують послуги гостинності.

Готелі відрізняються від інших засобів розміщення тим, що:

- складаються із номерів, кількість яких перевищує певний мінімум (в Україні він складає 7 номерів);
- мають єдине керівництво;
- надають різноманітні готельні послуги, перелік яких не обмежується щоденним прибиранням номеру;
- не входять до категорії спеціалізованих закладів.

Готелі можуть розрізнятися за багатьма параметрами, основними з яких виступають наступні (табл. 1).

Таблиця 1. Класифікація готелів (складено за [1, 2] та ін.)

Класифікаційні ознаки готелів	Групи готелів
особливості управління	• відокремлені підприємства • готельні ланцюги
місце розташування	• розташовані у місті: – у центрі міста – близько до центру – у центрі житлових районів і мікрорайонів – на «порозі» (околицях) міста – за межами міста • розташовані на морському узбережжі • розміщені у горах
тривалість і режим роботи	• цілорічної дії • діють два сезони • діють один сезон
тривалість перебування гостей та умови використання	• кондомініум (спільне володіння нерухомістю) • таймшер (володіння нерухомістю у курортних місцях на правах кондомініуму з можливістю користуватися нею протягом ряду років, але лише декілька днів, тижнів на рік) • для тривалого проживання (готелі квартирного типу) • для короткочасного перебування

	• для проведення конференцій
рівень цін на номери	• бюджетні (\$ 25–35) • економічні (\$ 35–55) • середні (\$ 55–95) • першокласні (\$ 95–195) • апартаментні (\$ 65–125) • фешенебельні (\$ 125–425)
режим харчування	• повний пансіон (триразове харчування) • тільки сніданок
забезпечення харчуванням	• сніданок у номерах або спеціальних приміщеннях • харчування у ресторані • харчування у ресторані, барі або кафе • харчування у ресторанах європейської та національної кухонь, барах, цілодобовий сервіс на поверхах
місткість номерного фонду	• малі – до 150 місць (не більше 100 номерів); • середні – 150–400 місць (до 300 номерів); • великі – понад 400 місць (більше 300 номерів)
функціональне призначення	• транзитні; • цільові: – ділового призначення; – для відпочинку: • курортні (бальнеологічні, кліматологічні, грязелікувальні) • туристські (у тому числі спеціалізовані: ботелі, флотелі, лотелі, флайтелі та ін.)

Важливим показником класифікації готелів є рівень комфорту. Проблеми розробки та введення єдиної міжнародної класифікації готелів належать до найбільш складних у туристській галузі. Розроблений 1972 р. проект такої класифікації не був схвалений національними членами Міжнародної готельної асоціації. Більшість країн визнали неможливість створення єдиної міжнародної системи класифікації готелів через неоднозначність підходів до оцінки якості обслуговування, несхожість кліматичних та інших умов.

Сьогодні в світі діють близько тридцяти різних національних систем класифікації готелів (система зірок від 1 до 5; система літер – А, В, С, D; система «корон» або «ключів», «діамантів» тощо). За даними Міжнародної готельної асоціації, зараз офіційна система класифікації готелів прийнята тільки у 64 країнах світу, в 11 країнах вона знаходиться у стадії розробки, у 58 – готелі не мають єдиної класифікації. До останніх відносяться і такі країни масового туризму, як США, Великобританія, Японія.

Однак, попри всю різноманітність підходів до системи класифікації готелів сьогодні їх можна об'єднати у дві основні групи: «європейський тип», в основу якого покладено французьку національну систему, та бальну оцінку, що ґрунтується на індійській національній системі.

У Франції існують готелі п'яти категорій: «1 зірка», «2 зірки», «3 зірки», «4 зірки» та «4 зірки – Люкс» (їх прийнято на практиці називати «5 зірок»). Основними критеріями категоризації готелів є: обладнання та площа номерів, елементи комфорту, різноманітність додаткових послуг, що

надаються. Розмір готелю практично не впливає на його класність. Головним критерієм оцінки категорії готелів за французькою класифікацією є комфортність і набір послуг.

Індійська система класифікації також має 5 категорій. Вимоги до готелів оцінюються в балах, при цьому кожному пункту встановлюється можлива максимальна оцінка. Комісія може на свій розсуд дати до 15 балів за будь-які, не передбачені кваліфікаційними вимогами, додаткові послуги. Для отримання відповідної категорії необхідно набрати встановлену для даного класу мінімальну суму балів, до того ж їх кількість по кожному пункту повинна складати не менше 50% максимальної оцінки. Для присвоєння певної категорії треба така кількість балів: «1 зірка» – 100 балів, «2 зірки» – 150 балів, «3 зірки» – 210 балів, «4 зірки» – 260 балів, «5 зірок» – 290 балів [1, 2].

В Україні, як і в інших колишніх республіках СРСР, діяло «Положення про віднесення готелів до розрядів, а номерів до категорій», яке разом із Прейскурантом № К-05 на послуги готелів видавалося двічі у 1979 і 1984 роках. За цим Положенням, залежно від рівня комфорту номерів, комунального благоустрою, розвитку служб обслуговування (громадського харчування, служби побуту, торгівлі, зв'язку), розмірів і видів громадських приміщень готелі поділялися на сім розрядів: «Люкс», «Вищий А», «Вищий Б» (для іноземних гостей), I, II, III, IV (для вітчизняних гостей) [2].

У 1994 р. Держкомітетом України по туризму було видано «Положення про державну атестацію та перереєстрацію готелів, мотелів, кемпінгів, туристських баз і комплексів, а також підприємств громадського харчування України, які приймають і обслуговують туристів». В основу цього Положення покладена європейська система класифікації за зірками, якій відповідає певний рівень матеріально-технічної бази, рівень обслуговування тощо. Найвища категорія визначається у «5*****», найнижча – «1*». Зараз у вітчизняному готельному господарстві діє національний стандарт ГОСТ 28681.4-95 «Послуги туристичні. Класифікація готелів», введений у дію з 1 січня 1997 р.

Розвиток готельного господарства в Україні сьогодні стримується низкою чинників: економічна криза; недоліки в роботі фінансово-банківської системи; обмежена платоспроможність населення; недосконала податкова система; нормативно-правова база не відповідає вимогам сьогодення (немає нормативних документів, які були б логічно взаємопов'язані і не суперечили один одному).

Сучасні світові тенденції розвитку підприємств індустрії гостинності: поглиблення спеціалізації готельної пропозиції (орієнтація на певний сегмент туристського ринку); утворення міжнародних готельних ланцюгів; перетворення готелів у комплекси; розвиток мережі малих підприємств; концептуалізація; екологізація; гедонізація (зробити відпочинок радісним будь-якими методами); впровадження в індустрію гостинності новітніх технологій і використання новітньої техніки удосконалення обслуговування:

- великий комплекс додаткових послуг;

- концентрація обслуговування в номері;
- компліментарні послуги (безкоштовні, завдяки яким готель показує свою прихильність до гостей).

Висновки. Готельні підприємства відносяться до туристської інфраструктури та посідають важливе місце у структурі туристського обслуговування. При вирішенні проблем вітчизняного готельного господарства необхідно враховувати сучасні світові тенденції розвитку індустрії гостинності.

1. Байлик С.И. Гостиничное хозяйство. Проблемы, перспективы, сертификация. – К.: ВИРА-Р, 2001. – 208 с.
2. Кузнецова Н.М. Основы экономики готельного та ресторанного господарства: Навчальний посібник. К.: Інститут туризму ФПУ, 1997. – 172 с.
3. Новикова В.І. Рекреаційна інфраструктура: суть поняття, види, методи дослідження // Географія в інформаційному суспільстві: Зб. наук. праць. У 4-х т. – Т.ІV. – К: ВЛГ Обрії, 2008. – С.163–165.
4. Новикова В.І. Рекреаційні ресурси: місце в рекреаційній споживчій діяльності, класифікація, проблеми паспортизації та реєстрації. // Туристично-краєзнавчі дослідження: Збірник наукових статей. – Випуск 7. – К.: Інститут туризму ФПУ, 2007. – С.130–136.
5. Новикова В.І. Територіальна організація рекреаційної діяльності у контексті збалансованого розвитку регіону (на прикладі Черкаської області): Дис. ... к. геогр. н.; 11.00.02 – економічна та соціальна географія / Інститут географії НАНУ. – К., 2008. – 268 с.

УДК 911.3

Носовська Т. Л., асп.
Київський національний університет імені Тараса Шевченка
t-ya@bigmir.ua

ПЕРСПЕКТИВИ ФУНКЦІОНУВАННЯ БЮДЖЕТНИХ АВІАКОМПАНІЙ ДЛЯ ТУРИЗМУ НА АВІАЦІЙНОМУ РИНКУ УКРАЇНИ

Розглянуті перспективи впровадження та підвищення ефективності використання бюджетної моделі в повітряному транспорті для перевезення пасажирів з точки зору подальшого розвитку туристичної галузі в Україні. Розкриті основні відмінності між “low-cost” та традиційними перевізниками їх переваги та недоліки для України опираючись на світовий досвід.

Perspectives of implementation and increase of effectiveness of budget model usage in passenger carriage airline service were considered from the point of view of further development of tourist sphere in Ukraine. Major discrepancies between low-cost and traditional carriers were disclosed as well as their advantages and disadvantages for Ukraine based on world experience.

Постановка проблеми. Впродовж кількох останніх років авіатранспортна галузь в Україні досягла стрімкого зростання. І тепер головне завдання цієї галузі країни – запобігти зниженню темпів зростання авіаційних перевезень. Працівники галузі вважають, що в сучасних умовах економічної кризи це можливо лише за умов найширшого впровадження в Україні бюджетної моделі або “low-cost” (в перекладі з англійської “низька ціна”) авіаперевезень. Наша країна довгий час зовсім не мала цієї послуги, а тепер вже і в Україні є реальною ситуація, коли в аеропорту два літаки мають злітати практично одночасно й прямувати в одну й ту саму точку, але вартість квитків дуже різна: якщо місце в салоні одного авіалайнера

пасажирам коштує близько 700 гривень, то квиток в інше повітряне судно можна придбати всього лише за 80 гривень. Ситуацію, яку ще зовсім недавно було неможливо собі уявити, можна пояснити дуже просто — в Україну, всупереч прогнозам аналітиків, таки прийшли бюджетні або “low-cost” авіакомпанії. Цей вид перевізників останнім часом став дуже поширеним в світі: літають “бюджетники” в Індії, Таїланді, Китаї, Єгипті і сотнях інших держав, причому навіть в деяких африканських. Наприклад, з Варшави (Польща) до Афін (Греція) можна полетіти літаком із вишуканим інтер’єром за кілька сотень євро, а можна скористатися “low-cost” і заплатити лише 30 євро в один бік. Отже, які перспективи, зважаючи на світовий досвід, чекають на “low-cost-перевізників” в Україні та які нові напрями, маршрути стануть більш доступними для вітчизняної туристичної галузі.

Актуальність дослідження. Туризм – складне соціально-економічне явище сучасного світу. Міжнародний туризм полягає у переміщенні людей із країни в країну, часто на далекі віддалі за допомогою різних видів транспорту. Історія туризму свідчить, що розвиток подорожей і транспортних засобів нерозривно пов’язані: зростання попиту на подорожі прискорює розвиток транспортної інфраструктури регіонів, в свою чергу, нові досягнення в транспортній галузі дозволяють розширити географію туризму. Використання сучасних повітряних засобів пересування докорінно змінило образ туризму, його методи, дало поштовх до зміни географії подорожей і структури туристських потоків [8, с.26]. На відстанях понад 500 км (700-1000 км) перевага віддається саме повітряним перевезенням. В наш час в світі нараховується більше 1300 авіакомпаній. Міжнародне повітряне сполучення забезпечують понад 450 перевізників, біля 250 з них здійснюють міжнародні регулярні авіарейси. В Європі на low-cost-компанії припадає близько 35% усього пасажиропотоку. У США цей показник сягає 40–45%. Найбільші світові бюджетні перевізники — а літають такі компанії з 70–років, причому концепція дешевих польотів зародилася в США — користуються кількома методами зниження собівартості. Перший — використовують тільки нові, місткі літаки з ощадливими двигунами. Такі лайнери потребують менше пального і мінімум витрат на ремонт та обслуговування (це дві найвитратніші статті в авіації) та можуть перевозити більше пасажирів (чим більше пасажирів, тим дешевший борт). Друга стаття економії — “low-cost” намагаються приземлятися не в головних аеропортах, а шукати досить віддалені летовища, які значно дешевші в обслуговуванні. Але пасажирам бюджетних компаній, які ретельно планують витрати, цей пункт треба враховувати — інколи доїхати з аеропорту до міста дорожче, ніж долетіти до нього [7, с. 15]. Таким чином, актуальність полягає в дослідженні нових видів перевезень, що виходять на авіаційний ринок України з метою розширення географії пасажирських перевезень авіаційним транспортом та заощадження на них.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням дослідження різних підходів щодо підвищення ефективності перевезень авіаційним транспортом присвячена значна кількість теоретичних досліджень і

практичних рекомендацій вчених: М.Б. Біржакова, А.П.Пелагенко, А.М.Троценко, Є.В.Костроміна.

Міністерство транспорту та зв'язку України вважає, що після приходу бюджетних авіакомпаній на наш ринок, наступить інтенсивний розвиток пасажирських перевезень, як на міжнародних, так і на внутрішніх маршрутах, та відбудеться оновлення авіаційної галузі країни. Разом з тим, питання широкого впровадження бюджетної моделі та підвищення ефективності її використання в повітряному транспорті з точки зору подальшого розвитку туристичної галузі в Україні недостатньо розроблені й потребують глибшого вивчення, оскільки досліджуються недавно.

Мета статті і виклад основного матеріалу. Взагалі транспорт виступає найважливішою складовою економічного розвитку кожної країни, безперерйна робота якого забезпечує становлення і розвиток ринкових відносин [8, с. 58]. Тому точним індикатором рівня національної економіки будь-якої країни є кількість її громадян, які мають можливість користуватися послугами авіакомпаній. Мета статті – показати сучасний стан авіаційних перевезень в Україні, дослідити перспективи ширшого запровадження і підвищення ефективності використання бюджетної моделі в повітряному транспорті з точки зору подальшого розвитку туристичної галузі в нашій країні, проаналізувати всі “за” і “проти” “low-cost” перевезень. На сьогоднішній день у сфері транспортних послуг політика держави визначається поступовим входженням транспортного комплексу України в європейську і світову транспортні системи [11], проте стан організації перевезень туристів авіацією в державі не відповідає потребам споживачів. Тому актуальним є вивчення світового досвіду з цих питань, аналіз проблем і перспектив розвитку організації взаємодії туристичних компаній з авіаперевізниками в Україні.

Світова авіаційна індустрія оговталася від галузевої кризи, що тривала майже п'ять років, тільки у 2007-му, коли авіакомпанії вперше після 11 вересня 2001-го отримали прибуток у розмірі близько \$4 млрд (у 2006-му збитки сягнули \$500 млн). Однак авіаперевізники не довго раділи успіхам — галузі було завдано нового удару. В 2008 році на тлі глобальної фінансової кризи почали сповільнюватися темпи зростання пасажиропотоку і виручки авіакомпаній, а рекордне подорожчання пального призвело до збільшення витрат перевізників. Оптимістичні прогнози на 2008-й, що обіцяли авіаринку прибуток у розмірі \$7–8 млрд, змінилися песимізмом: за даними IATA, збитки світової авіаіндустрії цього року сягнуть \$5,2 млрд. Тільки за перше півріччя у світі збанкрутувало понад 20 перевізників. Ще близько 20 авіакомпаній, на думку асоціації, перебувають у зоні ризику. Найбільші гравці повсякчас заявляють про скорочення робочих місць, зменшення флоту і маршрутів [10]. За даних умов найбільше постраждали бюджетні авіакомпанії, які завжди заощаджують на всьому: літають у другорядні аеропорти, послуги яких обходяться дешевше; продають квитки через Інтернет, зменшуючи в такий спосіб витрати на утримання кас і додатковий персонал; не включають у вартість квитка харчування, багаж тощо. У

результаті паливна складова у кінцевій вартості квитка в бюджетних компаній на 20–30% вища, ніж у класичних перевізників. Близько 60% усіх збанкрутілих авіакомпаній — “low-cost-перевізники”. Проте, експерти не виключають, що тепер, коли вартість пального стабільно знижується, low-cost-компанії, які вижили, можуть виявитися у вигіднішому становищі. У скрутних фінансових умовах багато пасажирів починають заощаджувати, віддаючи перевагу дешевим квиткам перед комфортом. Якщо British Airways у вересні втратила 4,8% пасажирів порівняно з першим осіннім місяцем 2007-го, то приріст пасажиропотоку бюджетної EasyJet Plc перевищив 22%, а завантаження становило майже 87% — у лютому літаки “low-cost” заповнювалися на 84,6%. На рівні 20% на місяць зберегла темпи приросту пасажирів ще одна low-cost-компанія — Ryanair. Тож аналітики не виключають, що частка бюджетних авіаперевезень протягом найближчого року може збільшитися з 20–40 до 50–60% загального пасажиропотоку залежно від регіону.

В Україні впродовж останніх років стабільно зростає потік авіапасажирів, особливо на внутрішніх лініях: з 2003 року їх кількість збільшувалася щорічно на 25–30%, а то й на 40%. Цьому сприяло і те, що колишнє керівництво Мінтрансу зобов’язало українські авіакомпанії, які хотіли відкривати нові міжнародні маршрути, обов’язково здійснювати пасажирські перевезення і на внутрішніх лініях. Незважаючи на таку прогресивну тенденцію, реально скористатися послугами вітчизняних авіакомпаній сьогодні можуть лише 5–6% населення України. В першу чергу, через дуже високі ціни на квитки у порівнянні з низькими зарплатами громадян. Тому Мінтрансв’язку України вважає своїм головним завданням — створити такі умови для подальшого розвитку галузі, які б зробили авіаперевезення доступними для більшості громадян. Ця ціль є повністю реальною, оскільки в усьому світі успішно працює модель так званих “бюджетних” або “low-cost” авіаперевезень [11].

У липні 2008 року в Україні стартував на внутрішніх маршрутах лайнер Airbus A320 авіакомпанії Wizz Air Ukraine — першого в нашій країні бюджетного авіаперевізника. 11 липня він вирушив у перший рейс із столиці до Сімферополя. На кінець 2008 року цей авіаперевізник здійснював польоти на трьох напрямках: Київ–Сімферополь, Сімферополь–Львів і Львів–Київ, до того ж тільки одним літаком. 15 жовтня перший в Україні рейс за маршрутом Шарджа—Київ здійснив літак арабської Air Arabia. Це друга бюджетна авіакомпанія після угорської Wizz Air Ukraine, що вийшла на вітчизняний ринок. Здійснювати регулярні рейси між Києвом, Берліном і Кельном має намір німецький low-cost-перевізник Germanwings, а Germania Express планує виконувати бюджетні рейси з Дюссельдорфа до Харкова. Компанії вже подали відповідні заявки до Державної авіаційної адміністрації [6]. Крім того, Державіаадміністрація дуже хоче бачити в українських аеропортах EasyJet — одного з найбільших у Європі low-cost-перевізника (Таблиця 1). Інтерес закордонних low-cost-перевізників до українського ринку закономірний: у той час як у багатьох країнах пасажиропотік знижується, у

нас кількість авіапасажирів стабільно зростала. За даними Міжнародних авіаліній України, у 2007-му вітчизняний пасажиропотік збільшився на 22% — до 10 млн осіб, а за підсумками 2008-го зріс ще на 18%. Тільки аеропорт «Бориспіль» за 2008-й обслужив на 19,6% пасажирів більше, ніж роком раніше [11].

Таблиця 1

Бюджетні авіакомпанії, що вже вийшли або планують вихід на український ринок

Компанія	Головний офіс, початок роботи	Перший рейс в Україні	Характеристика
Wizz Air	Угорщина, 2004 рік	11 липня 2008 року, Київ - Сімферополь	Авіакомпанії групи Wizz Air здійснюють польоти більш ніж у 10 країн світу. За рік перевозять понад 5 млн пасажирів. В Україні компанія виконує рейси за маршрутами Київ – Львів, Київ – Сімферополь, Львів – Сімферополь. У січні 2009 стартували міжнародні рейси Київ – Дортмунд, Київ – Кельн, Київ – Катовіце, Львів – Дортмунд, Львів – Лондон.
Air Arabia	ОАЕ, 2003 рік	15 жовтня 2008 року, Шарджа - Київ	Флот перевізника налічує 15 літаків Airbus A320, які здійснюють рейси в 41 напрямку на Близькому Сході, у Північній Африці а також у Північній та Південній Азії. В Україні планується здійснювати три рейси на тиждень.
Germanwings	Німеччина, 2002 рік	-	Дочірня компанія німецької Lufthansa. Здійснює авіап перевезення у 20 міст Центральної та Східної Європи, зокрема Москву і Санкт-Петербург. Щороку перевозить близько 8 млн пасажирів.
Germania Express	Німеччина, 2003 рік	-	Виконує рейси приблизно у 30 напрямках, серед яких Москва, Цюрих, Відень, Стокгольм, Стамбул, Афіни. Флот налічує близько 20 літаків Fokker 100.
EasyJet	Велика-Британія, 1995 рік	-	Виконує внутрішні та міжнародні рейси за 387 напрямками між 104 аеропортами. Розмір флоту – 163 (111 літаків на стадії будівництва), Пасажиропотік компанії перевищує 4 млн осіб на місяць

Утім, представники класичних авіакомпаній заявляють, що вітчизняний ринок ще не готовий до прийому бюджетних авіакомпаній. У світі для зниження вартості перельоту бюджетні авіакомпанії використовують невеликі аеропорти, хеджують пальне (страхують від зростання цін) [4]. За кордоном спостерігається висока конкуренція між постачальниками пального і послуг з обслуговування рейсів, відповідно можна знайти пропозицію з мінімальною ціною. Досить важливий чинник у зниженні собівартості польотів — флот авіакомпанії: що новіший літак, то менше коштує техобслуговування. В Україні жоден із цих інструментів зниження вартості перельоту поки що не працює. На ринку спостерігається досить жорстка

конкуренція між авіаперевізниками, але при цьому немає конкуренції серед постачальників пального, хендлінгових компаній (надають наземні послуги в аеропортах), аеропортів. Усі ці чинники роздувають вартість послуг бюджетних авіакомпаній у нашій країні [5].

Висновки і перспективи. З усього викладеного можна зробити такі висновки: в Україні, за даними статистики, у 2008 році кількісні показники зростання авіаційної галузі склали 25%, перевезено 6,17 млн пасажирів. Проте в умовах нинішньої економічної кризи спостерігається деяке зниження перевезень на міжнародних регулярних лініях. Однак на внутрішніх перевезеннях, навпаки, спостерігається зростання пасажиропотоку за рахунок приходу сюди бюджетної компанії Wizz Air Ukraine, яка за перші три місяці роботи на українському ринку перевезла близько 80 тис осіб в усіх напрямках. На початковому етапі завантаження її рейсів по Україні становило близько 70%, що цілком відповідає планам. Передбачається, що найближчим часом воно збільшиться в середньому до 80%. Крім цієї авіакомпанії, досягла відчутних успіхів в Україні румунська Carpatair, яка базується в трансільванському місті Тімішоара, з аеропорту якого за пару годин можна потрапити в багато міст Європи. Компанія надала перевагу виграшному розташуванню київського аеропорту “Жуляни” порівняно з “Борисполем” і стала піонером пасажирських перевезень звідси в Європу напередодні Євро-2012; цікавляться можливостями роботи в Україні також інші бюджетні авіаперевізники: важливим low-cost перевізником на нашому ринку планує бути Air Aravia (ОАЕ), яка згодилася створити дочірню українську компанію для польотів на внутрішніх рейсах; ведуться переговори з німецькими бюджетними компаніями, однак їх більше цікавлять міжнародні маршрути.

Незважаючи на кризу, кількість транзитних пасажирів в аеропортах України постійно зростає: за попередніми підсумками року, пересадку у вітчизняних терміналах здійснили 10,2 млн пасажирів – на 17% більше, ніж у 2007 році. До того ж, щороку все більше туристів віддають перевагу повітряним перевезенням. Сьогодні все актуальнішими для підприємств авіаційної галузі України стають виявлення і вирішення проблем, що перешкоджають успішному залученню інвесторів та створенню сучасних аеровокзальних комплексів із сучасною інфраструктурою; здатності витримувати жорстку конкуренцію; будівництву нових повітряних суден, запровадженню новітніх технологій, пошуку джерел надходження додаткових коштів. Державна авіаційна адміністрація налаштована на створення умов ефективної роботи авіаційної галузі в умовах нинішньої економічної кризи. Інша справа – чи вдасться реалізувати ці наміри в повному обсязі. Адже створення сприятливого бізнес-клімату – це прерогатива вищих органів державного управління, таких, як, наприклад, Верховна Рада. Але, на жаль, саме в парламенті вже 10 років лежить проект Повітряного кодексу. Тому саме туристичні компанії, набираючи темпів зростання, можуть посприяти гармонійному розвитку і авіаційної галузі, оскільки сучасний туризм важко уявити без авіаційних перевезень.

1. Закон України Про туризм (Відомості Верховної Ради (ВВР), 1995, N31, ст.241).
2. Указ Президента України Про Основні напрями розвитку туризму в Україні до 2010 року.
3. Аріон О.В. Організація транспортного обслуговування туристів – К.: Альтерпрес, 2008 – 192 с.
4. Биржаков М.Б., Никифоров В.И. Индустрия туризма: перевозки. Нац. акад. туризма, - М. - СПб: "Невский Фонд", "Издательский дом Герда", 2001-400 с.
5. Костромина Є.В. Экономика авиакомпаний в условиях рынка - М.: НОУ ВКШ "Авиабизнес", 2002 г.
6. Наукові і науково-популярні періодичні видання на туристичну тематику: "Український туризм", "Міжнародний туризм", "Красзнавство. Географія. Туризм", та інші.
7. Новікова А.М. Україна в системі міжнародних транспортних коридорів. - К.:НІПМБ, 2003 – 72с.
8. Фастовець О. О. Організація транспортних подорожей і перевезень туристів: Навчальний посібник – К.: Вид-во ФПУ, 2007 – 233 с.
9. Пелагенко А.П., Троценко А.М. Цивільна авіація України. Історико-аналітичний огляд. - К.: Укрaviaтранс, "Аеробізнес", 2003 р - 128с.
10. www.avia.ru Авиационная Баннерная Сеть.
11. www.mintrans.gov.ua Міністерство транспорту та зв'язку України.

III. АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ГЕОГРАФІЇ

УДК 911.3

Гладкий О. В., канд. геогр. наук., докторант
Київський національний університет імені Тараса Шевченка

ОСОБЛИВОСТІ ДЕЛІМІТАЦІЇ ПОЛІЦЕНТРИЧНИХ ПРОМИСЛОВО-АГЛОМЕРАЦІЙНИХ УТВОРЕНЬ УКРАЇНИ

Розглянуто методичні підходи до делімітації поліцентричних промислових агломерацій на основі дослідження агломераційного ефекту території. Визначено межі Донецько-Макіївської промислової агломерації згідно із запропонованою методикою.

The methodical approaches to delimitation of polycentric industrial agglomerations based on investigation of agglomeration effect of the territory are disclosed. The borders of Donetsk-Makiivka industrial agglomeration using above-mentioned model are defined.

Вступ. Одним із найбільш проблемних та дискусійних питань при дослідженні промислових агломерацій є формування методичних підходів до визначення їх територіальних меж. Його складність обумовлена декількома причинами. По-перше, межі промислових агломерацій є вкрай динамічними і мають властивість до швидкоплинної зміни, особливо на периферійних її частинах та у віддалених замикаючих агломерованих поселеннях. По-друге, вони поширюються на як на зону урбанізації, так і на території значного індустриального освоєння, які часто можуть не співпадати, особливо у випадку поліцентричних агломерацій старопромислових районів. По-третє, агломерація має властивість розповсюджувати свою зону впливу вдовж потужних доцентрових радіальних транспортних магістралей на достатньо віддалені населені пункти (переважно, міські), тим самим виходячи за межі найближчого оточення ядра, вклинюючись у низькоагломеровані (або навіть неагломеровані) території. По-четверте, виключна складність та багатоаспектність функціональної структури агломерації, її поясних і секторних елементів, а також наявність значної кількості впливових взаємопов'язаних чинників її формування накладає істотні обмеження на використання математичного апарату дослідження, застосування комп'ютерних методів, логіко-математичних та кібернетичних моделей. По-

п'яте, дослідження промислових агломерацій істотно обмежується недостатнім статистичним наповненням теоретичних моделей та відсутністю необхідних даних у розрізі окремих населених пунктів та/або промислових підприємств чи їх об'єднань. Деякі з таких даних, які за умов планової економіки можна було зібрати та проаналізувати, в умовах ринку складають комерційну таємницю промислових підприємств і є недоступними для широкого кола дослідників (партнерські зв'язки підприємства, сировинне та матеріально-технічне постачання, зв'язки з реалізації продукції та просування її на ринок, виробничо-технологічне кооперування тощо).

Вихідні передумови. Проблемами делімітації промислових агломерацій займався багато вчених. Зокрема, заслуговують особливої уваги теоретичні розробки С. І. Іщука, О. Г. Топчієва, М. М. Паламарчука, І. О. Горленко, Л. Г. Руденка, Л. М. Корецького, А. Т. Хрущова, А. Е. Пробста та ін. Практична сторона делімітації промислових агломерацій на прикладі України була проаналізована в роботах Р. І. Литвиненко, Є. К. Кузьмінської, О. І. Драпіковського, О. Г. Вишневського, В. Л. Глазиріна, М. Я. Ксенович, І. В. Ладигіної та ін. [1;2;4;6;7]. Однак, делімітація поліцентричних промислових агломерацій на основі визначення агломераційного ефекту території ще детально не проводилась.

Формулювання цілей статті. Постановка завдання. Саме тому, об'єктом даного дослідження є промислові агломерації поліцентричного старопромислового типу, а предметом – методичні підходи до делімітації подібних промислових агломерацій на прикладі Донецько-Макіївської агломерації. Метою дослідження є розробка та апробація методики визначення меж поліцентричних промислових агломерацій, а завданнями – дослідження основних концепцій делімітації меж промислових агломерацій, аналіз методів оцінки рівня агломерованості території, підбір статистичних матеріалів та математичного апарату для проведення делімітації, виділення конкретних етапів дослідження, визначення меж Донецько-Макіївської агломерації.

Виклад основного матеріалу. Аналізуючи попередньо накопичений досвід, ми дійшли до висновку, що найбільш ефективною методикою визначення меж поліцентричних промислових агломерацій є застосування концепції економічної (агломераційної) ефективної виробництва у поєднанні з аналізом її урбаністично-локалізаційних характеристик, основи якої були закладені в роботах ряду вітчизняних (М. Т. Агафонов, С. І. Ішук, В. І. Захарченко) і зарубіжних учених (М. Портер та М. Енрайт, Д. О'Донох'ю, Б. Глейв, Масахіта Фуджита та Жан-Франсуа Тісс (Fujita M., Thisse J.-F.)). Згідно з цією концепцією, встановлення меж агломерування має ґрунтуватись на тому агломераційному ефекті, який формується навколо центрального ядра і сприяє підвищенню ефективності промислового виробництва [1;6;7], найбільш повному та пропорційному використанню переваг агломерованого розміщення.

Згідно із концепцією промислових кластерів М. Портера та М. Енрайта, середовище індустріальних агломерацій характеризується підвищеними

показниками конкурентності та економічної ефективності господарювання. Агломераційний ефект території стимулює зростання комерційного прибутку підприємства, підвищення показників продуктивності праці, рентабельності, ефективності використання основних засобів (фондовіддачі і фондоозброєності). Ці та інші показники, що характеризують ефективність промислового виробництва, мають бути покладені в основу визначення агломераційного ефекту та делімітації промислово-агломераційних утворень [7]. З їх допомогою можна визначити рівень та характер агломераційних процесів окремих територій, виділити агломеровану зону впливу групи великих міст, а також підійти до розробки ефективних заходів оптимізації функціональної структури поліцентричних агломерацій.

Процес делімітації промислових агломерацій доцільно поділити на декілька суттєвих етапів. Першим етапом делімітації меж промислових агломерацій певної території (адміністративної області, краю, автономної республіки або країни в цілому) є збирання та обробка необхідної статистичної інформації з розвитку промислового виробництва в розрізі окремих низових адміністративних районів, міст, містечок (якщо такі матеріали є в наявності). Джерелом інформації можуть слугувати матеріали КВЕД, а також матеріали обласних і міських статистичних щорічників та дані статистичних управлінь на місцях. Такими даними, на нашу думку, можуть слугувати абсолютні показники розвитку промислового виробництва (обсяги реалізованої продукції, чисельність промислово-виробничого персоналу, вартість основних засобів виробництва, чистий дохід (прибуток) від реалізації продукції, собівартість реалізованої продукції тощо), які потім стануть основою для розрахунків якісних характеристик ефективності виробництва.

На основі первинних статистичних даних розраховуються показники ефективності промислового виробництва: продуктивність праці (як частка обсягів реалізованої продукції та чисельності промислово-виробничого персоналу), загальна рентабельність (частка чистого доходу (виручки) і собівартості реалізованої продукції у відсотковому вимірі), фондоозброєність (частка вартості основних засобів та чисельності ПВП) і фондовіддача (частка обсягів реалізованої продукції і вартості основних засобів).

На другому етапі дослідження кожен показник економічної ефективності в розрізі окремих районів та/або населених пунктів території має бути промодульований за допомогою матриці найкоротших відстаней між ними. Скористуємось для цього формулою гравітаційної моделі, що була вперше запропонована Джоном Стюартом (Stuart John), 1958 р. та доповнена і розвинена в працях вітчизняних науковців (Ю. В. Медведкова, О. А. Євтеєєва, С. А. Ковальова):

$$H_i = V_i + \sum_{j=1}^n \frac{V_j}{R_{ij}},$$

де H_i – гравітаційний модулятор i -го міста (містечка) в системі міст, n – загальна кількість міст (містечок) дослідження, V_i – якісна ознака розвитку

промислового виробництва міста (містечка) i , V_j – якісна ознака розвитку промислового виробництва інших міст (містечок), що включені в дослідження, R_{ij} – відстань від i -го міста (містечка) до інших міст (містечок). Для проведення конкретних розрахунків за цією формулою нами була створена комп'ютерна програма на основі мови програмування Delphi.

Як показали проведені дослідження, саме цей метод найбільш адекватно відображає рівень агломерованості (сформованості агломераційного ефекту) промислового виробництва у розрізі низових адміністративних районів (в якості опорних точок для розрахунку відстаней доцільно взяти адміністративні центри районів та неадміністративні міста (міські ради), що розвиваються в їх межах). На основі цього методу можна виділити ті території високого рівня економічної ефективності виробництва, які сформувались саме завдяки агломераційному ефекту, відкидаючи випадкові показники та ті зони підвищеної ефективності, що мають інші неагломераційні фактори формування і розвитку (тобто сформувались в межах спеціальних (вільних) економічних зон, територій пріоритетного розвитку, на основі масового залучення інвестицій і трудових ресурсів тощо).

Наступним етапом дослідження є виділення на основі промодульованих даних окремих кластерів територій різного рівня агломеративності. Як показали проведені нами дослідження, використання класичного кластерного аналізу, який входить до стандартизованого набору статистичних функцій (наприклад, до пакету комп'ютерних програм обробки статистичного матеріалу Statistica 6.0 розробленого компанією Statsoft, Inc.) має низьку ефективність застосування, оскільки в ньому не враховуються можливості існування нелінійних залежностей між вхідними даними та власне емерджентність агломерованої системи.

Більш ефективним методом кластеризації, на нашу думку, має бути побудова так званих „карт самоорганізації” Кохоннена, заснована на групуванні певного масиву даних за допомогою нейромереж. Цей метод здійснює кластеризацію показників на основі глибокого вивчення їх взаємопов'язаності не за рахунок механічного співставлення даних, а через встановлення складних нелінійних залежностей між вхідними та вихідними параметрами. На думку ряду учених, побудова кластерів „карт самоорганізації” Кохоннена є ефективним інструментарієм для аналізу процесів просторової взаємодії і взаємопов'язаності різних процесів і явищ певної території [5].

Обробка промодульованих даних економічної ефективності виробництва (у розрізі окремих адміністративних районів та міськрад) за методом нейромереж Кохоннена дає змогу виділити декілька груп кластерів, що характеризуються різним рівнем агломеративності. При чому, як показали проведені дослідження, в межах поліцентричних агломерацій (якими в дослідженні виступають Донецько-Макіївське та Дніпропетровсько-Дніпродзержинське промислово-агломераційні утворення) ефективно виділяється чотири кластери: високоагломерованих, середньоагломерованих, схильних до агломерування та неагломерованих територій. Фактичною

зоною агломерування в такому випадку слід, на нашу думку вважати, лише високоагломеровані та окремі частини середньоагломерованих районів. Схильні до агломерування та неагломеровані території характеризуються ослабленим проявом агломераційного ефекту і не входять до зони агломерування. Проте перші з них мають певні перспективи входження до складу агломерованих територій, що відкриває широкі можливості до прогнозування напрямків подальшого розвитку промислових агломерацій.

Отже, інтерпретація даних кластеризації за методом нейромереж Кохоннена в умовах поліцентричних старопромислових агломерацій має ряд особливостей. По-перше, як показали проведені дослідження, території низових адміністративних районів тих областей, які утримують вищезазначені агломерації, слід поділяти на чотири кластери: високоагломеровані, середньоагломеровані, схильні до агломерування та неагломеровані. Це пояснюється формуванням значно меншого агломераційного ефекту в районах старопромислового освоєння, оскільки в ядрі агломераційних утворень такого типу знаходиться здебільшого не всебічно розвинене та багатофункціональне місто, а місто із яскраво вираженою промисловою функцією (часто монополістичного типу) і недостатнім розвитком соціально- та ринково-орієнтованих функцій. Зона агломерування такого міста має значно вужчі територіальні межі через ослаблений агломераційний ефект і недостатній вплив на ефективність зосередження промислових підприємств.

Аналогічні процеси характерні і для агломерацій, що розвиваються, проте, переважно, через недостатню зосередженість тих видів людської діяльності, що формують суттєві конкурентні переваги розвитку промислового виробництва на агломерованих територіях (комерційної, фінансової, банківської активності, підприємництва, ринкової інфраструктури тощо). Однак, через полікомпонентність таких ядер агломерування та розвиток модульних ринково-орієнтованих виробництв, зона їх впливу може бути ширшою ніж у старопромислових районах.

По-друге, територія старопромислових агломерацій та агломерацій, що розвиваються, через окреслені вище причини, в основному обмежується лише районами високого рівня агломерування. На середньоагломерованих територіях можуть розвиватися окремі агломеровані поселення у найближчому оточенні до районів попередньої групи. Це особливо характерно для регіонів високого рівня індустріального освоєння, які утримують, окрім промислових агломерацій, ще й інші форми локальних ТВК (моно- та поліядерні промислові вузли, промислові ареали тощо). На таких територіях проведення додаткових уточнюючих досліджень рівня агломерованості у розрізі окремих міських поселень та містечок особливо важливі. З їх допомогою можна конкретизувати межі агломерації, поділивши всі поселення високо- та середньоагломерованих територій на 4 кластери.

По-третє, делімітація меж промислових агломерацій, що формуються у старопромислових районах, в середовищі, що високо насичене різними формами локальних ТВК, має завершуватись проведенням поправочної

кластеризації показників економічної ефективності виробництва міських поселень, промодульованих за допомогою матриці відстаней до центрального ядра. Ці дослідження мають значно менший рівень достовірності при значній зоні агломерування, оскільки дають меншу диверсифікацію даних для кластеризації і не враховують сукупну дію урбаністичного середовища. Однак, в обмеженому просторі старопромислових агломерацій, при незначній зоні агломерування, з метою усунення в прикінцевих дослідженнях зон впливу інших локальних ТВК вузлового типу та виокремлення агломераційних, подібні поправочні дослідження мають своє пізнавальне значення.

Делімітація Донецько-Макіївської промислової агломерації

Донецько-Макіївська промислова агломерація відноситься до історично сформованих агломерацій поліцентричного типу, що розвиваються на основі сировинних і трудових ресурсів в країнах з перехідною економікою. Для проведення делімітації Донецько-Макіївської промислової агломерації нами були виконані дослідження ефективності промислового виробництва із їх подальшою модуляцією та кластеризацією методом нейромереж. В результаті було виділено 4 групи адміністративних районів за рівнем їх агломеративності. Це цілком збігається із попередніми методичними розробками, оскільки промислові агломерації, що сформувались в старопромислових районах на сировинній основі володіють менш розвинутою зоною приядерного тяжіння, ніж агломерації столичного типу, або ті, що розвиваються на соціально-інноваційній основі. Це пояснюється ослабленням агломераційного впливу міст-ядер, що орієнтовані здебільшого на розвиток низькоінноваційних та слабодиверсифікованих промислових функцій, а також наявністю додаткових обмежень розвитку агломерованих територій через значну наближеність зон впливу інших локальних ТВК (вузлових, ареальних тощо). Результати моделювання наведені на рис. 1.

Слід зазначити, що обмеженостями застосування методики делімітації промислових агломерацій в даному конкретному випадку виступали програмна неможливість картографічної інтерпретації даних в розрізі територій окремих міст та міських рад, а також неповність статистичного забезпечення по деяким населеним пунктам та районам області.

В результаті кластеризації, були виділені території найбільшого рівня агломеративності – Донецька та Макіївська міські ради (на картосхемі - в межах Шахтарського району), Ясинуватський та Мар'їнський райони.

Ці території визначаються найбільшим рівнем розвитку агломераційного ефекту і повністю входять до першого поясу агломерованих поселень Донецько-Макіївської агломерації. В їх межах, як показали наведені нижче дослідження, розвиваються наступні агломеровані міста: Донецьк, Макіївка, Авдіївка, Харцизьк, Моспино, Ясинувата, Красногорівка, Мар'їнка. Промислові підприємства цих районів мають підвищені показники економічної ефективності виробництва (порівняно з іншими районами області), а також характеризуються наявністю цілого ряду додаткових

переваг розвитку, які забезпечуються близькістю до ядра агломерації, найбільш повним використанням його ринкового середовища, бізнесової і комерційної активності, концентрації капіталу та інформації, а також науково-інноваційних і висококваліфікованих трудових ресурсів.

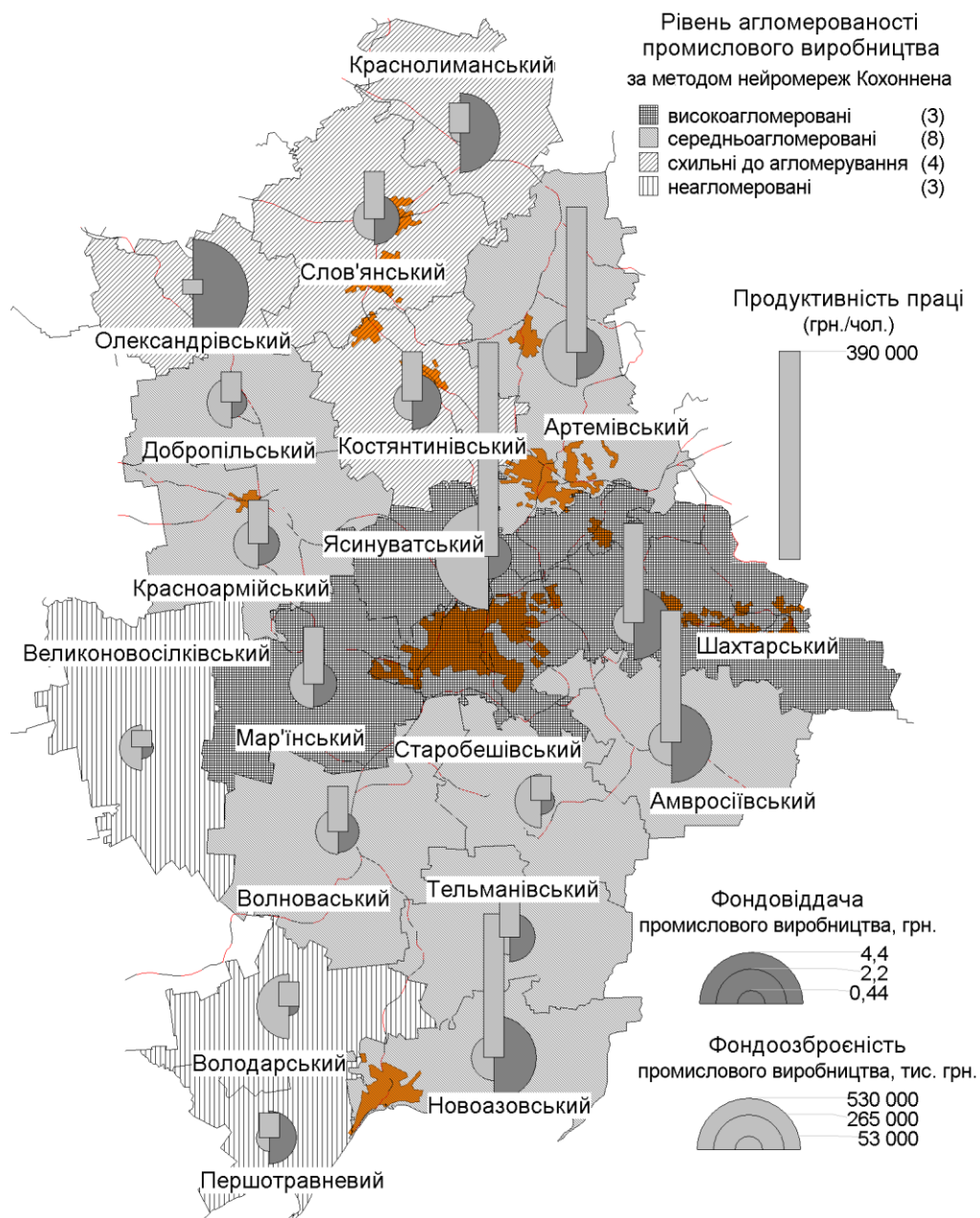


Рис. 1. Рівень агломерованості промислового виробництва Донецької області

Важливе значення в процесах агломерування у старопромисловому районі Донбасу також відіграють виробничі, інфраструктурні, постачальницько-збутові та технологічні зв'язки промислових підприємств в межах крупних державних монополій і фінансово-промислових груп та індустріальних союзів.

Середньоагломеровані території Донецької області розташовані здебільшого навколо регіонів попередньо проаналізованого типу. Це Амвросіївський, Старобешівський, Волноваський, Красноармійський, Добропільський, а також Артемівський, Тельманівський і Новоазовський

райони. Вони не являють собою зону суцільної урбанізації та агломерування, проте характеризуються доволі високим рівнем економічної ефективності виробництва, яка має, переважно, осередкове розміщення. В цих осередках можуть виникати агломеровані поселення другого порядку, переважно в урбанізованих районах, що примикають до високоагломерованих територій. Такими поселеннями, як показали дослідження, проведені у розрізі окремих міст Донецької області, є Іловайськ, Зугрес, Амвросіївка та Докучаєвськ. Три останні райони середньоагломерованої групи не мають відношення до Донецько-Макіївської агломерації, оскільки виходять далеко за межі її урбаністичної системи. Вони потрапили до цього кластеру через розвиток на їх території потужних промислових вузлів (Горлівсько-Єнакіївського поблизу Артемівського району, Маріупольського – в межах Новоазовського району), а також через вигідне суспільно-географічне положення між вузовими та агломераційними промисловими утвореннями області (Тельманівський район). Їх можна розглядати як перспективні території для розвитку агломераційних та надагломераційних форм територіальної організації промислового виробництва. Взагалі, слід зазначити, що поліцентричні агломерації старопромислових районів, як показали попередні дослідження, відрізняються високим ступенем територіальної компактності та сконцентрованості [3]. Агломеровані поселення в них, через ослабленість прояву агломераційного ефекту, а також через високу скупченість інших урбанізованих утворень в регіоні, значно обмежені у просторі і утворюють зону майже суцільного урбанізованого та індустріального освоєння.

Схильними до агломерування є Слов'янський і Костянтинівський, Краснолиманський, Олександрівський райони. Вони, як і неагломеровані території (Великоновоселківський, Володарський, Першотравневий райони) Донецької області, характеризуються низьким рівнем економічної ефективності промислового виробництва і порівняно невеликими (за деяким виключенням) абсолютними показниками індустріального розвитку. Однак, їх схильність до агломерування проявляється в наявності позитивних структурних зрушень в економічних показниках розвитку промисловості, а також у зростанні долі несилових галузей виробництва, функціонування яких пов'язане із відчутним впливом соціальних чинників високоурбанізованих територій.

Для уточнення меж Донецько-Макіївської промислової агломерації нами були проведені дослідження економічної ефективності промислового виробництва у розрізі окремих міст області. Згідно із запропонованою методикою, на високоіндустріальних урбанізованих територіях, що насичені різними компактно розташованими локальними територіально-виробничими комплексами, для виокремлення саме тих елементів, що належать до зони агломерування, показники економічної ефективності промислового виробництва окремих поселень були промодульовані за допомогою матриці найкоротших магістральних відстаней до ядра агломерування. Як зазначалось, цей метод є ефективним при скупченому розміщенні агломерованих поселень і незначній зоні агломерування, яка лімітована

зонами впливу інших локальних ТВК. При значному територіальному поширенні агломераційних процесів модулювання за таким принципом втрачає свою репрезентативність і має бути побудоване за матрицею відстаней до ядра та інших центрів системи, що показуватиме сукупний агломераційний ефект території. Результати кластеризації наведено у таблиці 1.

Табл. 1. Ранжування міст Донецької області (промодульованих на основі матриці найкоротших автомагістральних відстаней до м. Донецьк) за рівнем агломерованості з використанням нейромереж Кохоннена

Високо-агломеровані	Середньоагломеровані		Вузлові та схильні до агломерування	Неагломеровані
	Пн-З. і Пд-С. сек.	Східний сектор		
Донецьк, Макіївка, Ясинувата, Красногорівка Мар'їнка, Докучаєвськ, Харцизьк	Моспине, Авдіївка.	Зугрес, Іловайськ, Амвросіївка	Артемівськ, Артемове, Білицьке, Білозерське, Волноваха, Вуглегірськ, Вугледар, Гірник, Горлівка, Дебальцеве, Дзержинськ, Димитров, Добропілля, Дружківка, Єнакієве, Жданівка, Кіровське, Комсомольське, Костянтинівна, Краматорськ, Красний Лиман, Красноармійськ, Маріуполь, Миколаївка, Новоазовськ, Родинське, Святогірськ, Селидове, Слов'янськ, Сніжне, Соледар, Торез, Українськ, Часів Яр, Шахтарськ, Юнокомунарівськ	Сіверськ, Світлодарськ Новогородівка Курахове.

Яке видно з наведеної таблиці, до Донецько-Макіївської агломерації належать наступні міста Донецьк, Макіївка, Ясинувата, Красногорівка, Мар'їнка, Докучаєвськ, Харцизьк (високоагломеровані поселення), Моспине, Авдіївка, Зугрес, Іловайськ, Амвросіївка (середньоагломеровані поселення). Саме вони визначають межі цього локального промислового утворення, оскільки характеризуються високим рівнем ефективності виробництва, що сформувався на основі територіального наближення до м. Донецьк.

Висновки і перспективи подальших розвідок. Запропонована нами методика делімітації меж поліцентричних промислових агломерацій базується на передовому досвіді вітчизняної і зарубіжної школи економічної і соціальної географії та теорії регіональної економіки. Її апробація на прикладі Донецько-Макіївської і Дніпропетровсько-Дніпродзержинської агломерацій дала позитивні результати та підтвердила пізнавальну цінність запропонованих підходів. Застосування цієї методики може стати ефективним засобом делімітації агломераційних утворень України та інших країн і регіонів світу.

1.Іщук С. І., Гладкий О. В. Київська господарська агломерація: досвід регіонального менеджменту: Монографія. – К.: ВГЛ „Обрії”, 2005. – 240 с. 2.Іщук С. І. Територіально-виробничі комплекси і економічне районування. – К.: Українсько-Фінський інститут менеджменту і бізнесу, 1996. – 244 с. 3.Ксеневич М. Я. Формування функціонально-планувальної структури міст-центрів Донецько-Макіївської агломерації в умовах довгострокового сталого розвитку: Автореф. дис... канд. архітектури: 18.00.04 / Київський національний ун-т будівництва і архітектури. — К., 2000. — 18с. 4.Литвиненко Р. И. Промышленные агломерации СССР и перспективы их комплексного развития // Основные направления комплексного

развития регионов. – К., 1980. 5. Мезенцев К. В. Социально-географическое прогнозирование регионального развития: Монография. – К.: Издательско-полиграфический центр „Киевский университет”, 2005. – 253 с. Fujita M., Thisse J.-F. Economics of Agglomeration: cities, industrial location and regional growth. – Cambridge, Cambridge University Press, 2004. – 466 p. 6. O'Donoghue D., Gleave B. A Note on Methods for Measuring Industrial Agglomeration // Regional Studies. – 2004. – vol. 38.4. – pp. 419-427.

УДК 911.2:502.72

Кирилюк О. В. асп.

Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича

kiriluk_elena@gala.net

ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГІЧНА БАЗА ВИЗНАЧЕННЯ АНТРОПОГЕННОЇ ПЕРЕТВОРЕНОСТІ БАСЕЙНУ МАЛОЇ РІЧКИ

У статті проведено апробацію методик Шищенка П.Г. та Інституту Географії РАН стосовно ступеню антропогенної перетвореності території річкового басейну Гукова. Згідно першої середнє значення становить 5,91, а по другій – 736,589 балів.

In the article approbation of methods of Shischenko P.G. and Institute of Geography of RAS is conducted in relation to the degree of anthropogenic transformation the territory of Gukiv river basin. Concordantly first the mean value is 5,91, and on the second – 736,589 marks.

Постановка проблеми у загальному вигляді. Ключ до стійкого розвитку території полягає у оптимальному використанні та організації життєвого простору. Інструментом, який сприяє оптимальній організації території, є просторове планування. Характерні риси просторового планування – це орієнтація на стійкість та довгострокову перспективу. Одним із різновидів просторового планування ми вважаємо басейнове, тобто те планування, яке базується на басейновому підході.

“Проблемність” малих річок зумовлює різноманітність прикладних досліджень, пов’язаних із вирішенням найболючіших для даного об’єкту проблем. Одним із таких напрямів є визначення антропогенного навантаження та перетвореності малих річкових басейнів, розробка та узагальнення критеріїв визначення стану антропогенної змінності території басейнів (кількісними чи якісними змінами). Жорсткі критерії та універсальні шляхи відновлення річок й водойм не завжди можуть бути здійсненими, що зумовлено великою складністю та різноманітністю факторів їх формування, а також складним антропогенним впливом. При вирішенні задач відновлення для кожної річки необхідно мати надійні дані про їх індивідуальні властивості, референційні умови на водозборі та сучасний стан.

Актуальність дослідження. Важливе місце в дослідженнях, які проводяться з метою вибору та обґрунтування раціональних напрямків природокористування та природоохоронної діяльності, займає розробка критеріїв антропогенного навантаження на навколишнє середовище, зокрема на басейни річок. Останнім часом дедалі більшої актуальності та практичної значимості набувають наукові дослідження, які спираються на основні принципи та ідеї басейнового підходу як універсального “засобу” в

управлінні різними видами природокористування на обмеженій річковим басейном території.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Найважливішими напрямками у дослідженні малих річок та їх долин завжди були і є гідрологічні, гідрохімічні, геолого-тектонічні, геоморфологічні, палеогеографічні, ландшафтні, ґрунтознавчі, біогеографічні, гідробіологічні, суспільно-географічні, рекреаційно-географічні, гідротехнічні, геоecологічні тощо. Ґрунтовний аналіз подібних досліджень проведений Ковальчуком І.П. [3]. Проблемам антропогенної перетвореності річкових басейнів та їх ландшафтів присвячені праці Вишневського П.Ф., Левківського С.С., Ліхо О.А., Мисковець І.Я., Морокова В.В., Рибалової О.В., Соловей Т.В., Тимченко З.В., Хільчевського В.К., Шерешевського А.І., Яцика А.В. та інших.

Ліхо О.А. для визначення рівня перетвореності басейну малої річки з урахуванням основних антропогенних чинників запропоновано здійснювати оцінку за допомогою інтегрального показника рівня антропогенізації при обґрунтуванні моніторингу антропогенних змін в басейнах малих річок Рівненської області та здійсненні районування за ступенем порушеності [4, с.7].

Оцінка антропогенних змін в басейнах малих річок, проведена Мисковець І.Я. Вона підтверджує, що серед пріоритетних чинників її формування є еродованість та деградованість території поверхневою та лінійною ерозією, меліорація, вирубка лісів, переосушення ґрунтів тощо. Ці зміни виражаються індексом антропогенних змін. Кожний екологічний стан є наслідком взаємодії та зіткнення виробничих, соціальних та природничих чинників [5, с.11].

Для оцінки антропогенного навантаження на басейни малих річок Уралу Мороковим В.В. був запропонований комплексний показник, який враховує найважливіші характеристики забруднення води, ступеня використання річкового стоку та інші несприятливі впливи господарської та іншої діяльності населення [7].

Рибалова О.В. пропонує визначати соціально-екологічні проблеми стану басейнів малих річок на базі поєднання гігієнічних та екологічних вимог до визначення ступеня припустимого антропогенного навантаження, а також оцінки впливу водного чинника на стан здоров'я населення [8].

Соловей Т.В. для оцінки антропогенних змін у басейнах малих річок визначався коефіцієнт співвідношення між земельними угіддями з екостабілізуючими та екодестабілізуючими властивостями [10, с.10].

Тимченко З.В. запропонована методика комплексної оцінки геоecологічного стану водних ресурсів малих річок, у якій використовується комплексний показник стану ресурсів малих річок та критерій відносного антропогенного навантаження для різних видів природокористування. Згідно проведених обрахунків для малих річок північного макросхилу Кримських гір виділено три типи територій – стійка, в середньому стійка з осередками

нестійкості, нестійка та складено картосхему геоекологічного стану водних ресурсів річок даного регіону [11].

Швебс Г.І. вважає, що бальні методи оцінки дозволяють отримати якісну та порівняльну характеристику стану оточуючого середовища, гідроекологічних процесів та явищ, що вивчаються, а також здійснити їх картографування. У той же час ці методи оцінки мають певні недоліки: обмежена кількість показників, що характеризують стан водних об'єктів; слабка наукова обґрунтованість; недостатня вивченість та жорсткість при встановленні вагових коефіцієнтів. Однак легкість отримання таких критеріїв підходить для попередньої оцінки та картографування геоекологічного стану водних ресурсів річок [12, с.227].

Яциком А.В. розроблена модель розрахунку антропогенного навантаження і оцінки екологічного стану річки та її басейну за підсистемами: радіоактивне забруднення, використання земельних ресурсів, використання річкового стоку, якості води [13, с.138]. Також запропоновано критеріальні значення показників використання земельних ресурсів у басейнах малих річок України для всіх зон природно-сільськогосподарського районування [13, с.142-143].

Постановка завдання. Основною метою даного дослідження є порівняння різноманітних методик з оцінки ступеня антропогенної перетвореності території річкового басейну та апробування їх безпосередньо на практиці. Для досягнення зазначеної мети були поставлені та вирішені наступні завдання: дати коротку характеристику основним методикам оцінки ступеню антропогенної перетвореності території, проаналізувати стан антропогенної перетвореності басейну річки Гуків, визначити переваги апробованих методик.

Виклад основного матеріалу. З метою оцінки антропогенної перетвореності господарських систем Гофманом К.Г. запропоновано індекс антропогенної перетвореності території U_{am} , який є добутком рангу антропогенної перетвореності цієї території на частку цієї території у загальній земельній площі регіону, а саме: $U_{am} = r_{am} \times g$.

Шищенком П.Г. додатково для врахування глибини антропогенної перетвореності запропоновано формулу [13, с.41-43]: $K_{an} = \frac{\sum_{i=1}^n (r_i \times P_i \times q_i)}{100}$, K_{an} – коефіцієнт антропогенної перетвореності, r_i – ранг антропогенної перетвореності території і-м видом природокористування, P_i – площа рангу, у %, q_i – індекс глибини перетвореності території, n – кількість видів природокористування в межах досліджуваної території. Для кожного виду природокористування встановлено індекс глибини перетвореності. Чим більша площа виду природокористування і вищий індекс глибини перетвореності території, тим більшою мірою перетворений господарською діяльністю регіон.

Геоєкологічний стан річкового басейну можна оцінити за допомогою методу зважених балів [12, с.208]: $K_{ек} = \sum_{i=1}^n P_i \times K_{oi}$, $K_{ек}$ - комплексний показник оцінки екологічного стану басейну річки, K_{oi} – окремі оцінки (використання водних, земельних ресурсів, ґрунтів, радіаційне забруднення тощо) стану водозборів, P_i – вагові коефіцієнти.

Оцінка антропогенного навантаження на басейн малої річки за методикою визначення індукційного коефіцієнта здійснюється за формулою [14]: $I_{КАН} = a \times K_{зр} + b \times K_{рс} + c \times K_{яв}$, де $I_{КАН}$ – комплексний показник (індукційний індекс) антропогенного навантаження на басейн малої річки; a , b , c – вагові коефіцієнти, які у сумі дорівнюють 1,0; $K_{зр}$, $K_{рс}$, $K_{яв}$ – індекси використання земельних і водних ресурсів, якості води та радіаційного забруднення. Для басейну річки Гуків індукційний коефіцієнт антропогенного навантаження має значення $-0,86$, що визначається як “поганий”.

Методика Гейніге та Клементової для визначення показника екологічної стабільності трансформованих природних комплексів враховує співвідношення площі, зайнятої відкритістю, й площі, зайнятої нестабільними елементами довкілля (забудовою, дорогами тощо), що дозволяє прослідкувати ступінь “природності” змінених територій:

$$КЕСЛ = \frac{\sum_{i=1} F_{ст}}{\sum_{j=1} F_{нест.}}, \quad \text{де } F_{ст.} - \text{площі, які зайняті рослинними}$$

угрупованнями, що здійснюють позитивний вплив на природні комплекси; $F_{нест.}$ – площі, зайняті нестабільними елементами [1, с.35 – 36]. Для басейну Гукова $КЕСЛ=4,78$.

Важливе значення у вивченні геоєкологічних властивостей ландшафтів у басейнах малих річок займає територіальний аналіз антропогенного навантаження, розроблений співробітниками Інституту географії Російської Академії Наук, про яку детальніше йтиметься далі [9, с. 11-13].

Наше дослідження ґрунтується на порівнянні методик, запропонованих Шищенком П.Г. [13] та науковцями Інституту географії РАН, та апробованої Соколовим А. для території Оренбурзько-Казахстанського транскордонного регіону. Для визначення площ природокористувань за методикою П.Г. Шищенка, нами була використана комп’ютерна програма, написана авторами [2] в середовищі *Delphi 7*. Дана версія програми рахує задану площу на бітовому зображенні і видає результат у відсотках до рахованої площі (Рис. 1). Принцип роботи програми ґрунтується на підрахунку кількості пікселів однакових значень RGB.

Коефіцієнт антропогенної перетвореності у межах басейну змінюється у діапазоні від 2,1 до 9,2.

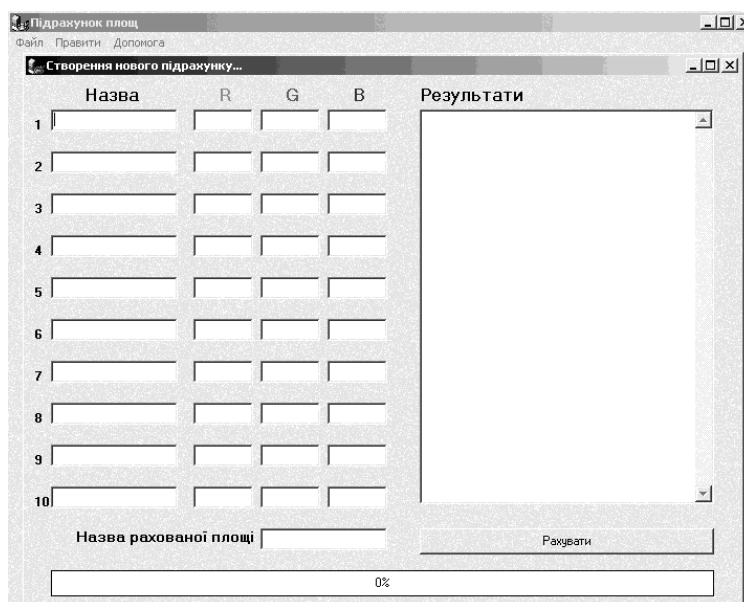


Рис. 1. Вигляд програми для підрахунку площ видів природокористування

Відсоток підрахованих площ за різними видами природокористування показаний у таблиці 1. Середнє значення по басейну становить 5,91. Антропогенну перетвореність басейну р. Гуків нами оцінено за наступною шкалою: слабо перетворені ($K_{ap} < 2,8$); перетворені ($K_{ap} = 2,81 - 4,6$); середньо перетворені ($K_{ap} = 4,61 - 6,4$); сильно перетворені ($K_{ap} = 6,41 - 8,2$); дуже сильно перетворені ($K_{ap} > 8,2$).

Таблиця 1. Види природокористування, характерні для басейну річки Гуків

№ п/п	Вид природокористування	Ранг антропогенної перетвореності	Індекс глибини перетвореності	Площа		
				Км ²	га	%
1	Природоохоронні землі	1	1,0	0,04	4,0	0,04
2	Ліси	2	1,05	43,83	4383	39,14
3	Болота	3	1,1	0,28	28	0,25
4	Пасовища та сінокоси	4	1,15	10,94	1094	9,77
5	Сади та виноградники	5	1,2	2,1	210	1,88
6	Рілля	6	1,25	35,36	3536	31,58
7	Сільські населені пункти	7	1,3	19,06	1906	17,02
8	Міські населені пункти	8	1,35	0	0	0
9	Водосховища, ставки	9	1,4	0,22	22	0,2
10	Транспортні магістралі	10	1,5	0,01	1,0	0,01
11	Промислові землі	11	1,55	0,04	4,0	0,04
12	Гірничопромислові землі	12	1,6	0,05	5,0	0,05
Загальна площа басейну річки				112,0	11200	100
Площа басейну за сумою площ видів природокористування				111,93	11193	99,98
Похибка				+0,07	+7	+0,02

Згідно територіального аналізу антропогенного навантаження вплив на ландшафти малого річкового басейну оцінюється за видами використання земель та характеру заселення території (щільність сільського населення). Кожному виду використання земель відповідає певний ступінь антропогенної

дії на територію. У порядку зростання навантажень на природні ландшафти виділяються наступні групи використання земель

1. *Невживані землі* або використовувані переважно в природному вигляді (природоохоронні, мисливсько-промислові, природно-рекреаційні).

2. *Сільськогосподарські землі з порівняно малим ступенем перетворення природного середовища* (сінокоси, пасовища, багаторічні насадження).

3. *Сільськогосподарські землі зі значним ступенем перетворення природного середовища* (орні).

4. *Забудовані землі* (землі поселень, транспорту, промисловості, порушені землі).

Оцінка кожного виду використання земель проводиться в межах деякого інтервалу балів. З урахуванням чинників, характерних лише для певної території, ця бальна оцінка піддається коректуванню, яке визначається тісністю зв'язку антропогенного навантаження з видами використання (таблиця 2).

Таблиця 2 .Бальна оцінка землекористування, що визначає ступінь антропогенного навантаження

Чинник	Ранжування кількісного навантаження за бальною системою
Забудовані землі (поселень, промислові, транспортні, порушені)	< 1 % - 13 балів 1-10 % - 14 балів > 10 % - 15 балів
Сільськогосподарські землі з високою інтенсивністю землекористування (орні)	< 1 % - 9 балів 1-10 % - 10 балів 10-30 % - 11 балів > 30 % - 12 балів
Сільськогосподарські землі з порівняно малою інтенсивністю використання (сіножаті, пасовища)	< 10 % - 4 бали 10-30 % - 5 балів 30-50 % - 6 балів 50-70 % - 7 балів > 70 % - 8 балів
Невживані землі (природоохоронні, рекреаційні і ін.)	< 10 % - 3 бали 10-30 % - 2 бали 30-60 % - 1 бал > 60 % - 0 балів
Чинник збільшення ступеня антропогенного навантаження (щільність населення)	< 1 - 1 бал 1-10 - 2 бали > 10 - 3 бали

Для обчислення сумарного антропогенного навантаження використовується наступна формула: $A_n = \sum_{i=1}^n S_i \times B_i$, де S - площа виду (i -го) використання земель, в %; B - бальна оцінка антропогенного навантаження по i -му виду з урахуванням коректування за додатковими чинниками; n - число груп.

Для умов басейну Гукова методика Інституту РАН нами дещо

підкорегована – до сільськогосподарських земель з високою інтенсивністю використання додано землі, зайняті під садами та виноградниками, а до невживаних земель – ліси та болота (Таблиця 3).

Таблиця 3. Бальна оцінка землекористування у басейні річки Гуків

Чинник	%	Кількість балів
Забудовані землі	17,12	15 балів
Сільськогосподарські землі з високою інтенсивністю землекористування	31,58	12 балів
Сільськогосподарські землі з порівняно малою інтенсивністю використання	9,77	4 бали
Невживані землі	39,43	1 бал
Чинник збільшення ступеня антропогенного навантаження		3 бали
Загальна кількість балів		738,589

Значення показника сумарного антропогенного навантаження для басейну Гукова змінюється від 0 до 1500 балів (за номенклатурними квадратами, яких виділено нами 142) – від квадратів з абсолютним переважанням рекреаційних територій до квадратів з забудованими землями під сільськими населеними пунктами. Середнє значення по басейну становить 738,589 балів.

Висновки. Апробовані методики Шищенка П.Г. та Інституту РАН підходять для природних та антропогенних умов басейну річки Гуків. Згідно обох методик виходить, що найбільш перетвореними є території під сільськими населеними пунктами. Високе поселенське навантаження у басейні (115чол/км²) призводить до забруднення природного середовища річкового басейну (складування побутових відходів). Додаткове навантаження на заплавно-русовий комплекс, порушення руслового режиму створює прокладання транспортних шляхів, будівництво ставків, мостів, берегоукріплень, обвалування русел.

1. Дем'яненко С.О. Теоретико-методологічні аспекти вивчення антропогенної трансформації геосистем // Фізична географія та геоморфологія. – К.: ВГЛ Обрії, 2005. – Вип.49. – С.108-115. 2. Кирилюк О., Кирилюк С. Сучасний стан антропогенної перетвореності території басейну річки Хуків // Наукові записки Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського. Серія: Географія – Вінниця, 2006. – Вип. 11. – С.73 – 79. 3. Ковальчук І.П. Географічні дослідження річок і річкових долин в Україні // Історія української географії: Частина I. Збірник матеріалів третьої Міжнародної наукової конференції, присвяченої 80-літньому ювілею академіка Степана Рудницького. – Тернопіль, 2007. – С.76 – 80. 4. Ліхо О.А. Обґрунтування моніторингу антропогенних змін в басейнах малих річок : Автореф. дис...канд.с/г. наук (06.01.02). – К., 1998. – 17с. 5. Мисковець І.Я. Антропогенні зміни в басейнах малих річок (на прикладі Волинської області): Автореф. дис...канд.геогр.наук (11.00.11). – Чернівці, 2003. – 20с. 6. Мороз О.С., Свидницька В.Б. Аналіз трансформованості міських ландшафтів // Вісник національного університету водного господарства та природокористування: Збірник наукових праць. – Рівне, 2005. – Вип.4 (32). – Ч. 1. – С.32 – 37. 7. Мороков В.В. природно-экономические основы регионального планирования охраны рек от загрязнения. – Л.: Гидрометеиздат, 1987. – 297с. 8. Рыбалова О.В. Метод идентификации бассейнов малых рек с низкой устойчивостью к антропогенной нагрузке // Экология довкілля та безпека життєдіяльності. – 2004. – №2. – С. 23-27. 9. Соколов А.А. Геоэкологические аспекты устойчивого развития в Оренбургско-Казахстанском трансграничном регионе: Автореф. дисс....канд.геогр.наук (25.00.36). – Астрахань, 2008. – 18с. 10. Соловей Т.В. Оцінка впливу гідрологічних чинників на якість води річок басейну верхнього Пруту в маловодний період року: Автореф. дис. ... канд.геогр.наук (11.00.11). – Чернівці, 2004. – 20с. 11. Тимченко З.В. Оцінка геоecологічного стану водних ресурсів малих річок (на прикладі північного

макросхилу Кримських гір): Автореф. дис...канд.геогр.наук (11.00.11). – Сімферополь. – 22с. 12.Швебс Г.І., Ігошин М.І. Каталог річок і водойм України: Навчально-довідковий посібник / За ред. Є.Д.Гопченка. – Одеса: Астропринт, 2003. – 392с. 13.Шищенко П.Г. Прикладная физическая география. – К.: Вища школа, 1988. – 192с. 14.Яцик А.В. Водогосподарська екологія: у 4 т., 7 кн. – К.: Генеза, 2004. – Т.3, кн.5. – 496с.

УДК 911.3

Макаренко П.О., канд. геогр. наук, н.с.
Інституту географії НАН України,

Інноваційна та логістична складові автомобілебудування: суспільно-географічний аспект

Інновації є найважливішим чинником розвитку автомобілебудування (АБ). У промислово розвинених країнах інновації в цю галузь становлять приблизно 18 млрд. дол. Розвиток автомобільної промисловості України на сучасному етапі залежить від ефективності впровадження інноваційних програм. На сучасному етапі відбувається перетворення принципу "точно-в-строк" у більш прогресивний – "в-точний-послідовності". SCM включає не тільки "традиційну" логістику, але і відповідні виробничі процеси, інформаційні й грошові потоки.

Innovations are the major factor of development of motor industry. In industrially advanced countries of an innovation in this area make approximately 18 billion dollars. Development of motor industry of Ukraine at the present stage depends on efficiency of introduction of innovational programs. At this point there is a transformation of a principle "just-in-time " in more progressive - "just-in-sequence". SCM includes not only a "traditional" logistics, but also corresponding productions, information and cash flows.

Постановка наукової проблеми. На прикладі автомобілебудування чітко видно значення інноваційних процесів в збільшенні конкурентноздатності підприємств різних галузей та зростання ролі логістики, зокрема виробничої, в збільшенні конкурентноздатності підприємств різних галузей. Однак ще недостатньо вивчено виробничу логістику в територіальному аспекті та роль впровадження в АБ інновацій в країнах з різним типом економічного розвитку.

Основні дослідження та публікації. В науковій літературі та інших джерелах інформації розглядається впровадження інновацій в різних галузях, і, зокрема, в автомобільній промисловості. Також наводяться дані про бурхливий розвиток логістики за останні 20 років, у тому числі й виробничої.

Невиділені раніше частини проблеми. Потребують вивчення особливості впровадження інновацій на автомобілебудівних підприємствах країн, що знаходяться на різних етапах економічного розвитку. Потребують детальнішого вивчення особливості геопросторової організації логістичних процесів на автомобілебудівних підприємствах.

Метою статті є вивчення впливу інноваційних процесів на розвиток автомобілебудування в промислово розвинутих країнах і країнах з перехідною економікою а також розкриття принципів логістики та її геопросторової складової на автомобілебудівному підприємстві.

Науково-дослідні і виробничо-конструкторські розробки (НДВКР) відіграють дуже важливу роль у розвитку автомобілебудування. В кінці 20-го – на початку 21 ст. дослідження і розробки для потреб автомобілебудування здійснюються переважно у наступних напрямках: мінімізація викидів шкідливих речовин, зменшення питомих витрат палива, покращення безпеки і технічних показників.

В сучасному світовому господарстві визначальними є інноваційні моделі розвитку. Найбільше на дослідження і розробки (R&D) витрачає сектор інформаційної техніки (hardware). На нього припадає 20% всіх інвестицій у світову економіку. (При цьому помітно ростуть витрати на R&D з боку компаній-розробників програмного забезпечення (software) і провайдерів послуг). На другому місці після сектору hardware за витратами на дослідження і розробки йде автобудівна промисловість – її частка складає 19%. Наступні позиції займають фармацевтична промисловість і сектор біотехнологій — на які припадає 18% усіх вкладень у R&D у світі. [2. 28.10.2004]

Лідерами в IT-секторі є IBM і Nokia – кожна з них витрачає на дослідження і розробки по \$5 млрд. Далі по списку - Microsoft (\$4,6 млрд.), потім Intel (\$4,3 млрд.) та Ericsson (\$4 млрд.). В автобудівній промисловості більше всіх у R&D у 2003 році інвестували компанії Ford (\$7,5 млрд.) і DaimlerChrysler (\$7 млрд.), Volkswagen – 5,0 млрд. дол. частки витрат на НДКР (у %) в обороті деяких великих автомобільних концернів у 2002-2003р.р. становила у Volkswagen – 4,4; BMW – 4,3; Ford – 4,5; Toyota – 3,9; DaimlerChrysler – 3,9; Peugeot-Citroen – 3,4; Renault – 5,6; General Motors – 3,5. [7. №14].

Дуже важливим є також вірність вибору напрямку розвитку. Так, Volkswagen покладає особливі надії на автомобілі не класа „люкс”, а на популярні моделі, що орієнтуються на масовий попит. Важливість інвестицій, успіх яких проявиться лише через декілька років, ілюструє дослідження Центру Європейських економічних досліджень (ZEW), згідно якого автомобільні концерни ФРН, які в середині 90-х років ґрунтовно модернізували цілий спектр моделей, змогли за рахунок цього збільшити свої об’єми такими темпами, які суттєво переважають середні темпи зростання інших галузей. В 2001 р. вони отримали понад 10% обороту за рахунок нових моделей. Для порівняння: в обробних галузях промисловості Німеччини цей показник дорівнює лише 8% [7. №14].

Ця закономірність прослідковується також і на макроекономічному рівні. Майже 90% приросту внутрішнього валового продукту розвинутих країн забезпечується за рахунок упровадження нових технологій. В цьому процесі роль держави істотно вище, ніж при традиційному регулюванні економічної діяльності. Останнє пояснюється тим, що науково-технічний прогрес неминуче пов'язаний з невизначеністю, а часом і високими ризиками. Інноваційна статистика показує: для того, щоб довести один винахід до комерційного успіху, необхідно опрацювати не менше сотні науково-технічних ідей [4]. У США та у Європі частка держави у фінансуванні

науково-дослідних і дослідно-конструкторських розробок досягає 50% (в Японії - менше). Причому значна частина цих коштів освоюється приватними фірмами, хоча приватному капіталу, орієнтованому на максимізацію поточних прибутків, найчастіше не вигідно займатися освоєнням нових технологій, прибутки від впровадження яких перенесені на майбутнє. Існує закономірність: приватні фірми починають упроваджувати нововведення, коли інвестиції в традиційні напрямки стають ризикованими. Стимулом упровадження нововведень є не прагнення отримати прибуток, а ризик неповернення грошей від інвестицій у застарілі технології. І тоді з'являються нововведення, що дають колосальний ефект (фордизм, тойотизм тощо).

Необхідність впровадження інновацій підтверджується також досвідом компаній, які нехтували цим фактором. При порівняльному аналізі списків тисячі сучасних провідних корпорацій і корпорацій, що лідирували 50 років назад, можна бачити, що список обновився більш ніж на дві третини. Це свідчить, що керівники багатьох великих успішних, фірм схильні до інерції мислення, тобто до тиражування старих технічних і управлінських рішень. У результаті їхні компанії гинуть у ході конкурентної боротьби на черговій хвилі науково-технічного прогресу. Коли "прориваються" нові фірми з новими ідеями, новими технологіями, вони "знецінюють" капітал і кваліфікацію людей, зайнятих у старих компаніях. Це в особливій мірі стосується автомобілебудування. Наприклад, такі автокомпанії, як Студебеккер, Іспано-Сюїза, Паккард і багато інших припинили своє існування у зв'язку з вищенаведеним.

Технологічна революція стала одним із факторів, які зміцнили позиції США, ЄС і Японії в сучасному світі. Інновації допомогли вирішити проблему конкурентоспроможності товарів цих країн на світових ринках. Досягти цього вдалося шляхом «монетизації» відносин між дослідниками — авторами інновацій та споживачами результатів науково-дослідних і дослідно-конструкторських робіт. Результатам наукового пошуку було надано статус «товару» шляхом встановлення режиму охорони інтелектуальної власності, сформульовано принципи й механізми зміни власника — «торгівлі» цими «товарами». Звичайно, такі процеси відбувались і в інших розвинених країнах світу, проте глибоко продумана державна науково-технічна політика, бюджетні інвестиції, відповідне законодавство, диверсифікація механізмів впровадження інновацій у секторальному, галузевому та регіональному розрізі — ці складові американського «технологічного чуда» у комплексі не мають аналогів [9].

На відміну від розвинутих країн, країни з перехідною економікою, і серед них Україна, лише зараз починають усвідомлювати необхідність підвищення конкурентоздатності власних товарів за рахунок сприяння інноваційним процесам у ключових галузях, зокрема АБ. У попередні 15 років цьому питанню не приділяли належної уваги. Нині частка України у світовому обсязі торгівлі наукомісткою продукцією становить лише 0,1%. Продукція українських підприємств оновлюється в середньому не менше як

за п'ять і більше років. Найчастіше інновація зводиться до удосконалення наявного прототипу, а нова продукція, вперше освоєна в Україні, становить лише 4,1%. З наведеного випливає, що технічний рівень української продукції здебільшого не відповідає сучасним вимогам. [10].

У 21 столітті Україна зустрічається з новими вимогами в сфері керування процесами інноваційної активності і науково-технічного прогресу. В цій галузі ефективність державної політики може визначити конкурентноздатність продукції АВ нашої країни. Досвід США свідчить, що ключовим елементом успіху діяльності із трансферу та комерціалізації технологій є сильна державна політика, фінансова, законодавча й організаційна підтримка урядових агентств. Державна політика України у науково-технічній галузі повинна ґрунтуватись на адекватному законодавстві, гнучкій системі дослідницьких установ з урахуванням національних інтересів, регіональних та галузевих особливостей, наявних ресурсів тощо. Фінансувати з державного бюджету слід насамперед ті розробки, які розраховані на щонаймасовіше впровадження, при цьому доцільно враховувати, що, у галузевому розрізі, найвищим попитом на світовому ринку користуються біотехнології, медицина, інформаційні технології і, в деякій мірі, автомобілебудування.

Територіальна структура автомобільної промисловості на рівні компаній має наступні особливості:

1) зосередження управлінських структур верхньої ланки в ключових центрах розвитку автомобільної промисловості (Детройт, Турин, Мюнхен, Тойота та інш.) та в так званих "світових містах" (Нью-Йорку, Парижі, Токіо, Лондоні і деяких інших);

2) розміщення управлінських структур середньої ланки в межах великих міських агломерацій промислово розвинутих країн, що спеціалізуються на автомобілебудуванні, а також у столицях "нових індустріальних країн" (НІК) і в столицях деяких країн „периферії” світового господарства;

3) концентрація підрозділів НДКР у промислово розвинутих країнах у районах з великим науковим і інноваційним потенціалом і районах розміщення високотехнологічних виробництв (навколо науково-дослідних центрів, а також у межах великих міських агломерацій). Наприклад, у США головним районом зосередження підрозділів НДВКР автомобілебудівних ТНК (у тому числі японських) є пригород Детройта, що одержав назву "Automation Alley" [1];

4) зосередження високотехнологічних стадій виробничого процесу в межах різних по площі "спеціалізованих" районів промислово розвинутих країн, таких як Automation Alley чи Тойота-сіті, розташований у 25 км від японського міста Нагоя;

5) розміщення стандартизованих виробництв або в периферійних районах промислово розвинутих країн, або в межах міських агломерацій НІК і деяких країн „периферії” світового господарства [4. стор. 21-26].

Крім технологічних інновацій, в автомобільній промисловості в останній чверті XX ст. мали місце організаційні інновації, метою яких було надання ще більшої гнучкості виробничому процесу. До них відносяться такі інновації, що стосуються взаємин головних підприємств, що займаються остаточною збіркою автомобілів, і їхніх постачальників. Історично постачальники комплектуючих виробів розташовувалися в безпосередній близькості від складальних підприємств, у результаті чого утворювалися специфічні агломерації підприємств, описані на початку XX в. німецьким вченим А. Вебером. У 60—70-і рр. внаслідок широкого поширення стратегії *global sourcing* ця тенденція стала менш очевидною. Однак на початку 1980-х рр. переваги, зв'язані з агломеруванням підприємств стали знову виходити на перший план.

Новітньою тенденцією стала видозміна принципу "just-in-time" ("точно-в-строк") у принцип "just-in-sequence" ("в-точній-послідовності"). "Системні" постачальники поставляють продукцію безпосередньо на конвеєр не тільки "точно-в-строк", але вже й у тій послідовності, що необхідна [3].

При постфордистській моделі організації виробництва логістика, під якою спочатку розуміли лише керування матеріально-технічним забезпеченням, товарно-матеріальними запасами (тобто організацію постачання і збуту) і якій приділялася скоріше другорядна роль, починає відігравати провідну роль [1, 8]. Відповідно до останніх досліджень логістика розглядається як системоутворюючий фактор, пов'язаний з усім підприємством, а не тільки з окремими його частинами.

У середині 1990-х рр. з'явилося поняття "Supply Chain Management" (SCM, менеджмент "ланцюгів постачання"), що зараз усе більше визначає сутність логістики. Він включає не тільки фізичні процеси виробництва, складування, поширення і транспортування, але і супровідні їм нематеріальні потоки, що протікають у зворотному напрямку, які й приводять до функціонування "постачальницьких ланцюжків", грошові потоки. Іншими словами, SCM включає не тільки "традиційну" логістику, але і відповідні виробничі процеси, інформаційні і грошові потоки. Актуальність концепції SCM пояснюється тим, що вона сприяє підвищенню конкурентноздатності підприємства в цілому за рахунок поліпшення маркетингу, більш повного задоволення потреб клієнтів, різкого зниження витрат завдяки оптимізації ланцюжків "постачання" і за рахунок збільшення адаптивності підприємства до умов, що постійно змінюються. Концепцію SCM активно розробляв відомий американський економіст Майкл Портер, що висловив ідею, що цілісний (системний) розгляд і оптимізація процесів на підприємстві більш ефективна, ніж ізольована оптимізація окремих функцій [1].

Як же виглядає конкретно організація логістичних процесів на великому складальному підприємстві відповідно до концепції SCM? Розглянемо як приклад завод з виробництва легкових автомобілів "Мерседес" концерну "Даймлер-Крайслер" у Зіндельфінгені (під Штутгартом, ФРН). Щодня на завод надходить 720 вантажівок і 50 залізничних вагонів з комплектуючими. У результаті виробляється близько 2 тис. автомобілів на

добу (у 2000 р. було зроблено 460 тис. автомобілів). 500 автомобілів (25% добового виробництва) забирають безпосередньо покупці, іншу продукцію відвозять 110 вантажівок (45%) і 45 вагонів (30%).

Завод "Мерседес" у Зіндельфінгені являє наочний приклад постфордистської моделі організації виробництва, що характеризується дрібносерійним виробництвом великого числа модифікацій високоякісної продукції, найчастіше ексклюзивної продукції з урахуванням побажань конкретного замовника. У Зіндельфінгені вся продукція виробляється по індивідуальних замовленнях. Автомобіль однієї і тієї ж комплектації повторюється на "Мерседесі" лише кожні 2 роки. Тому велика частина комплектуючих (75%) виробляється індивідуально і лише 25% — серійно. Наприклад, нараховується 900 різних варіацій двигуна, більш 800 тис. (!) варіацій сидінь (покриття, контури, колір, наявність підігріву, автоматичного підстроювання). Сказане вище підтверджує важливість ефективної організації логістики в цілому. Вирішальну роль грає інформаційне забезпечення всіх логістичних процесів. Для цього створюються і впроваджуються спеціальні інформаційні системи. На "Мерседесі" це — "Automotive SECAM" (на базі інтегрованої моделі організації процесів і даних), що пронизує всі потоки і дозволяє здійснювати координацію "ланцюгів постачання" [5. стор.104-110].

На заводі в Зіндельфінгені весь логістичний центр (Center Logistik) складається з трьох відділів відповідно до основних процесів логістики:

1. Процес обробки замовлень клієнтів, що включає весь "ланцюжок постачання", починаючи від замовлення автомобіля до його постачання. Розробляється програма і здійснюється навігація і моніторинг вироблених автомобілів по усьому виробничому циклу.

2. Процес створення продукції. Сюди включаються науково-дослідні і виробничо-конструкторські розробки (НДКР), співробітництво з контрагентами, аналіз зрушень на споживчому ринку, визначення і розвиток перспективних напрямків, впровадження інновацій. Можливим стає прогноз потреб в комплектуючих у майбутньому. Розробляється новий продукт і концепція виробничої логістики для нової моделі.

3. Закупівля і постачання матеріалів і готової продукції (у т.ч. і координація монтажу на складальному заводі).

Постачання великого числа різноманітних комплектуючих організовані відповідно до принципу "точно-в-строк". Це пов'язано з тим, що одночасно нереально зберігати на складі всі 1500 варіацій кузова. Субпідрядники за кілька днів до монтажу одержують точні параметри комплектуючих, продукція зазвичай поставляється за 2-4 години до монтажу (своєчасність доставки вимірюється декількома годинами). При цьому контрагенти несуть повну відповідальність за якість комплектуючих, що постачаються на складальне підприємство. Комплектуючі позначаються для ідентифікації спеціальними штрих-кодами (часто вже контрагентом чи навіть його постачальниками), щоб можна було точно простежити їхній маршрут і оптимізувати потоки. Завдяки реалізації принципу "точно-в-строк"

практично зникає потреба в складах, витрати значно скорочуються за рахунок наявності на складі обмеженої кількості продукції і коротких термінів збереження. [8].

При виробництві одного автомобіля на заводі "Мерседес" використовується більш 20 тис. компонентів, причому 75% з них виготовляються на замовлення. Найважливішу роль грають близько 100 "системних" постачальників, що функціонують відповідно до принципу "в-точній-послідовності" (це головним чином уже готові блоки, наприклад, панель керування). Кінцеві виробництва і склади "системних" постачальників розташовуються в безпосередній близькості від складального заводу (у радіусі 3 км).

Комплектуючі від "системних" постачальників постачаються перед кінцевим монтажем безпосередньо на складальний конвеєр, причому вже "в-точній-послідовності". Тим самим формуються промислові парки (industrial parks) навколо складального заводу. Для зведення до мінімуму ймовірності збоїв у постачаннях інші найважливіші постачальники заводу розташовуються в радіусі 200-300 км. У випадку заводу "Мерседес" у Зіндельфінгені ця відстань складає 230 км (аж до Франкфурта-на-Майні), інші ж постачальники представлені по усьому світі: Румунія (продукція з деревини), ПАР (вироби зі шкіри) та ін. [6].

Важливо підкреслити, що в логістичні ланцюжки окремих складальних підприємств включається величезне число підприємств, що створюють визначену ієрархію чи сіткові структури (до 5-6 рівнів постачальників) на обмежених за площею територіях. "Сіткова структура" являє собою агломерацію промислових підприємств, що складається зі складального підприємства, постачальників готових вузлів (постачальників першого ступеня), що мають, у свою чергу, власних постачальників (постачальників другого ступеня), що, як правило, також працюють за принципом "точно-в-строк"; "сіткові структури" часто нараховують кілька ступенів.

Висновки. Таким чином, в результаті функціонування автомобільного підприємства формуються територіальні кластери, що пронизують своїми зв'язками значну територію. Формування цих кластерів відбувається на ринковій основі. Описані кластери піддаються постійній трансформації і виживають тільки ті елементи, що можуть запропонувати найбільш конкурентноздатну продукцію відповідно до сучасних вимог логістики.

Інноваційні рішення, отримані під час виконання НДВКР, є вирішальними чинниками розвитку сучасної промисловості і створення конкурентоздатної продукції, в тому числі в автомобілебудуванні. В країнах з перехідною економікою, тобто „напівпериферії”, спостерігається тенденція недостатнього фінансування інноваційної діяльності, що призводить до зведення інноваційної діяльності до вдосконалення вже існуючих прототипів.

1. География инновационной сферы мирового хозяйства. / Под ред. Н.С. Мироненко. – М., «Пресс-Соло», 2000. – 384 с. 2. IT-ринок витрачає на інновації більше всіх. 28.10.2004 — Cnews.ru. http://www.management.com.ua/news/index.php3?news_date=2004-10-28 3. Конкурентоспособность в системе мирового хозяйства: пространственный анализ. / Под ред. Н.С. Мироненко. – М., «Пресс-Соло», 2002. – 472 с.

Кравцов П. А. Особенности макротерриториальной концентрации мировой автомобильной промышленности // Вестник Моск. Ун-та. Серия Географ. – 2001. – №2. – С. 21 – 26. 4.Макаренко П.А. Особенности функционирования рынка импортных автомобилей на территории Украины на примере СП «Джерман Моторз». В сб.: Направление географии мирового развития. – М., Типография г. Москва. – 2003. – С. 104-110. 5.Материалы Германо-Российского коллоквиума Штутгартского университета 22-28.01.2001. – Экономика промышленности №4, 2001. – 212 с. 6.НИОКР в автомобильной промышленности США. БИКИ. 06.02.2003 - №14. – 12 с. 7.Синцеров Л.М. Развитие производственно-территориальной структуры обрабатывающей промышленности Западной Европы в эпоху НТР (на примере автомобилестроения). Дисс. ... докт.геогр. наук. - М., 1992. – 266 с. 8.Association des Constructeurs Europeens d'Automobile (ACEA), European Union - Economic Report, Brussels, ACEA, 2003, available at: <http://www.acea.be/ACEA/ER0603-InternetVersion.pdf>. 9.European Council for Automotive R&D - EUCAR, Master Plan 2000, EUCAR website, 2000, available at: <http://www.acea.be/EucarInternet/start.html>.

УДК 911.3

Лопаткін І. О., студ 5 курсу
Київський національний університет імені Тараса Шевченка
korsarx@bk.ru

АНАЛІЗ ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ СТРУКТУРИ СФЕРИ ПОСЛУГ ОБОЛОНСЬКОГО РАЙОНУ МІСТА КИЄВА

Проведено аналіз рівня забезпеченості жителів Оболонського району комплексом суспільних послуг. Виявлено особливості розміщення закладів обслуговування по його території. Встановлено специфіку територіальної структури сфери послуг. З'ясовано елементи структури та їх спеціалізацію. Запропоновано шляхи покращення обслуговування населення району.

The providing level of the Obolonsk' district inhabitants by the complex of public services is analyzed. The peculiarities of service establishments locating all over the territory are found. The specificity of territorial structure of the service sphere is set. The elements of structure and their specialization are explored. The directions of the service population improvement of the district are proposed.

Постановка проблеми. Останнім часом столиця України активно розбудовується, але при цьому не вирішується проблема забезпеченості її мешканців комплексом суспільних послуг. Тому питання чи будуть жителі "спальних", особливо віддалених районів міста якісно і швидко забезпечені необхідним набором послуг, набирає нині все більшої актуальності. Проблема ще більш загострюється внаслідок того, що будинки з великою кількістю квартир переважно зводяться у місцях із мережею закладів сфери послуг спроектованою ще кілька десятиліть тому. Оскільки Оболонський район продовжує бути одним з перспективних місць для активної забудови, виникла необхідність провести комплексний аналіз територіальної структури його сфери обслуговування з метою виявлення у ній диспропорцій та рівня забезпеченості жителів окремими видами послуг. Таке дослідження дасть змогу розв'язати проблему забезпечення мешканців необхідним набором послуг та покращити рівень обслуговування району.

Останні дослідження і публікації. В останні роки дослідження з даної тематики на рівні міста майже не проводяться. Серед останніх комплексних публікацій можна виділити курс лекцій "Територіальна організація послуг" І. М. Дудника (2002 рік) та навчальний посібник В. М. Юрківського

"География сферы обслуживания" (1989 рік). На відміну від зазначених книг, де висвітлюються переважно теоретичні аспекти, дане дослідження присвячене практичному аналізу територіальної структури сфери обслуговування окремого адміністративного району міста Києва.

Завдання та цілі. Метою дослідження є виявлення рівня забезпеченості жителів Оболонського району найбільш необхідними послугами. Відповідно до цього були поставлені наступні завдання: проаналізувати особливості розміщення закладів обслуговування по території, встановити специфіку територіальної структури сфери послуг, з'ясувати елементи структури та їх спеціалізацію, запропонувати шляхи покращення обслуговування.

Виклад основного матеріалу. Оболонський район є адміністративно-територіальною одиницею міста Києва. Він розташований на північному заході міста, на правому березі Дніпра. На півночі район межує з Вишгородським районом Київської області, на сході – з річкою Дніпро, на півдні та заході з Подільським районом. Він займає площу 110,2 км², або 17% території столиці, з населенням 306 тис. осіб, або 11,7% чисельності населення міста. Територія району має специфічну витягнуту форму з південного-сходу на північний захід, 2/3 якої займають ліси (майже вся північно-західна частина) та водні об'єкти [1, 3]. Основні житлові масиви розміщені у його південній частині, де концентрується майже все населення району. Враховуючи специфіку географічного положення та розселення, видається необхідним проводити дослідження географії сфери обслуговування Оболонського району саме на цій території.

Проведене нами картографічно-аналітичне дослідження розміщення об'єктів сфери послуг Оболонського району, в її територіальній структурі дало змогу виділити такі елементи: 2 підрайони, 7 вузлів і 57 центрів обслуговування населення (рис. 1).

Виділення Східного і Західного підрайонів обумовлено особливостями забудови: вздовж західного боку вул. Богатирської проходить промислова зона, яка розділяє житлові масиви майже півторакілометровою смугою, а з півдня пролягла природна межа, яку формують водні та лісові масиви.

Східний підрайон займає провідне місце у забезпеченні жителів послугами різної періодичності. Він розташований на схід від вулиці Богатирської та на північ від Московського проспекту.

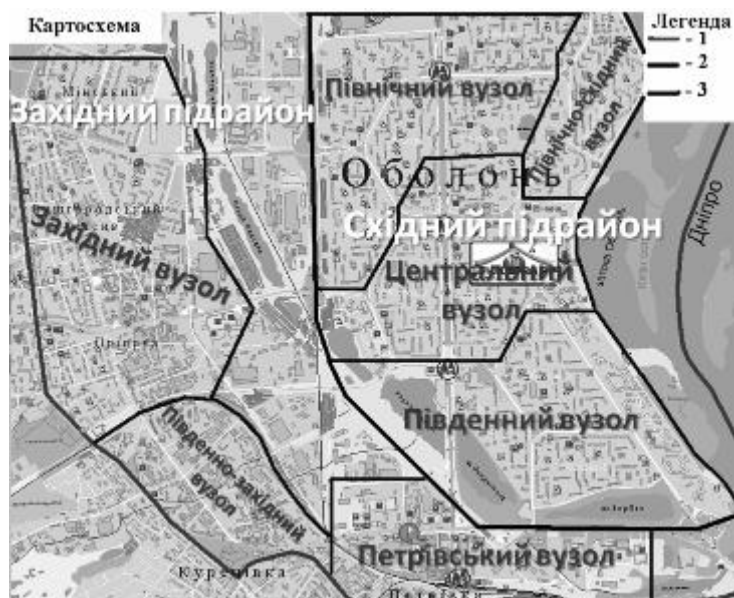


Рис. 1. Картохема територіального поділу сфери послуг Оболонського району
1 – межі районів міста, 2 – підрайонів, 3 – межі вузлів

Поєднання підприємств та закладів сфери обслуговування формуються в межах таких найбільших вулиць: Оболонський проспект, проспект Героїв Сталінграду, Маршала Малиновського, Маршала Тимошенка, Прирічна, Мате Залки, Гавро Лайоша, Зої Гайдай, Героїв Дніпра, Озерна. Серед площ можна виділити наступні центри: Дружби Народів, Сантьяго-де-Чилі, Михайла Загороднього.

У підрайоні представлені усі галузі сфери послуг. Найбільшу частку станом на 2006 рік мають: освіта – 38,8%, торгівля – 10,6%, ресторанне господарство – 10,0%, банківська справа – 10,0%, які разом складають 69% усіх послуг [2]. Це пояснюється значною концентрацією населення, яке потребує задоволення повсякденних та періодичних потреб із малим радіусом обслуговування. До цих категорій належать загальна освіта і торгівля. Проте мала частка інших галузей, особливо таких як культура і мистецтво, спорт та рекреація і туризм не повністю задовольняє потреби фізичного та духовного розвитку особистості.

Проведений нами **картографічний аналіз** розміщення на території Східного підрайону об'єктів 13 галузей сфери послуг, дав змогу виділити у його складі 4 вузли: Північний, Північно-східний, Центральний і Південний (рис. 1). Спеціалізація підрайону визначається спеціалізацією вузлів і центрів, які його формують.

Так, у **Північно-східному вузлі** можна виділити 4 центри (рис. 2). Переважаюча спеціалізація у них - надання освітніх послуг. У західному центрі (3)³ розміщені 2 торговельні підприємства: магазин "Добродій" та супермаркет "Сільпо", які забезпечують потреби всього населення даного мікрорайону.

Тут же на невеликій відстані розташовані 2 підприємства ЖКГ.

³ У дужках після назви центрів зазначається номер, під яким вони розташовані на картохемах.



Рис. 2. Картосхема територіальної структури сфери послуг Північно-східного вузла

1 – межі вузлів, 2 – межі центрів.

Досить рівномірне розташування мають установи банків (у північному (1), східному (2) та південному (4) центрах по одній установі). На півночі є 1 вузол зв'язку, а на півдні – 2 фітнес-центри. Заклади ресторанного господарства, страхування, соціального забезпечення, культури і мистецтва, охорони здоров'я та туризму абсолютно не представлені у північно-східному вузлі.

В межах **Північного вузла** сформулювалося 11 центрів (рис. 3). У більшості з них переважають заклади освіти, що пояснюється високою щільністю населення у мікрорайоні. Торгівельні точки розміщені дуже нерівномірно, концентруючись лише у 4 центрах, що значно збільшує радіус обслуговування кожної з них. Банківські установи розташовані переважно вздовж вул. Героїв Дніпра. У 5 центрах представлено по 1 спортивному закладу. Наявність 2 вузлів зв'язку явно недостатньо для забезпечення потреб населення вузла. У південно-східному центрі (6) знаходиться єдиний заклад ресторанного господарства. У вузлі діє Централізована дитяча поліклініка району.

Отже, північний вузол спеціалізується переважно у наданні освітніх послуг, на другому місці йде торгівля, заклади якої розміщені дуже нерівномірно. Малопредставленими є галузі зв'язку, ресторанного і житлово-комунального господарств. Зовсім відсутні тут страхування, культура і мистецтво та туризм.

В межах **Центрального вузла** можна виділити 10 центрів обслуговування (рис. 4). Окремі з них мають чітко виражену спеціалізацію. Так, у східно-північному (5) та східно-південному (6) центрах переважають заклади ресторанного господарства, а в оболонському (8) та південному (9) – освітні установи.

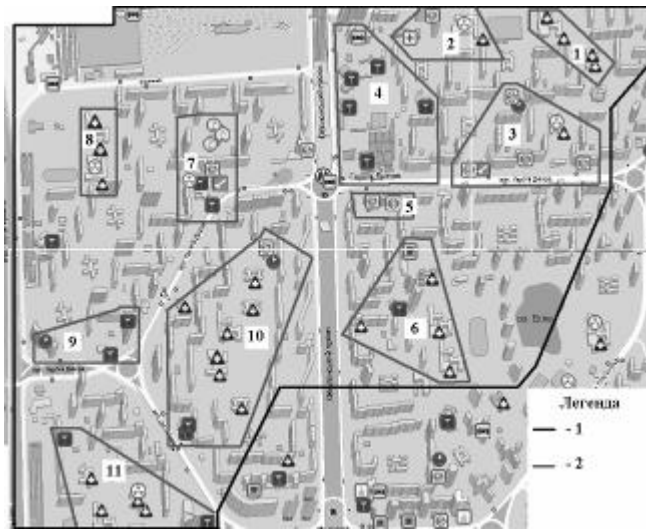


Рис. 3. Картосхема територіальної структури сфери послуг Північного вузла

Дуже помітно відчувається нестача закладів торгівлі в середній частині вузла, оскільки вони концентруються переважно на сході та півночі: в оболонському центрі це лише супермаркет "Перекрёсток", у південному вони взагалі відсутні. Диспропорції у розміщенні спричиняють незадовільне забезпечення жителів мікрорайону торгівельними послугами. Установи банків розташовані по території вузла досить рівномірно – майже у всіх центрах є хоча б по одному. У північно-східному центрі (1) є 2 готелі та 1 турфірма. Лише 3 пункти зв'язку є недостатніми для обслуговування такої великої території. У центрально-західному центрі (4) розміщуються Центральна та Дитяча поліклініки Оболонського району, а у східно-південному – стоматологічний центр. Тут діють аж 4 підприємства ЖКГ та центр соціального забезпечення. На сході є лише 2 спортивних клуби. У вузлі зовсім не представлені заклади культури і мистецтва.

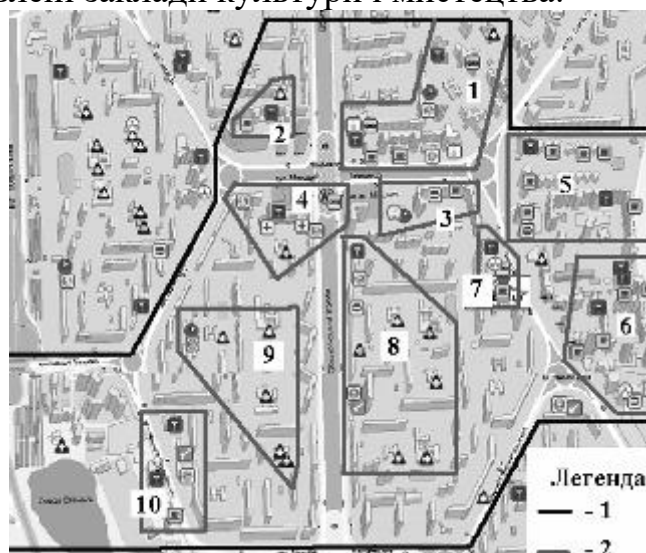


Рис. 4. Картосхема територіальної структури сфери послуг Центрального вузла

Аналіз картосхеми (рис. 5) дозволив виявити у територіальній структурі **Південного вузла** 8 центрів розміщення сфери послуг. Так, південний центр (6) є поліфункціональним, бо тут представлені торгівля (2)⁴,

⁴ У дужках після назви певної галузі сфери послуг вказується кількість закладів представлена у центрі.

освіта (5), ресторанне господарство (2), банківська справа (1), зв'язок (1), ЖКГ (1) та кінотеатр "Братислава". Східний центр (7) має ділову спеціалізацію: тут діють 2 страхові фірми та 1 банк, є ресторан "Емір". Страхова фірма та спортивна школа знаходяться у південно-східному (8) центрі. Західний центр (1) вирізняється наявним тут супермаркетом "Патерсон". Тут також діє кафе "Білий папуга". У західному центрі (3) окрім закладів освіти (4) знаходяться поліклініка № 1 та Управління охорони здоров'я району. Взагалі ж розташування центрів на значній відстані один від одного (рис. 5) значно збільшує радіус обслуговування усіх закладів для мешканців Південного вузла. Із галузей сфери послуг тут не представлені рекреація і туризм та соціальне забезпечення.

Західний підрайон знаходиться на захід від вулиці Богатирської і на південь від Московського проспекту. Поєднання підприємств та закладів сфери обслуговування формуються в межах таких найбільших вулиць: Олени Теліги, Вербової, С. Скляренка, Куренівської, Добрининської, Автозаводської, Лугової, Полярної, М. Митрофанова, Я. Івашкевича, Вишгородської.

Тут представлені усі галузі сфери послуг і найбільшу частку станом на 2006 рік мають: торгівля – 35,0%, освіта – 30,8%, транспорт по обслуговуванню населення – 17,0%, банківська справа – 9,0%, ресторанне господарство – 9,0% [2].

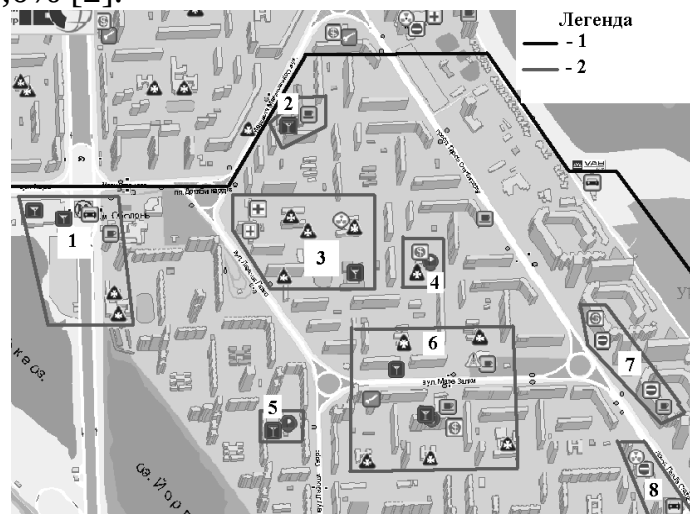


Рис. 5. Картосхема територіальної структури сфери послуг Південного вузла

Проведений нами **картографічний аналіз** розміщення на території Західного підрайону об'єктів 13 галузей сфери послуг, дав змогу виділити у його складі 3 вузли: Петрівський, Південно-західний і Західний (рис. 1). Спеціалізація підрайону визначається спеціалізацією вузлів і центрів, які його формують.

Петрівський вузол має чітко виражену торговельну орієнтацію: тут знаходиться 23 заклади торгівлі (рис. 6). У північно-західному (1) та північному (2) центрах знаходиться по 2 заклади ресторанного господарства. По 1 страховій фірмі розміщуються у центральному (3) та південно-західному центрах. Тут також є 2 кінотеатри, туристична агенція і філія

Української автомобільної корпорації. У східному центрі (7) є спорт клуб "Sport Life".

Територіальна структура сфери послуг **Південно-західного вузла** характеризується значною дискретністю у розміщенні центрів обслуговування та незначним набором представлених тут галузей (рис. 7). Так північний вузол (1) спеціалізується на транспортному сервісі: тут знаходиться АЗС "Автомагсервіс" та автостоянка кооперативу Десна. Два заклади торгівлі та 1 вузол зв'язку розмішені лише у західному (2) центрі. Східний центр (3) спеціалізується у наданні освітніх послуг (2), а південний – у страхуванні (1), та ресторанному господарстві (1). Інші галузі тут не представлені.

У структурі сфери послуг **Західного вузла** сформувалось 13 центрів обслуговування (рис. 8). Торгівля є спеціалізацією мінського (4), вишгородського (7), центрально-західного (9), центрального (10), південно-західного (11) та лугового (13) (ТЦ "Караван") центрів. У наданні освітніх послуг спеціалізуються північно-східний (5) та південний (12) центри.

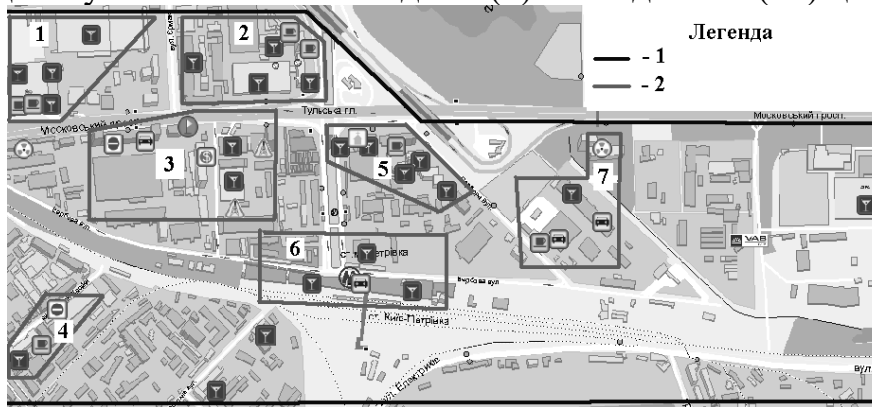


Рис. 6. Картосхема територіальної структури сфери послуг Петрівського вузла

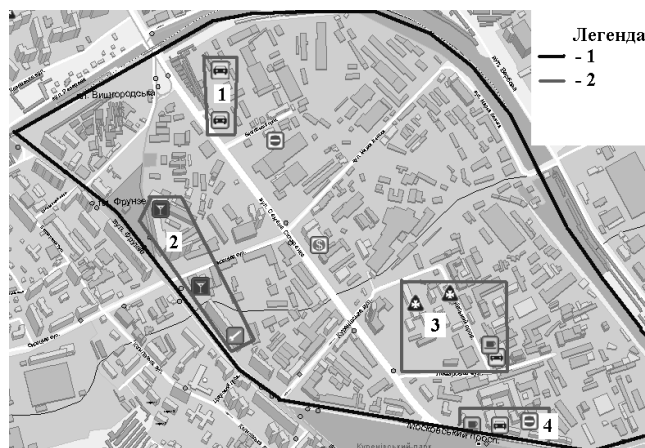


Рис. 7. Картосхема територіальної структури сфери послуг Південно-західного вузла

Міська клінічна лікарня № 8, клініка Медіком та Центр пластичної хірургії знаходяться у північно-медичному (3) центрі. Медичні заклади є також у північно-західному (1) та східному (6) центрах. Три установи ЖКГ рівномірно розміщені вздовж західної межі вузла у мінському, центрально-північному (8) та південному центрах. На весь вузол діють лише 2 центри зв'язку – у центральному та південно-західному центрах. Транспортний

сервіс представлений Автобусною станцією № 2 (мінський центр), Українським центром обслуговування пасажирів на залізничному транспорті (північно-східний центр), СТО (на сході вузла) і АЗС "Лукойл-Україна" (центральньо-західний (9) центр). Заклади ресторанного господарства є лише у північному (2) (кафе "Тістечко"), південно-західному (кафе-бар "Діоніс") та луговому центрах. 5 банківських установ досить рівномірно розташовуються по території вузла. Районний центр зайнятості знаходиться у вишгородському центрі. Спорт тут представлений спортивно-оздоровчим клубом "Спарта", школою тайського боксу "Золотий лев" (північно-західний центр) та стадіоном "Золота підкова" (південно-західний центр). Отель і туристична фірма знаходяться у центральньо-західному центрі. У вузлі відсутні заклади культури і мистецтва.

Висновки. Отже, територіальна організація сфери послуг Оболонського району потребує вдосконалення. Проблема в першу чергу полягає в тому, що Західний і Східний підрайони відрізняються за спеціалізацією обслуговування і густотою закладів сфери послуг.

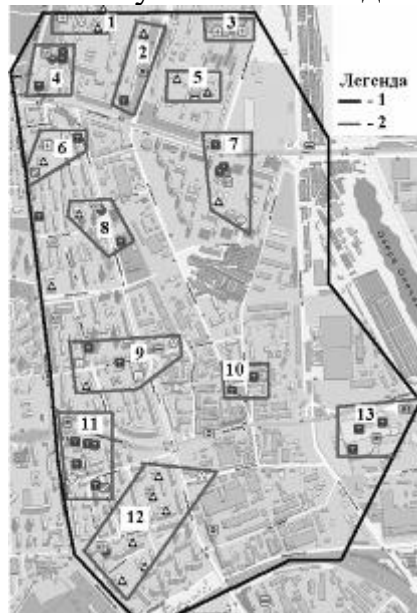


Рис. 8. Картосхема територіальної структури сфери послуг Західного вузла

Так, Східний підрайон має досить густу мережу центрів обслуговування, які розташовані на невеликій відстані один від одного. Деякі з них є вузькоспеціалізованими. Наприклад, значна кількість центрів торгівельної спеціалізації зосереджена у східній частині а на півночі і заході відчувається їх явна нестача. У Північно-східному та Північному вузлах абсолютно не представлені страхування, культура і мистецтво та туризм. Тому у Східному підрайоні необхідно розширити мережу закладів культури і спорту для покращення задоволення потреб фізичного та духовного розвитку особистості.

У Західному підрайоні центри обслуговування розміщені на значній відстані один від одного, що значно збільшує їхній радіус обслуговування (особливо у західному і південно-західному вузлах).

Для усунення виявлених диспропорцій розміщення закладів

обслуговування по території Оболонського району пропонується враховувати проведений аналіз та побудовані картосхеми при майбутній забудові району та плануванні розвитку його території.

1. Дудник І. М. Територіальна організація послуг. Курс лекцій. – Полтава: ПІБ МНТК, 2002. – 100 с. 2. Телефонний довідник. Жовті сторінки. Київ. 2006. 3. Шпарага Т. І., Гладкий А. В. Функциональные зоны Киева: новый подход к оценке столичной недвижимости // Property Times. № 7. – 2003. – С. 10 - 11.

УДК 911:33

Стафійчук В.І., канд. геогр. наук, доцент
Черненко Л.В., студентка IV курсу

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

ІТАЛІЙСЬКА ШКОЛА ГЕОПОЛІТИКИ

Розкрито основні погляди представників італійської геополітики.

The main Italian geopolitical concepts in the article were analyzed.

Постановка проблеми. На сучасному етапі розвитку людського суспільства дедалі вагомішою стає проблема самоорганізації спільнот, використання у цьому процесі різних форм і методів, механізмів і підходів забезпечення найбільшої оптимальності й ефективності поступу.

Останнім часом визначну роль в цьому процесі починають відігравати політичні засоби і форми, в тому числі і геополітика, принципи якої базуються на використанні тісної взаємодії природно-географічних і соціально-духовних політичних чинників. Проблема самоорганізації і вдосконалення взаємовідносин у суспільстві набуває особливої актуальності.

Аналіз останніх досліджень і публікацій по даній проблематиці. Відповіді на актуальні проблеми самоорганізації на глобальних і регіональних рівнях часто пропонують представники практики геополітики. Оригінальні ідеї в цьому контексті властиві в тому числі представникам італійської геополітики. Дослідженням цієї проблематики займаються геополітики, географи, політологи, історики, філософи, соціологи. Багаточисленні публікації присвячені геополітиці. Серед відомих вітчизняних та зарубіжних науковців, які займалися дослідженням геополітики, слід відзначити таких: Ф. Ратцель, Р. Челлен, Відаль де ла Блаш, К. Хаусхофер, Дж. Маккіндер, З. Бжезинський, В.А. Колосов, М.С. Мироненко, П.М. Савицький, К.С. Гаджиєв, О.П. Масляк, Ю. Липа, С. Рудницький та ін.

У великій кількості опрацьованих джерел велика увага приділяється французькій школі геополітики, німецькій, американській та ін. А про геополітику такої авторитетної та впливової держави як Італія – досить мало. Тим не менш, країна є важливим актором світової політики, і її науковці мають значні надбання в площині теорії і практики геополітики.

Метою даної роботи є дослідження етапів становлення італійської школи геополітики, її внесок у розвиток даної дисципліни; а також частково дослідження нинішнього геополітичного коду Італії.

Серед завдань статті:

- визначення часу зародження італійської школи геополітики;
- дослідження етапів розвитку італійської геополітичної думки;
- осягнення внеску італійських вчених у розвиток геополітики;
- характеристика сучасних геополітичних поглядів Італії.

Виклад основного матеріалу. Історія давньоримської політичної думки охоплює ціле тисячоліття до V ст. н. е. У загальнотеоретичному плані ця думка перебувала під значним впливом відповідних вчень давньогрецьких мислителів, передусім Сократа, Платона та Аристотеля.

На етапі накопичення первісних уявлень про державу і її роль у світі на особливу увагу заслуговують погляди Цицерона, А. Блаженного.

Марк Туллій Цицерон (106-43 рр. до н. е.) був знаменитим римським оратором, юристом і державним діячем. Державу Цицерон визначає як справу, надбання народу. Звідси походить і її назва - республіка. Основну причину походження держави він вбачає у вродженій потребі людей жити разом. Цицерон погоджувався з Аристотелем у тому, що держава виникла з первинного осередку суспільства (сім'ї) поступово і природним шляхом. Ще однією причиною утворення держави є необхідність охорони як приватної, так і державної власності. Він розрізняв три простих форми правління: царську владу (монархію), владу оптиматів (аристократію) і владу народу (демократію). Кожна з цих форм має свої переваги: у царській владі – це благовоління до підданих, у влади оптиматів – мудрість, у влади народу – свобода. Але найкращою формою є змішана форма, утворювана шляхом рівномірного поєднання достоїнств трьох простих форм правління. Найважливішими достоїнствами такої держави є її міцність і правова рівність громадян.

У період утвердження в Римській імперії християнства значного поширення набуло вчення одного з найвидатніших ідеологів християнської церкви Аврелія Августина Блаженного (354-430 рр.), погляди якого викладено у праці „Про град Божий”.

Гріховність земного державно-правового життя виявляється у пануванні людини над людиною, у відносинах управління й підкорення, панування і рабства. Такий стан він називає „природним порядком” людського життя і критикує його з релігійно-ідеальних позицій божественного порядку та його земного прообразу у вигляді християнської церкви. Гріховний порядок світу має тимчасовий характер і триватиме до другого пришестя Христа й судного дня, коли встановиться „царство небесне”.

Спільність людей може бути народом і державою лише тоді, коли ґрунтується на праві, поєднаному з утіленою в Богові справедливістю. Форми державного правління Августин розрізняє залежно від обов'язків, покладених на верховну владу. Головними з них він вважає моральні й релігійні обов'язки, зокрема повагу до Бога і до людини. Він вважає прийнятними всі форми правління в тому разі, якщо в державі зберігаються втілена у праві справедливість і повага до релігії. Несправедливого

правителя, як і несправедливий народ, він називає тираном, а несправедливу аристократію - клікою.

В Середньовіччя характерним було формування і розвиток феодалізму. Політичні вчення цієї епохи постійно змінювались. Сильний вплив на них мали християнська релігія і римо-католицька церква, яка практично неподільно панувала в той час у сфері духовного життя.

Політична думка Середньовіччя зосереджується на трьох головних чинниках формування суспільства і становлення його ідеалів: в інституційному плані це ієрархічна церква та її глава, єпископ римський, папа; слабнучий вплив імперського Риму, його інституцій і права; вплив варварів-германців, які самостійно розвинули поняття про божественність особи вождя, мали своє уявлення про військове та особисте лідерство і були радше віддані особі вождя, аніж відповідній посаді. Рим уособлював вірність і відданість ідеї. Папство, яке спиралося на доводи богословів, наприклад Августина, закликало до вірності і відданості самому Богові, а не людям чи світським установам.

Фома Аквінський (1226-1274) у своїх працях „Про правління царів” та „Сума теології” розглядав державу як певну частину універсального порядку, творцем і правителем якої є Бог. Він доводив, що її метою є збереження порядку та громадського спокою. А щодо форм правління, то Аквінський ідеальною формою вважав змішану: монарх уособлює єдність, аристократія – належні їй заслуги, а народ, який залучається до управління, є гарантом соціальної згоди.[4, с.139]

Марсілій Падуанський (1280 – 1343) належить до тих середньо-вічних мислителів, чия творчість свідчить про рішучий розрив з теологічною традицією у поглядах на державно-правові явища. В 1324 р. він написав найвизначнішу свою політико-правову працю „Defensor Pacis” в якій висунув ідею народоправства, яка випереджувала час на кілька століть.

М. Падуанський розглядає державу відповідно до античних поглядів, називаючи її формою досконалого устрою суспільства. Держава для нього — це світський інститут, який розвивається за власними законами і має „власну субстанцію” Саме з появою держави він пов’язує і появу політичної влади. Згідно з Падуанським, держава – це результат природного прагнення кожної людини до досконалого життя.

Основою політичного вчення М. Падуанського є його трактування народного суверенітету, згідно з яким сувереном в державі є народ-законодавець. Відповідно до цієї концепції, народ створює закони держави.

Важливим етапом у формуванні геополітичної думки був період Відродження. Мислителі епохи Відродження постійно зверталися до духовної спадщини античності, активно її відроджували й використовували.

Представником політичної думки був знаменитий італійський мислитель і політик Нікколо Макіавеллі (1469-1527), відомий своїми працями „Правитель” (1513), „Роздуми про першу декаду Тіта Лівія” (1519).

Саме з Н. Макіавеллі пов’язують введення самого терміна „*stato*”, тобто „державу” в політичну науку Нового часу. Учений вважав, що державу

створили не Бог, а люди, виходячи з потреби спільного блага. Метою держави є забезпечення кожному безпеки та вільного користування майном. Для цього приймаються закони і призначаються покарання.

Н. Макіавеллі стверджував, що заради досягнення політичних цілей правитель може використовувати будь-які засоби, незважаючи на вимоги моралі: вдаватися до обману, діяти лестощами і грубою силою, фізично знищувати своїх політичних противників тощо. Правитель має бути схожим на сильного лева, щоб страхати вовків, і на хитрого лиса, щоб не втратити в пастку. Відмежування політики від моралі перетворилось у проповідь аморалізму. Політика – це сфера підступності й віроломства. Аморальна політика за принципом „мета виправдовує засоби” дістала назву „макіавеллізм”. [4, с.140] Будучи патріотом Італії, мислитель палко бажав її об'єднання в єдину міцну державу. А це, на його думку, міг зробити лише сильний одноосібний правитель, який для досягнення політичних цілей, головною зміцнення держави, не хеґтує ніякими засобам. Прообраз такого правителя Н. Макіавеллі вбачав у тогочасному італійському правителі Чезаре Борджіа, відомому своїми злочинствами.

На рубежі ХІХ-ХХ ст. відбувається перехід кількості значення в його якість та, відповідно, поява нової науки – геополітики. Чимало мислителів почали приділяти увагу громадському суспільству, оскільки вбачали в ньому складову політичної організації, джерело підтримки існуючого політичного ладу.

Італійський філософ і соціолог Антоніо Грамші (1891 – 1937) вважав, що громадянське суспільство є основною рушійною силою історичного процесу. Він вважав, що революція полягає не в насильницькому захопленні політичної влади, а в „малих справах”, в „революції повсякденного життя”, тобто в розвитку автономних локальних демократичних інститутів, що, в свою чергу, спричиниться до трансформації суспільства та системи влади загалом.

В 30-х роках ХХ ст. А. Грамші розробив концепцію гегемонії протеларіату для описання процесу, за допомогою якого домінуючі у суспільстві групи намагаються „вибороти згоду” на продовження виконання владних функцій, подаючи свої інтереси та ідеологію як універсальні або „загальнолюдські”. Метою створення цієї концепції було пояснити, у який спосіб капіталістичні суспільства в рамках ліберально-демократичної політичної системи підтримують політичну стабільність за умов істотної нерівності і конфлікту інтересів.

Його стратегія завоювання влади була така: спочатку завоювати авторитет у політичних та інтелектуальних сферах, а потім брати владу в свої руки.

Мадзіні Джузеппе (1805 – 1872) розробив план соціальної перебудови суспільства, „звільнення трудящих від тиранії капіталу”, шляхом наділення всіх трудящих дрібною власністю та створення споживчих і виробничих асоціацій. У 1831 р. заснував таємну політичну організацію „Молода Італія”, політична програма якої передбачала звільнення Італії від австрійського поневолення, ліквідацію абсолютистських режимів і світової

влади Папи, створення єдиної незалежної суверенної Італії у формі демократичної республіки, яка б опиралася на загальне виборче право і політичні свободи.[6] Розвинув етико-релігійну концепцію, за якою участь у визвольному русі розглядалась як священна місія італійського народу.

На думку Дж. Мадзіні, в основу розмежування держав між собою повинен бути покладений принцип національності, якому він приділяв багато уваги. Між національними державами повинен існувати федеративний зв'язок. „Європейські Сполучені Штати” – такий був політичний ідеал, про який мріяв Мадзіні. Але до федерації італійських держав, ідея якої господарювала у 1830-1840 рр. серед італійських лібералів, він відносився безумовно вороже.[7] Моска Гаetano (1858 – 1941) на відміну від К. Маркса, стверджував, що фундаментом суспільного розвитку служить не економіка, а політика. Правлячий або політичний клас концентрує керівництво політичним життям у своїх руках, тому що поєднує індивідів, що володіють „політичною свідомістю” і впливом. Він стверджував, що будь-яке суспільство керується елітою, яка поділяється на аристократичну (закриту) та демократичну (відкриту). Закритість-відкритість еліти не обов'язково збігається з диктаторською чи демократичною системою правління. У своїх працях „Теорія урядів і парламентська система”, „Сучасні конституції”, „Основи політичної науки”, „Історія політичних доктрин” стверджував, що політична стабільність неможлива без оновлення правлячої меншості, а тому консервація еліти є початком застою та виродження, сформулював систему моральних, ділових критеріїв приналежності до класу еліти.[4, с.140]

Парето Вільфредо (1848 – 1923) довгий час працював над відомою книгою „Трактат із загальної соціології”, в якій він вказував на значення насильства у розвитку суспільства, на велику роль еліти в управлінні політичною системою. Згідно з В. Парето, існує два головних типи еліт, які послідовно змінюють одна одну. Перший тип — „леви”, для них характерний крайній консерватизм, грубі, „силові” методи правління. Другий тип — „лиси”, майстри обману, політичних комбінацій, інтриг. Стабільна політична система характеризується перевагою еліти „левів”. Натомість, нестійкість стану політичної системи вимагає прагматично мислячих енергійних діячів, новаторів, комбінаторів. Кожній еліті властивий один із двох основних методів керування: еліті „лисів” — маніпулятивний, що включає компроміси, і еліті „левів” — метод грубого придушення.

В. Парето сформулював власну концепцію, основою якої є визначальна роль людських відчуттів, що приводять в рух суспільство. Ввів теорію соціальної стратифікації та циркуляції правлячих еліт.[4, с.141]

Рокко Альфред (1875-1935) вважається засновником правового порядку фашистського режиму. Для нього фашизм був реалізацією націоналістичних принципів, підтвердженням авторитету держави на протигагу індивідуалізму. Встановлення фашизму він кваліфікував як правдиву революцію.

Період до 1945 р. тісно пов'язують із Беніто Муссоліні (1883-1945) – засновником та лідером фашистської партії, яка була сформована у 1921 р.

Теорією італійського фашизму стала теорія „держави”, її вищості, священності і всеохопленості. Девізом Б. Муссоліні зробилися слова: „Все для держави; ніщо проти держави; ніщо поза державою”. Тому працею його життя стала „Доктрина фашизму”, основними положеннями якої були вчення саме про державу, її сутність, задачі та цілі. Для фашизму держава представляється абсолютом, в порівнянні з яким індивіди та групи лише „відносне”.

За розумінням Б. Муссоліні, держава має свою свідомість, волю, тому називається державою „етичною”. Вона є охоронцем духу народу й повинна займатись вихованням громадян. На одному із засідань режиму він сказав: „Держава, як її розуміє фашизм, є фактом духовним та моральним, оскільки воно являє собою політичну, юридичну та економічну організацію нації. Держава є гарантією зовнішньої та внутрішньої безпеки. Держава є не лише теперішнє, а й минуле, але основне – вона є майбутнє”.[4, с.141]

Головним завданням фашистської держави Б.Муссоліні вважав створення імперії та здійснення перманентної революції. У фашистській доктрині імперія – це політика з позиції сили, і зводиться не тільки до розширення території, але й до поширення економічного та духовного впливів. Можна мислити імперію як націю, яка керує безпосередньо чи опосередковано іншими націями, без необхідності завоювання навіть одного кілометра території.

В італійській робітничій хартії Б.Муссоліні писав про зв'язки між індивідом та нацією: „Італійська нація – організм, наділений цілями, життям і засобами боротьби, що перевищують ті, які притаманні окремим індивідам або групам індивідів, що її складають”.[5, с.789] Таким чином фашизм був спробою об'єднати всіх членів нації, ігноруючи або припиняючи всіляке протистояння між групами й інтересами, і підпорядковувати всі ресурси країни її урядові.

Здавалося, що методи фашизму становили суміш масової психології і тероризму, а їхні лідери не мали іншої мети, крім тієї, щоб захопити і втримати владу. До певної міри, звісно, це була правда, але не вся. Фашизм — справжній народний рух, що базувався на фанатичній відданості багатьох тисяч італійців. Навіть щодо вищих лідерів, чий цинізм не викликає жодних сумнівів, було б важко з певністю сказати, ким вони були для тієї ідеології, яку допомагали творити, – панамі чи рабами. Можна було б переконливо довести, що антисемітизм, в який вони вірили так само щиро, як і у все інше, був фактично їхньою найбільш згубною перепорою. І хоча фашистська політика була з багатьох поглядів штучна і надумана, її скомпільована з тих елементів, що довго витали в повітрі й мали емоційний вплив не лише з огляду на їхню зрозумілість, а й завдяки стійкому упередженню і часом пристрасному устремлінню.[5, с.770]

На зміну фашистським ідеям після Другої Світової війни прийшла Християнсько-демократична партія (ХДП) на чолі з Альчіде де Гаспері

(1881-1954). Християнська демократія не пропонує проекти готових рішень, але прагне керуватися тими фундаментальними цінностями та принципами, що вказують шлях до майбутнього.[1,с.313] Роль держави, у розумінні християнських демократів, повинна відповідати уявленню про людську відповідальність. Загалом держава мусить провадити політику підтримки та заохочення відповідальності в суспільстві, плюралізму і визнання автономії різноманітних сфер суспільства.

В цей же період Італія вступила до Ради Європи, НАТО і стала однією з шести країн-засновниць Європейської спільноти з вугілля та сталі. Альчіде де Гас пері, який вважається одним з „батьків-засновників” європейської інтеграції, був прихильником її федералістської концепції.

Однією із небагатьох італійських геополітичних шкіл, що зберегли безперервний зв'язок з ідеями довоєнних німецьких геополітиків-континенталістів є „нові права”. Цей напрямок виник у Франції в кінці 60-х років ХХ ст. і пов'язаний з фігурою лідера цього руху філософа і публіциста Алена де Бенуа.[2, с.120]

Одним із фундаментальних принципів ідеології „нових правих” Італії, як й інших європейських країн, був принцип „континентальної геополітики”. Представники вважали, що принцип централістської Держави-Нації історично вичерпаний, і що майбутнє належить лише „Великим просторам”. Причому основою таких „Великих просторів” повинні стати не лише об'єднання різних держав в прагматичний політичний блок, але входження етнічних груп різних масштабів у єдину „Федеральну імперію” на рівних правах. Така „Федеративна імперія” повинна бути стратегічно єдиною, а етнічно – диференційованною. При цьому стратегічна єдність повинна закріплюватись єдиністю початкової культури.

„Нові права” європейські геополітики розробили ряд нових підходів і проектів консервативної революції та націонал-більшовизму. Серед них був й італійський представник Юліус Евола (1898-1974 рр.).

В основі концепції Ю.Еволи покладена теза про необхідність кардинального перевороту проти „цивілізації” Європи 20-30 рр., що забула сенс наказів і послуху, сенс дії і роздумів, ієрархії, могутності духу, людських богів. Вона перетворилася у „царство кількості матерії, грошей, машин, в якому немає більше повітря, свободи, світла”. [6]

Захід, вважав Ю. Евола, „більше не знає Держави, Держава як вартість, як імперія, як синтез духовного і королівського... потонула в міщанському убозтві суспільства рабів і торговців”. [6] Це сталося тому, що вона захворіла демократією, її просякнула семітська отрута, немає більше в Європі і вождів — усе це наслідок хваленої західної цивілізації, „забобонної віри” у прогрес, яка суперечить римській королівській владі, усім іншим формам великої арійської традиції. Шукаючи вихід, необхідно зрозуміти, що Європу не врятують компроміс, пристосовництво. „Нам необхідна могутність нового Середньовіччя”. Врятувати Європу повинна нова політична аристократична еліта, ідея та права монархії, які можуть відновитися через Консервативну революцію. Перший крок до неї — це

об'єднання Італії, Німеччини й Австрії, тобто римсько-німецького світу традицій і класичної культури в інтегральну спілку духу й тіла, поєднання римського орла з нордичним.

Поразку фашизму Ю. Евола не вважав поразкою Консервативної революції, ідеї революції продовжують жити й після війни.

У своїх творах „Язичницький імперіалізм”, „Повстання проти сучасного світу”, „Синтез расового вчення”, „Шлях Кіноварі”, „Осідлати тигра” Ю. Евола критикував фашизм з позицій аристократизму і традиціоналізму.

Його наступником вважається професор політолог Марко Таркі – автор численних книг і статей, який від початку 80-их років видає метаполітичні журнали „Diorama Letterario” і „Transgresioni”.

Тому можна стверджувати, що ідеї „нових правих” домінують серед сучасних європейських геополітиків. Ряд італійських „нових правих” доповнюють і К. Террачано, К. Мутті, М. Муреллі, А. Колла, М. Баттара. Вони відстоюють найрадикальнішу позицію європейського континенталізму і стверджують, що Європа – плацдарм російсько-ісламського блоку в боротьбі з атлантизмом. [3]

Процеси економічної глобалізації відіграють вирішальну роль у формуванні й розвитку геополітичної думки на межі століть.

Італійські вчені К. Жан та П. Савона тлумачать *геоекономіку* як принцип поєднання всіх економічних настановлень і структур певної країни в єдину стратегію, що має враховувати загальносвітову ситуацію. На їх думку, геоекономіка є інструментом геополітики, для якої головними акторами на міжнародній арені є держави. Оскільки суперництво між ними перемістилося з воєнно-стратегічної сфери в економічну, то постало завдання оволодіти економічним простором, який на сьогодні є глобальним.

Процеси глобалізації, зазначають К. Жан і П. Савона, спричинили феномен детериторизації та дематеріалізації багатства. Тобто, територіальні кордони держави втратили своє призначення бути перешкодою в економічному сенсі й не можуть використовуватися як інструмент протекціонізму чи меркантилізму, а багатство рухається глобальними мережами, які й перетворюються на справжнє багатство країни. Перед державою постає завдання вплинути на економічну глобалізацію у власних інтересах. Якщо це завдання виявиться нерозв'язаним, то багатство або залишить територію цієї держави, або ж держава втратить свою монолітність і легітимність. Головну загрозу державі становить „втеча капіталу” з її території; особливою формою цієї „втечі” може бути підрив національної згуртованості успішнішими регіонами і містами, які все менше спираються на підтримку держави і тому не бажають спонсорувати сусідні депресивні території, утворюючи такі собі архіпелаги „з островів багатства посеред океану бідності”.

Італія – одна із засновниць Північноатлантичного блоку. Кріїна бере активну участь у налагодженні міжнародного співробітництва в рамках ООН. Було створено американські військові бази в багатьох пунктах країни.

У міжнародному плані Італія також є членом „сімки”, ООН, ЄС, ОБСЄ та багатьох інших європейських і світових організацій. Після подій 1989-1991 рр. вона була однією з перших великих країн світу, надала найрізноманітнішу підтримку країнам Східної Європи, які звільнилися від комуністичного тоталітаризму.

Висновки. Сучасна італійська геополітика має солідне підґрунття у працях відомих італійських філософів античного часу та Середньовіччя. Власне італійська геополітика сформувалась вже в XX ст.. і її найвагомішими напрямками були і залишаються європейський континенталізм, геоекономіка. Сфера геополітичних інтересів Італії лежить в басейні Середземномор'я (Балкани, Пн. Африка, Бл. Схід) та Цн. Європі.

Останнім часом на фоні зростання протиріччя між Північчю та Півднем Італія намагається активно вирішити і європейські і світові проблеми в руслі національних інтересів.

1. Кальвокоресси П. Мировая политика 1945-2000: В 2-х кн. Кн. 1/ Пер. с англ. – М.: Международные отношения. – К.: 2003. – с. 312-315. 2. Колосов В.А., Мироненко Н.С., Геополитика и политическая география: Учебник для вузов, обуч. по географ. спец.– 2-е изд., испр., доп.-7, - М.: Аспект Пресс. – 2005. – 478 с.: рис. 3. Політична географія та геополітика: Навч. посібник / Б.П.Яценко, В.І. Стафійчук, Ю.С. Брайчевський та ін.; за ред. Б.П. Яценка. – К.:Либідь, 2007. – с.174 4. Політологія: терміни, поняття, персоналії, схеми, таблиці. Навчальний словник-довідник для студентів. Уклали: В.М. Піча, Н.М. Хома. Наукова редакція – В.М. Пічі. К.: „Каравелла”, Львів: „Новий Світ – 2000”. – с. 139-141. 5. Себайн Джордж Г., Торсон Томас Л. Історія політичної думки/ Пер. з англ. – К.: Основи, 1997. – с. 769-808. 6. Эвола Юлиус. Языческий империализм. М., 1994. 7. Scritti editi ed inediti, v. 1—101, Imola, 1906—61; в русском переводе — Избранные мысли, М., 1905.

УДК 911.3

Клименко С. Ю., студ. 4 курсу.

Київський національний університет імені Тараса Шевченка

ЦИВІЛІЗАЦІЙНИЙ АСПЕКТ У ФОРМУВАННІ ГЕОСТРАТЕГІЧНИХ ВЕКТОРІВ СОЮЗУ НАЦІЙ ПІВДЕННОЇ АМЕРИКИ

В даному дослідженні показано домінуючий вплив цивілізаційного чинника на формування геополітичних векторів Союзу націй Південної Америки

This article has been shown to the dominant effect of the civilization aspect to the geopolitical sphere to be within the competence at the Union of the South American Nations

Сучасний етап розвитку суспільства визначається активізацією глобалізаційних процесів та їх втіленням у міжнаціональний блоках та альянсах, зокрема на регіональному рівні. Латинська Америка, що втягнута до такої глобальної системи, демонструє поглиблення регіональної інтеграції, тим самим викликаючи певні зміни та диспропорції у геополітичному становищі «американського світу».

Актуальність дослідження Тема даної роботи є дуже актуальною, оскільки утворення нового геополітичного організму для Латинської Америки, такого як Союзу націй Південної Америки -- *Unión de Naciones Suramericanas* (UNASUR -- УНАСУР), викликає зміни у орієнтації геостратегічних векторів самих країн в рамках новоствореного альянсу. І

оскільки значимість цивілізаційного аспекту цих взаємовпливів обумовлюється в самій назві блоку. Розгляд даного питання саме під таким кутом є науково обґрунтованим.

Мета роботи Проаналізувати вплив цивілізаційного аспекту на формування геостратегічних векторів Союзу націй Південної Америки.

Постановка проблеми Основним завданням даної статті є дослідити роль цивілізаційного чинника у формуванні географії зовнішніх векторів співпраці альянсу. Який у працях європейських та американських геополітиків розглядається, як першопричина глибокої інтеграції у даному регіоні.

Серед першоджерел варто відмітити наступні фундаментальні праці, в яких визначається Латинська Америка, як власне інтеграційне середовище. З.Бжезинський досліджував вплив США на Латиноамериканське інтеграційне середовище у багатьох аспектах, зокрема цивілізаційна складова розглянута, як його фундаментальна основа [1,с.28-42]. Крім того, латиноамериканське інтеграційне середовище розглянуто з точки зору перспективного розвитку у монографії М.Тетчер. У своїй праці вона зазначає, що військовий потенціал держави прямопропорційно впливає на формування геостратегічних векторів держави. Але власне Латинська Америка, маючи «національну однорідність», може стати впливовим елементом у світі навіть при наявному рівні розвитку військового комплексу [5]. Серед вторинних джерел варто відмітити роботу Колосова В.А., Мироненка М.С., в якій відзначено, що саме «культурно-психологічний» аспект є одним з головних при формуванні геополітичного середовища [2, с.87-125]. Також у праці Яценка Б.П., Стафійчука В.І. та Брайчевського Ю.С. проаналізовано характер міжнародних відносин та геополітичного положення Північної та Південної Америки [4,с.221-233].

Союз націй Південної Америки для даного дослідження набуває значення, як об'єкта (територія, в рамках інтеграційного блоку) так і суб'єкта (латиноамериканська цивілізація на найвищому ієрархічному щаблі). Тому можна говорити, що сама геополітика альянсу стикається з «суб'єктивно - об'єктивним» організмом.

Виходячи з позиції, що угоду про створення даного альянсу було підписано 23 березня 2008року, ґрунтовних праць стосовно його геополітичних векторів ще не існує. Але сама тема взаємовпливу цивілізаційного та геополітичного середовища в рамках одного об'єкту є доволі вивченою [7].

Варто відмітити, що латиноамериканський регіон, як інтеграційне середовище, визначається по-перше самим народом, що його населяє, а по-друге, рівнем утягнутості його до загальної регіональної ідеї в рамках однієї цивілізації. Власне така єдність латиноамериканської цивілізації, описана С.Хантінгтоном, і формує підґрунтя для розвитку інтеграційних процесів у ній [рис.1].

Дана картосхема демонструє, що цивілізація Латинської Америки при такій багатовекторній зовнішній орієнтації окремих країн постійно формує різні блоки, митні союзи тощо.

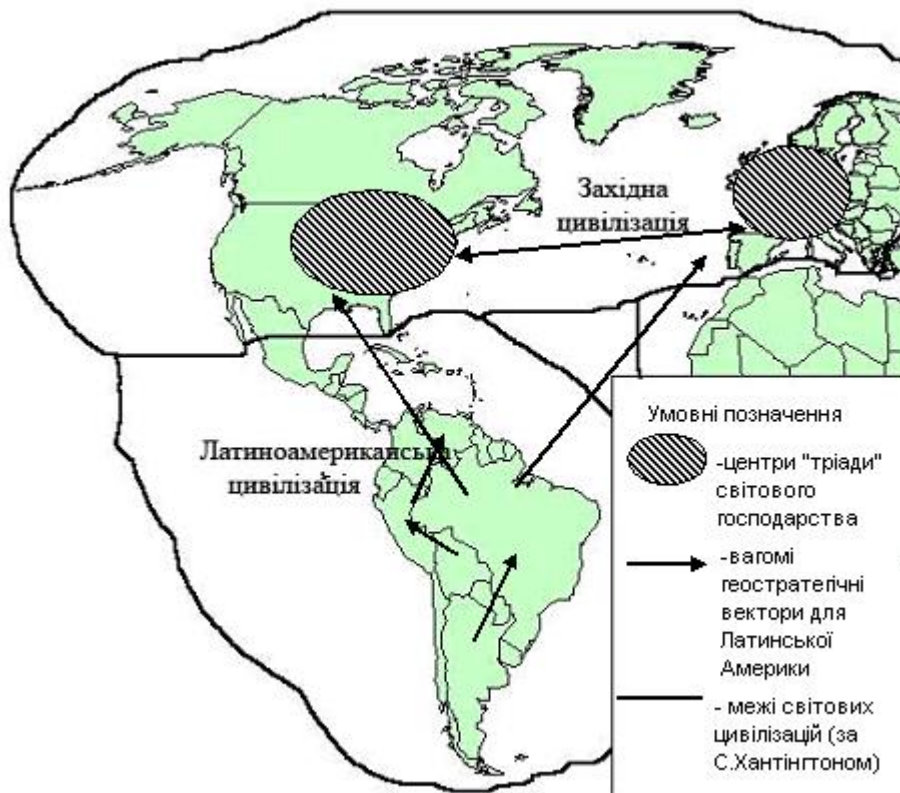


Рис.1. Інтеграційне середовище Латинської Америки в контексті сучасного існування цивілізацій

Сам факт такого динамічного розвитку подій говорить про розвиток інтеграційних процесів в регіоні [рис.2].

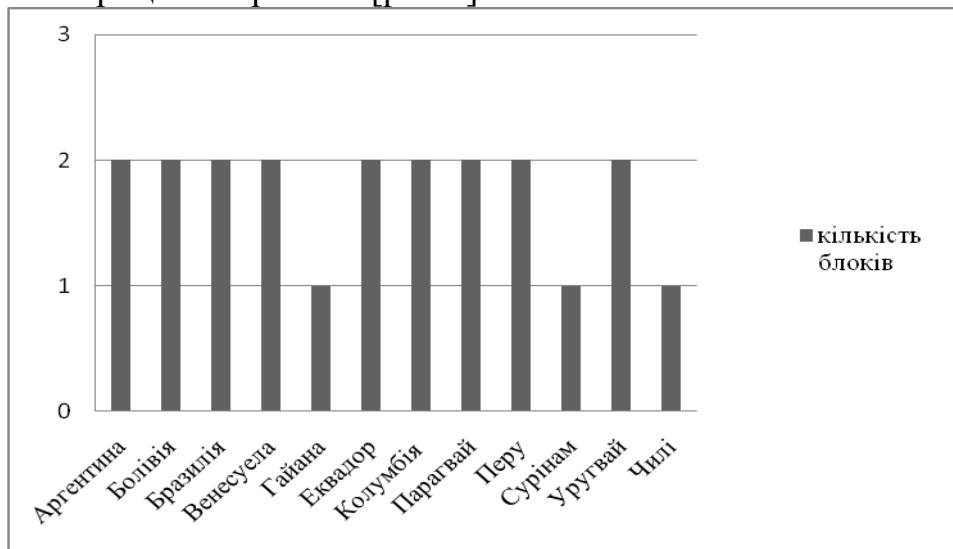


Рис.2. Участь країн УНАСУР у регіональних блоках Латинської Америки

Крім того, можна говорити про те, що створення УНАСУР у 2008 році хоча і опосередковано, але відновлює цілісність в рамках однієї Латиноамериканської цивілізації. Таким чином, перспективним залишається спроба створення єдиних геостратегічних векторів країн, головними партнерами яких є країни, що є різноспрямованими в геополітичному контексті [табл.1]. За С.Хангтінтоном можна навіть говорити про те, що досліджуване середовище у цивілізаційному аспекті має більш цілісну структуру, ніж Північноамериканське ядро.

Табл.1. Порівняльна характеристика основних геостратегічних векторів країн-учасниць Союзу націй Південної Америки

Країна Південної Америки	Членство в регіональному блоці	Ядро інтеграції	Партнер
Аргентина	МЕРКОСУР, ЛААІ, Ла-Платська група	Бразилія	Бразилія
Болівія	Антський пакт/асоційований в МЕРКОСУР,ЛААІ	УНАСУР	Аргентина-Бразилія
Бразилія	МЕРКОСУР,ЛААІ, Амазонський пакт	НАФТА	США-Європейський Союз
Венесуела	ЛААІ, Амазонський пакт, Андська група	Єдність латиноамериканських держав	Аргентина
Гайана	ЛААІ, Амазонський пакт	УНАСУР/ Бразилія	Бразилія
Еквадор	Андська група, Амазонський пакт,ЛААІ	Колумбія-Венесуела	Колумбія-Чілі
Колумбія	Андська група, Амазонський пакт,ЛААІ	Венесуела-УНАСУР	Колумбія-Чілі
Парагвай	МЕРКОСУР, Ла-Платська група, ЛААІ	Аргентина-Бразилія	Аргентина
Перу	Андська група, Амазонський пакт, ЛААІ	УНАСУР(Бразилія)	Бразилія-Аргентина
Сурінам	Амазонський пакт, ЛААІ	УНАСУР	Гайана-Бразилія
Уругвай	МЕРКОСУР, Ла-Платська група, ЛААІ	Аргентина-Бразилія	Аргентина
Чілі	Асоційований член в МЕРКОСУР, Андська група, ЛААІ	Бразилія-УНАСУР	

Розроблено на основі [4,7,3].

Це проявляється у тому, що Атлантичний Захід у наш час переживає розкол на групи: 1). Північноамериканське ядро, з стратегічними цілями розширення впливу аж до Тихоокеанської зони; 2). Західноєвропейський центр, що апробує свої геостратегічні цілі в рамках ЄС.

Отже, можна говорити про те, що у Латинській Америці на початку ХХІ століття, згідно вище викладеного положення, цивілізаційний фактор формування основних геостратегічних векторів набуває пріоритетного значення. Також варто зазначити, що такого впливу цивілізаційний фактор в другій половині ХХ століття не мав. Це викликано перш за все науково-технічною революцією та домінуванням економічного чиннику в усіх щаблях суспільного розвитку, особливо після ряду пережитих ним економічних криз 20-30-х років ХХ століття. Для інтеграційного середовища південної Америки, економічний чинник став домінуючим після ряду протестів робітників у 50-60-х роках ХХ століття, зокрема у Аргентині, Бразилії, Чилі, Болівії. Але не варто опускати той факт, що самоусвідомлення нації, як такої існувало на всіх етапах розвитку суспільства, як на державному, так і на загальнорегіональному рівнях. Варто також відмітити, що на початковому етапі формування даного інтеграційного середовища, власне в соціо--

культурному аспекті, відіграло велику роль вторгнення європейської культури в латиноамериканський соціум. Крім того, всі країни регіону є колишніми європейськими колоніями, і відповідно, це знайшло своє відображення у характері введення зовнішньої політики.

Виходячи з положення УНАСУР, про основну ідею створення альянсу, а саме: об'єднання багатонаціональних та багатоетнічних країн, для єдиного всезагального розвитку у майбутньому; можна провести явну паралель з ідеями утворення Європейського Союзу, причому УНАСУР в цивілізаційному аспекті є навіть більш однорідним та цілісним, що проілюстровано у табл.2.

Табл. 2. Характеристика блоків Союзу націй Південної Америки та Європейський союзу у цивілізаційному аспекті

Критерій	Союз націй Південної Америки	Європейський Союз
Площа	17,7 кв.км	4,3 кв.км
Населення	384 млн.чол	499 млн.чол
Кількість етнічних груп	7	233
Офіційні мови	4	23

Розроблено на основі [8,9].

Висновки та результати дослідження. Таким чином, можна сказати, що Союз націй Південної Америки, що був утворений 23 березня 2008 року, претендує на роль впливового елементу у сучасній світосистемі. Основою для його створення став розвиток інтеграційних процесів у регіоні, зокрема об'єднання союзів Південного ринку(МЕРКОСУР) та країн Андського пакту. Цивілізаційний чинник став одним з визначальних для створення даного альянсу. Це впливає з відносної однорідності країн-учасниць, як частини однієї Латиноамериканської цивілізації. Крім того, сам факт поглиблення співпраці УНАСУР, як цілісного організму в даному аспекті, зазначено в самому акті про його утворення.

У геополітичному аспекті, країни-учасниці УНАСУР є строкатими та різноспрямованими. Головним питанням залишається питання відносин з Північноамериканським центром, а саме існування окремих країн регіону до створення УНАСУР в рамках блоків, що є співдружними з США (таких, як МЕРКОСУР, Андський пакт), так і націоналістичних (на прикладі блоку Боліварських ініціатив для Америки – АЛБА).

Тому, визначення цивілізаційного чинника, як домінуючого, при формуванні геостратегічних векторів альянсу дозволить розвинути ідею єдності держав регіону та поглибити інтеграцію в рамках самого УНАСУР.

1.Бжезинский З. Великая шахматная доска. Господство Америки и её геостратегические императивы.— М.:Междунар.отношения,1999.—256с. 2.Колосов В.А., Мироненко Н.С. Геополитика и политическая география.-М.:Аспект-прес,2001.-479с. 3.Общая экономическая и социальная география зарубежных стран: ученик для студ. высш. пед. учеб. Заведений/Ю.Н.Гладкий, В.Д.Сухоруков.—М.:Изд.цент «Академия»,2006.—448с. 4.Політична географія та геополітика: Навч.посібник / Б.П. Яценко, В.І.Стафійчук, Ю.С.Брайчевський та ін.; за ред. Б.П.Яценка.-К.:Либідь,2007.—255с. 5.Тетчер М. Искусство управления государством.Стратегия для меняющегося мира/Пер. с англ.—2-е изд.— М.:Альпина Бизнес Букс,2007.—504с. 6.Хантингтон С. Столкновение цивилизаций.—М.: АСТ,2003.—590с. 7.<http://www.comunidadandina.org/INGLES/csn/treaty.htm> офіційний сайт Союзу націй Південної Америки. 8.<http://www.eclac.org/estadisticas/bases/default.asp?idioma=IN> офіційний сайт Комісії ООН по питанням Латинської Америки (ЕКЛІАК). 9.http://europa.eu/index_en.htm офіційний портал Європейського Союзу.

Вимоги до статей, що подаються для публікування до науково-практичного збірника «Географія та туризм»

У збірнику „Географія та туризм” №3 планується висвітлення таких питань: сучасні суспільно-географічні дослідження в Україні та в світі; теорія, методологія, методика географії рекреації та туризму; рекреаційні ресурси України та світу; рекреаційно-туристичне природокористування; організація та економіка туристичної діяльності; туристичні ринки та туристичний бізнес; туристичне країнознавство; туристичне краєзнавство; фахова освіта та педагогіка; раціональне використання природних ресурсів; геоінформаційні системи та їх застосування.

Основні рубрики:

1. Наукові дослідження для потреб туризму
2. Науково практичні проблеми рекреації та туризму
3. Актуальні проблеми географії

Текст повинен бути оформлений відповідно до Постанови ВАК №7-05/1 від 15.01.2003 р. і представлений за схемою:

- УДК у першому рядку із вирівнюванням за лівим краєм (шрифт “Times New Roman” напівжирний, розмір шрифту 12).
- Відомості про автора(ів): ім’я, ім’я по-батькові, прізвище; науковий ступінь, вчене звання; посада та місце роботи (шрифт “Times New Roman” напівжирний, розмір шрифту 12) із вирівнюванням за правим краєм. Українською та англійською мовами.
- Електронна адреса (шрифт “Times New Roman” курсив, розмір шрифту 12) із вирівнюванням за правим краєм.
- Назва статті подається великими літерами з вирівнюванням по центру (шрифт “Times New Roman” напівжирний, розмір шрифту 14). Українською та англійською мовами. Перед назвою статті та після неї пропускається один рядок.
- Анотація українською та англійською мовами (шрифт “Times New Roman” курсив, розмір шрифту 12).
- Елементи статті. Редакційна колегія збірника пропонує авторам виділяти рекомендовані Постановою ВАК України елементи статті окремими рубриками: постановка проблеми у загальному вигляді та її зв’язок із важливими науковими чи практичними завданнями; актуальність дослідження; аналіз останніх досліджень і публікацій, в яких започатковано розв’язання даної проблеми і на які спирається автор, виділення невирішених раніше частин загальної проблеми, котрим присвячується означена стаття; формулювання цілей статті (постановка завдання); мета статті; виклад основного матеріалу дослідження з повним обґрунтуванням отриманих наукових результатів; висновки з даного дослідження і перспективи подальших розвідок у даному напрямку; література (шрифт “Times New Roman” напівжирний, розмір шрифту 14).
- Текст статті набирається виключно у форматі А4 (210*297 мм) книжкової орієнтації, вирівнюється за шириною, подається у текстовому редакторі “Microsoft Word”. Текст набирати без переносів. Жодних відступів перед і після абзацу не повинно бути. Не використовувати стильову розмітку. Сторінки не нумерувати.
- Шрифт – “Times New Roman” (розмір шрифту 14 пт).
- Міжрядковий інтервал – 1,5 пт.
- Поля: зверху, знизу, зліва – 2,5см, справа – 1,0 см.
- Абзац – 1,25 см.
- Посилання в тексті вказуються в квадратних дужках: порядковий номер джерела та сторінка(и) (напр.: [1, с. 12–15]).
- Список літератури (шрифт “Times New Roman” курсив, розмір шрифту 12)
- Формули подаються тільки за допомогою редактора формул Microsoft Equation (шрифт „Times New Roman”, розмір шрифту 12).

- Таблиці створювати лише засобами Microsoft Word. Таблиці не повинні виходити за межі тексту. Вирівнюються по центру. Усі таблиці повинні мати заголовок (над таблицею окремим абзацом), (шрифт „Times New Roman”, напівжирний, розмір шрифту 12). На всі вміщені таблиці мають бути посилання у тексті.
 - Рисунки повинні бути включені в текст за допомогою меню „вставка-об’єкт-Рисунок Microsoft Word”. Рисунки мають бути виключно чорно-білими. Подаються у форматі JPEG або робляться засобами Microsoft Word чи Excel. Рисунок не повинен виходити за межі тексту. Вирівнюється по центру. Усі рисунки повинні мати підписи (знизу від рисунка окремим абзацом), (шрифт „Times New Roman”, напівжирний, розмір шрифту 12). Назви не повинні бути елементом рисунку. Скановані рисунки мають бути виконані лише засобами PhotoShop, не менше 300 dpi, бути чіткими, контрастними. Рисунок очистити від „бруду” (крапок, штрихів і т.п.) засобами PhotoShop.
 - Діаграми повинні бути включені в текст за допомогою меню „вставка-об’єкт-Рисунок Microsoft Word”. Діаграми мають бути виключно чорно-білими. Підписи (знизу від рисунка окремим абзацом), (шрифт „Times New Roman”, напівжирний, розмір шрифту 12)
 - Схеми повинні бути включені в текст за допомогою меню „вставка-об’єкт-Рисунок Microsoft Word”. Схеми мають бути виключно чорно-білими. Підписи (знизу від рисунка окремим абзацом), (шрифт „Times New Roman”, напівжирний, розмір шрифту 12).
 - Карти повинні бути включені в текст за допомогою меню „вставка-об’єкт-Рисунок Microsoft Word”. Карти мають бути виключно чорно-білими. Підписи (знизу від рисунка окремим абзацом), (шрифт „Times New Roman”, напівжирний, розмір шрифту 12).
 - Рисунки та карти також подаються окремими файлами. Формати рисунків та карт: *.jpg, *.gif, *.tif.
 - Обсяг статті 8-10 сторінок.
 - Текст повинен бути вичитаний автором.
 - Матеріали та копію квитанції про оплату надсилати на адресу редакційної колегії та на Е-mail в електронному (на дискеті чи диску) та у роздрукованому (один екземпляр) вигляді.
 - Вказувати контактний телефон та Е-mail.
- Адреса редакційної колегії:** Київський національний університет імені Тараса Шевченка, географічний факультет, кафедра країнознавства та туризму. ГСП-680, проспект академіка Глушкова, 2, к. 317, 316.
Тел.: 8 (044) 521-32-49 / 8-068-391-36-86, 8-050-741-43-35
Е-mail: geocompany@ukr.net, svitm@ukr.net
 Сировець Сергій Юрійович

Зміст

I. НАУКОВІ ДОСЛІДЖЕННЯ ДЛЯ ПОТРЕБ ТУРИЗМУ

Олійник Я.Б. Географічна наука – розвиткові туризму.....	3
Соколова О.І. Співпраця наукового центру розвитку туризму з географічним факультетом Київського національного університету імені Тараса Шевченка.....	5
Розпорядження Кабінету Міністрів України від 6 серпня 2008 р. № 1088-р Про схвалення Стратегії розвитку туризму і курортів.....	7
Любіцева О.О. Наукове забезпечення розвитку туризму в Україні.....	14
Яценко Б.П. Стан та проблеми удосконалення системи освіти з підготовки фахівців з туризму.....	18
Кіптенко В.К., Малиновська О.Ю. Концепція програми формування і просування туристичного іміджу України на цільових сегментах.....	30

II. НАУКОВО-ПРАКТИЧНІ ПРОБЛЕМИ РЕКРЕАЦІЇ ТА ТУРИЗМУ

Підлісецька І.О. Теоретико-методологічні розробки дослідження об'єктів історико-культурного призначення.....	41
Редько Т.В. Методологія біхевіористських досліджень.....	49
Сировець С.Ю. Суспільно-географічні аспекти рекреаційно-туристичної діяльності.....	54
Бейдик О.О. Екологічні чинники в розвитку регіональної рекреації.....	58
Смирнов І.Г. Логістика ресурсної бази туризму як чинник його сталого розвитку.....	68
Уліганець С.І. Туристський імідж регіону.....	78
Карасьова К.Л. Сучасний стан туризму у місті Києві.....	88
Залещик В.В. Умови розвитку рекреації на Луганщині.....	93
Бейдик О.О., Майборода Н.В. Архітектурно-історичні рекреаційно-туристські ресурси (на прикладі некрополів України).....	97
Пацюк В.С. Індустріальний туризм та його особливості.....	104
Січук Д.Г. Географія винного туризму.....	109
Криштапович М.О. Ігровий туризм в Україні.....	114
Божук Т.І. Значення і перспективи розвитку бальнеологічних курортів (на прикладі „Східниця” (Україна) та „Марціальных вод” (Росія)).....	116
Смирнов І.Г. Логістика готельних послуг у туризмі.....	124
Новикова В.І. Готельне господарство як складова туристської інфраструктури	133
Носовська Т. Л. Перспективи функціонування бюджетних авіакомпаній для туризму на авіаційному ринку України.....	138

III. АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ГЕОГРАФІЇ

Гладкий О.В. Особливості делімітації поліцентричних промислово-агломераційних утворень України.....	144
Кирилюк О. В. Теоретико-методологічна база визначення антропогенної перетвореності басейну малої річки.....	153
Макаренко П.О. Інноваційна та логістична складові автомобілебудування: суспільно-географічний аспект.....	160
Лопаткін І.О. Аналіз територіальної структури сфери послуг Оболонського району міста Києва.....	167
Стафійчук В.І. Черненко Л.В. Італійська школа геополітики.....	175
Клименко С.Ю. Цивілізаційний аспект у формуванні геостратегічних векторів Союзу націй Південної Америки.....	183
Вимоги до статей, що подаються для публікування до науково-практичного збірника «Географія та туризм».....	188

Наукове видання

Географія та туризм

Науковий збірник заснований у 2007 р.

Випуск 2

Лабораторія геоінформації та туризму
кафедри країнознавства та туризму
географічного факультету
Київського національного університету імені Тараса Шевченка
Київ, проспект Глушкова, 2, к.317