І. ГЕОГРАФІЯ РЕКРЕАЦІЇ ТА ТУРИЗМУ: ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРИКЛАДНІ ПИТАННЯ

УДК 911.3

Мальська М.П.

ЕТАПИ РОЗВИТКУ МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ

Період стабільного зростання міжнародного туристичного руху розпочався з другої половини XX ст. (невдовзі після завершення Другої світової війни) (рис. 1).

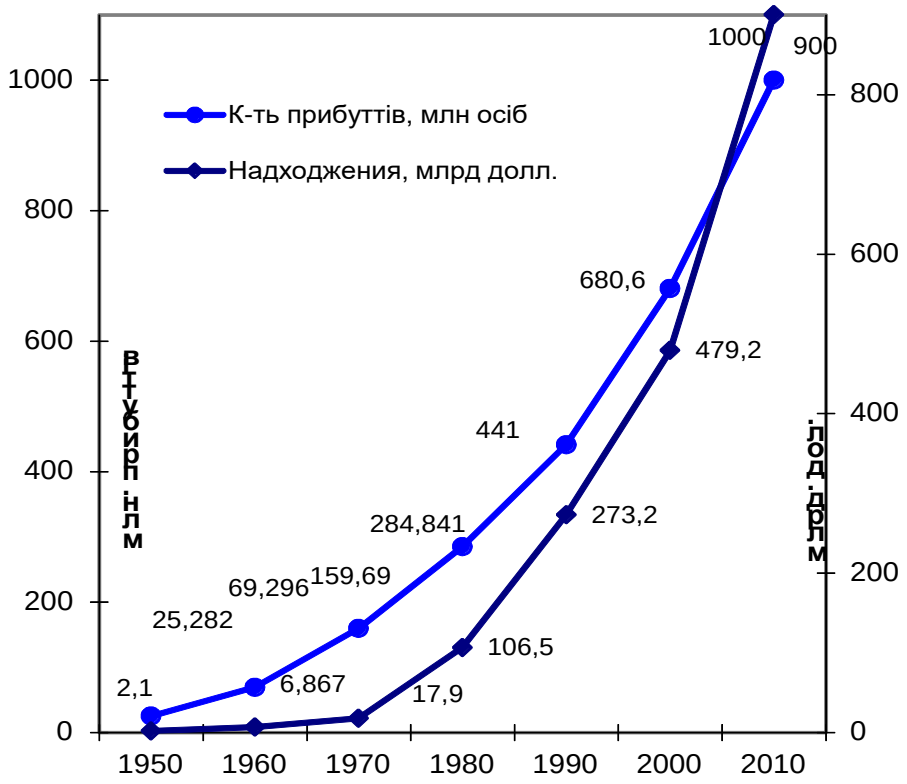


Рис. 1. Динаміка експоненційного зростання прибуття туристів і надходжень від туризму у світі з другої половини XX ст.

Зростання кількості міжнародних туристичних прибуттів і доходів має експоненційний характер, тобто кожного наступного року приріст відвідувань і доходів стає більшим порівняно з попереднім роком.

Особливої активізації міжнародний туризм набув після успішного подолання світової енергетичної кризи 1973 – 1974 рр. Лише за одне десятиріччя – 1970 – 1980 рр. – відбувався грандіозний «скачок» обсягів туристичних мандрівок і доходів світової туристичної індустрії. Після подолання межі у 100 млрд дол. щорічного доходу про сферу туристичного сервісу з початку 1980-х заговорили як про один з провідних секторів

економіки сучасного світу. Тенденції подальших десятиліть закріпили за міжнародним туризмом позицію економічного лідера сьогодення.

Абсолютні прирости показників прибуттів і доходності не залишають жодних сумнівів щодо того, що з другої половини 1970-х рр. міжнародний туризм вступив у так звану золоту еру свого розвитку. Так, якщо за 1960 – 1950 рр. абсолютний приріст туристичних прибуттів становив 44 млн осіб, то за 1970 – 1960 рр. – 90,4 млн осіб, за 1980 – 1970 рр. – 125,15 млн осіб, за 1990 – 1980 рр. – 156,2 млн осіб, за 2000 – 1990 рр. – 240,4 млн осіб, а за 2010 – 2000 рр. абсолютний приріст туристичних прибуттів прогнозується на рівні 370 млн осіб.

У середині 1960-х рр. у світі було зафіксовано 1 млн туристичних прибуттів. До середини 1970-х цей показник сягнув 2 млн. Після успішного подолання економічної кризи початку 1970-х рр. й поширення швидкісної трансконтинентальної авіації на реактивних двигунах зростання прискорилося, зокрема на початку 1980-х у світі було зафіксовано вже 3 млн туристів, у 1988 р. – 4 млн, за наступних п’ять років у 1992 р. – 5 млн, ще за п’ять років у 1997 р. – 6 млн і за наступні п’ять років у 2002 р. – 7 млн.

Аналогічно, з другої половини XX ст. фіксуємо безпрецедентне (порівняно з іншими секторами економіки) нарощення масштабів абсолютного приросту доходів від міжнародного туризму: за 1960 – 1950 рр. абсолютний приріст доходів становив 4,8 млрд дол., за 1970 – 1960 рр. – 11 млрд дол., за 1980 – 1970 рр. – 88,6 млрд дол., за 1990 – 1980 рр. – 166,7 млрд дол., за 2000 – 1990 рр. – 206 млрд дол., а на 2010 – 2000 рр. абсолютний приріст туристичних доходів прогнозується на рівні 421 млрд дол.

З розвитком трансконтинентальної реактивної авіації й загальним піднесенням світової економіки 1980 р. дохід туристичної індустрії переріс перевищив 100 млрд дол. (для порівняння, 1970 р. світовий дохід від туризму не перевищував 17,9 млрд дол). До 1988 р. дохід подвоївся й становив 210 млрд дол. Менше ніж за чотири наступні роки дохід у 1992 р. переріс позначку у 3 млрд дол., а ще через три роки, у 1995 р. – 4 млрд дол. Тобто лише за сім років – з 1988 по 1995 – дохід світової індустрії туризму виріс більш як на 200 млрд дол. Цей період, за визнанням експертів Світового банку, був найприбутковішим для світової туристичної індустрії за весь час її існування.

Сподівання аналітиків на те, що на початку XXI ст. дохід від світової індустрії туризму сягне позначки 500 млрд дол. не справдилися через резонансні теракти 11 вересня 2001 р. у Нью-Йорку й Вашингтоні, що на два роки істотно похитнули позиції міжнародного туризму у цілому світі. Тож, символічної позначки у 500 млрд дол. світова індустрія туризму досягла у 2003 р.

Упродовж наступного року було зафіксовано абсолютний рекорд прибутковості індустрії туризму за всю понад півстолітню історію її існування: за 2003 – 2004 рр. дохід зріс на рекордних 98,5 млрд дол., тобто

за один рік перетнув 600 млрд дол. А ще через два роки, за підсумками 2006 р., дохід глобальної індустрії туризму перетнув поділку 700 млрд дол.

Таким чином можна зробити висновок, що у світі надходження від туризму зростають динамічніше і, головне, стабільніше, ніж кількість туристів. Отже, ці цифри засвідчують зростання економічної ефективності індустрії міжнародного туризму.

У 1950 р. дохід від міжнародного туризму у перерахунку на одне турприбуття становив 83,06 дол, а на одиницю населення – всього 0,83 дол. До початку XXI ст. відносний дохід від одного турприбуття збільшився у 6,8 разу, а відносний дохід від міжнародного туризму на одиницю населення – аж у 94,2 разу, тобто з одного міжнародного прибуття світова туріндустрія отримує пересічний дохід на рівні понад 710 дол. Однак теза про невпинне зростання міжнародного туризму має певні застереження. Справа в тому, що середньорічні за десятиліття темпи зростання міжнародних прибуттів у світі загалом й у кожному його регіоні зокрема падають. Середній темп щорічного зростання міжнародних прибуттів у світі на етапі туристичного «буму» (1950-ті – початок 1970-х рр.) сягав 9,9 %. У 1970 – 1980 рр. він знизився до 5,7 %, у 1980 – 1990 рр. – до 4,7 %, у 1990 – 2000 рр. – до 3,8 %, у 2000 – 2010 рр. прогнозується на рівні 3,5 % (рис. 3. 6). Отже, світ входить у фазу «насичення», коли диспропорція між кількістю людей, які прагнуть подорожувати, та кількістю людей, які мають змогу і можуть собі дозволити подорожувати, поступово скорочується.

Невпинного зростання темпів відносного приросту за десятиліття туристичних прибуттів і доходів також не спостерігається, навпаки, після туристичного «буму» 1950 – 1960-х рр. відбулося суттєве сповільнення темпів десятирічного туристичного приросту. (Рис. 6.7)

Масштабний ріст масового міжнародного туризму у 1950 – 1960-ті рр. дотепер хвилює істориків світового туризму, оскільки тогочасні «стартові» темпи відносного приросту так і не вдалося перевершити. За одне десятиріччя – з 1950 по 1960 рр., кількість міжнародних туристичних прибуттів фактично потроїлася (за офіційною статистикою – у 2,74 рази, хоча сучасні експерти схильні вважати, що де-факто приріст становив більше 3,0 разів). Аналогічно, доходи від міжнародного туризму з 1950 по 1960 р. зросли майже в 3,5 разу. За наступне десятиліття – з 1960 по 1970 рр. – темпи приросту основних туристичних показників дещо сповільнилися – до 2,5 рази. З 1980-х рр. відносний приріст туристичних прибуттів утримується на рівні 1,5 разу за десятиліття, а відносний приріст доходів з 1990-х рр. також залишається сталим і утримується лише на дещо вищому (порівняно з прибуттями) рівні 1,8 – 1,9 рази за десятиліття.

Отже, за темпами приросту статистичних показників пропонується виокремлювати два макроперіоди у розвитку світового туризму: I. туристичний «бум» 1950-х – початку 1970-х рр. (до світової енергетичної кризи) із темпами приросту туристичних прибуттів і доходів 250 – 300 % за десятиріччя; II. період сталого приросту туристичних прибуттів і

доходів на рівні 150 – 200 % за десятиріччя.

В окремі роки ситуація виглядала зовсім не так прямолінійно. Світове господарство переживало періоди прискореного зростання, сповільненого зростання і навіть спаду показників, що характеризують стан міжнародного туризму. Детальне уявлення про річну динаміку цих показників дає Табл. 1.

Таблиця 1

Динаміка міжнародних туристичних прибуттів та доходів у світі за 1950 – 2005 рр. [2]

Рік	*Прибуття, млн осіб*	*Зміни за рік, %*	*Доходи, млрд дол.*	*Зміни за рік, %*	*Дохід від 1 прибуття, дол.*
1950	25,282	-	2,1	-	83,1
1960	69,296	10,6	6,867	12,6	99,1
1970	159,69	8,7	17,9	10,0	112,1
1980	284,841	6,0	106,5	19,1	373,9
1985	329,558	3,29	120,8	4,59	366,5
1986	340,571	3,34	146,6	21,4	430,5
1987	366,872	7,72	181,1	23,5	493,6
1988	401,723	9,5	210,2	16,1	523,2
1989	430,954	7,28	230,0	9,4	533,7
1990	459,233	6,56	273,2	18,8	594,9
1991	466,044	1,48	286,0	4,7	613,7
1992	503,617	8,06	328,7	14,9	652,7
1993	518,258	2,91	334,9	1,9	646,2
1994	546,266	5,4	366,0	9,3	670,0
1995	566,082	3,63	411,3	12,4	726,6
1996	592,122	4,6	447,5	8,8	755,8
1997	619,6	3,33	452,3	1,1	730,0
1998	635,1	2,51	448,9	-0,75	706,8
1999	652,4	2,72	462,0	2,9	708,2
2000	680,6	4,32	479,2	3,7	704,1
2001	680,4	-0,03	467,0	-2,55	686,4
2002	700,4	2,9	481,6	3,1	687,6
2003	689,7	-1,5	524,2	8,8	760,0
2004	763,2	10,7	622,7	18,8	815,9
2005	808	5,9	681,5	9,4	843,4

За перших 15 років етапу туристичного «буму» – з 1946 по 1960 – кількість міжнародних туристів у світі потроїлася. А за двадцять пікових років етапу туристичного «буму» – з 1950 по 1970 – зросла в шість разів (з 25 до 160 млн осіб). Світова економічна криза 1973 – 1974 рр., спричинена обвальним підвищенням світових цін на нафту (а відтак – зростанням вартості пасажироперевезень й індексів усіх споживчих цін) сповільнила темпи зростання туристичних прибуттів і доходів.

Наступне подвоєння кількості міжнародних туристів UNWTO зафіксувала за доволі тривалий проміжок часу – за 15 років (з 1970 по 1984

рр.). Стільки ж часу – з 1984 по 1998 рр. – було потрібно на те, щоб кількість міжнародних туристів знову зросла вдвічі (до 635 млн осіб). За прогнозами експертів UNWTO, впродовж наступних 15 років, тобто до 2013 р., обсяги міжнародних туристичних прибуттів, ймовірно, знову подвояться [1]. Аналіз темпів подвоєнь доходів світової туристичної індустрії виявляє не менш показові закономірності. Так, з 1950 по 1960 рр. і з 1960 по 1970 рр. доходи туріндустрії потроювалися. Після успішного подолання економічної кризи початку 1970-х рр. на фоні світового макроекономічного підйому доходи туріндустрії 1980 р. перетнули поділку у 100 млрд дол. І з цього часу спостерігається дещо відмінна тенденція – сповільнення темпів подвоєння дохідного капіталу туріндустрії. Зокрема, лише 1988 р. дохід подвоївся порівняно з 1980 р. і становив 210,2 млрд дол. Наступне подвоєння – до 447,5 млрд дол. відбулося 1996 р. (тобто, знову через вісім років).

Динаміка зростання доходності світової туріндустрії у перерахунку на одне туристичне прибуття (умовно кажучи – дохід від одного міжнародного туриста) – синтетичний показник, що дає змогу об'єктивніше оцінити синергетичну економічну ефективність міжнародного туризму. Значення цього показника підтверджує описані вище закономірності та основний висновок про більш-менш стабільне зростання комерційної ефективності глобальної туристичної індустрії.

Так, річий дохід від одного туриста перетнув межу у 100 дол. наприкінці 1960-х рр. Основними туристами на той час були європейці, які подорожували на невеликі віддалі у дружні сусідні країни Європи. Зате з розвитком і здешевленням авіації впродовж одного наступного десятиріччя – з 1970 по 1980 рр. – річний дохід від одного міжнародного туриста потроївся. Цей період увійшов в історію міжнародного туризму як десятиліття з максимально високими темпами зростання доходності у перерахунку на одне турприбуття. У наступні роки повторити чи, принаймні, наблизитися до таких темпів зростання індивідуалізованої доходності досі не вдалося. Однак, 1980-і рр. відзначалися теж доволі високими приростами: 1986 р. річний дохід туріндустрії від одного туриста перевищив 400 дол., а 1988 становив 500 дол., 1991 р. – 600 дол. Період з 1991 по 2003 рр. увійшов в історію як етап істотного сповільнення темпів щорічних приростів пересічної дохідності і навіть «хвиль» їхнього падіння. Перше таке падіння статистично було зафіксовано 1993 р., а найбільше – 2001 р. (наслідок шокуючого теракту у Нью-Йорку й початку війни США в Афганістані та тривожного суспільного очікування напророкованого «зіткнення цивілізацій»). Після перелічених подій дохідність впала до 690 дол., але вже з 2003 р. знову різко зросла і навіть дещо перевищила (на 4,2 дол.) максимальний за останнє десятиріччя показник 1996-го р. Як наслідок цього останнього підйому станом на 2004 р. подолано нову планку у 800 дол. доходу від одного прибуття за рік.

Вище наведене дозволяє сформулювати основні хронологічні закономірності розвитку міжнародного туризму за останні двадцять років.

Можна виділити три відмінні між собою етапи еволюційного поступу міжнародного туризму. Це етапи «інтенсивного зростання» (I), «сповільненого зростання» (II) та «прискореного зростання» (III).

За темпами зростання світових туристичних прибуттів можна виокремити етапи:

- Етап інтенсивного зростання – 1985 – 2000 рр.;
- Етап сповільненого зростання – 2000 – 2003 рр.;
- Етап прискореного зростання – з 2003 р.

За темпами зростання доходів світової індустрії туризму:

- Етап інтенсивного зростання – 1985 – 1996 рр.;
- Етап сповільненого зростання – 1996 – 2002 рр.;
- Етап прискореного зростання – з 2002 р.

Виокремлення цих трьох етапів в окреслених хронологічних межах підтверджується динамікою зростання дохідності світової туріндустрії у перерахунку на одне туристичне прибуття (умовно кажучи – дохід від одного міжнародного туриста).

Темпи щорічного зростання дохідності туріндустрії від кожного обслуженого міжнародного туриста дуже різко диференціюються також за трьома етапами:

- Етап інтенсивного зростання – 1985 – 1996 рр.;
- Етап падіння темпу зростання – 1996 – 2002 рр.;
- Етап прискореного зростання – з 2002 р.

Чітко проглядається взаємозв’язок цієї закономірності з подіями другої світової війни, масовими американськими бомбардуваннями території Сербії, із загостренням інформаційно-терористичних викликів світовому співтовариству в останні роки XX ст., з війною США і Великобританії в Афганістані та оголошенням з вересня 2001 р. глобальної «війни» «Аль-Каїді» та іншим міжнародним терористичним організаціям.

Після макроекономічного піднесення другої половини 1970-х рр., світова економіка пережила ще декілька відчутних спадів, а міжнародне співтовариство – потрясінь і глобальних викликів, що зумовлювали сповільнення темпів зростання туристичних показників (порявняно з темпами зростання попередніх десятирічь за туристичного «буму»). Серед найзнаковіших туристичних «потрясінь» епохи 1980-х – аварія на Чорнобильської АЕС 1986 р. (яка на декілька років різко скоротила обсяги відвідувань Європи представниками інших континентів), терористичні акти лівійських екстремістів, ослаблення американського долара порівняно з іншими світовими валютами тощо. Починаючи з другої половини 1980-х рр. окреслилася протилежна тенденція «вибухового» зростання туристичного інтересу західноєвропейців до країн Центрально-Східної Європи за умов падіння «залізного занавісу» соціалістичного воєнного блоку, демократичних перетворень у цих країнам, об’єднання Німеччини в єдину державу, пом’якшення умов перетину західного кордону СРСР.

Дев’яності роки також почалися несприятливо для розвитку міжнародного туризму у зв’язку з війною в Іраку. Незабаром після початку

цієї війни припинилися подорожі у Близькосхідний регіон й арабські курортні країни Північної Африки. Перелічені події та суспільна напруга безпосередньо призвели до різкого сповільнення темпів зростання міжнародного туризму. Так, за 1991 – 1990 рр. статисти UNWTO зафіксували унікально мале зростання міжнародних туристичних прибуттів на 1,48 %. Це абсолютний мінімум за всю попередню історію розвитку міжнародного туризму другої половини XX ст. Наступна війна за участі американської армії на Балканському півострові, а також період чергового економічного спаду, що охопив багато індустріальних країн, не сприяли пожвавленню туризму. Темпи середньорічного зростання туристичних прибуттів у першій половині 1990-х рр. коливалися в межах 3 – 4 %, і з 1996 р. до кінця століття знизилися пересічно до 2,5 – 3,0 %. (Для порівняння, наприкінці 1980-х середньорічне зростання стабільно утримувалося на рівні близько 8,0 %). У 2000 р. кількість туристичних прибуттів виросла порівняно з 1999 р. на 4,3 % і становила 680,6 млн. Таке суттєве зростання давало аналітикам підстави для оптимістичних прогнозів на наступне століття. Зростання 2000 р. було досягнуто завдяки активізації туристичного руху в епохальний рік «міленіуму» (початку III тисячоліття) та святкування 2000-ліття християнства. Надходження від туризму (не враховуючи транспорт) 2000 р. зросли на 3,7 % і сягнули 479,2 млрд дол. (або 704 дол. у перерахунку на одного туриста).

Міжнародні туристичні прибуття на Американський континент за підсумками 2001 р. знизилися порівняно з 2000 р. (130,7 млн прибуттів) на 5,2 млн 2001 р. впали до 121,2 млн 2002 р. – до 121,2 млн, а в 2003 р. – аж до 115,4 млн. Лише за три роки – 2001 – 2003 – США втратили близько 60 млн прибуттів міжнародних туристів. Доходи туріндустрії США 2002 р. впали до 66,6 млн дол., 2003 р. – до 64.3 млн. дол. (для порівняння 2000 р. – 82,4 млн дол.), витрати американців на закордонні турпоїздки у ці роки скоротилися, відповідно, до 58 та 57,4 млн дол. (для порівняння 2000 р. – 60,2 млн дол.). Ці масштабні американські втрати суттєво позначилися на світових показниках туристичної галузі. 2003 р. увійшов у історію світового туризму як рік «обвального» скорочення міжнародних прибуттів – на 1,2 %. Таке падіння за рік стало найзначнішим в історії. У світовому масштабі обсяг міжнародного туризму, що виражається в міжнародних туристичних прибуттях, скоротився з 700 млн 2002 р. до 690 млн, тобто вперше в новітній історії цивілізації обсяги міжнародних туристичних прибуттів упродовж одного-єдиного року скоротилися на 10 мільйонів! Негативними для міжнародного туризму 2003 р. виявилася синергетична сила впливу на дозвіллєву мотивацію мільйонів людей таких чинників, як:

- війна в Іраку (а також тривалий період геополітичного напруження і невизначеності, що передували їй), що спровокувала черговий масовий спалах антагоністичної нетерпимості серед населення мусульманського світу до держав західної цивілізації (американців і західноєвропейців), що силою зброї демонструють світові свою геополітичну «вищість»;

- поширення у популярних країнах екзотичного й курортного туризму Азійсько-Тихоокеанського регіону (найпривабливіших для основних туристовідправляючих країн Європи, США, Японії, Австралії) спалахів атипової пневмонії, через яку місцева туріндустрія зазнала значних економічних збитків від катастрофічного недоотримання туристів і масових відмов трансрегіональних туроператорів від наперед заброньованих обсягів турів й резервування готельного фонду;
- стагнаційне збереження млявої економічної кон'юнктури.

Використані джерела:
1. Козак В., Майорова Н., Косянчук Т. Пути совершенствования бытового обслуживания населения // Экономика Советской Украины. – 1987. – № 1. – С. 325.
2. Звіт Всесвітньої туристичної організації. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www2.unwto.org/

УДК 911.3

Бейдик О.О., Сировець С.Ю.

ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ РЕКРЕАЦІЙНО-ТУРИСТСЬКИХ МЕЗОРАЙОНІВ «СЕРЕДЗЕМНОМОРСЬКОГО КІЛЬЦЯ»

Проведено порівняльний аналіз Апенніно-Мальтійського та Північно-Африканського мезорайонів Європейського та Африканського макрорайонів, запропоновано принципові моніторингові структурно-логічні моделі оцінки чинників розвитку найбільш значних рекреаційно-туристських вузлів.

Ключові слова: об'єкти Всесвітнього надбання, специфіка ресурсно-туристського простору, геополітичні перспективи, структурно-логічна модель, чинники розвитку рекреації.

Проведен сравнительный анализ Апеннино-Мальтийского и Северо-Африканского мезорайонов Европейского и Африканского макрорайонов предложены принципиальные мониторинговые структурно-логические модели оценки факторов развития рекреационно-туристских узлов.

Ключевые слова: объекты Всемирного наследия, специфика ресурсно-туристского пространства, геополитические перспективы, структурно-логическая модель, факторы развития рекреации.

The comparative characteristics of the Apennines, Malta and North Africa mezoregion European and African makroregion were proposed monitoring fundamental structural and logical model estimates the most significant factors in the development of recreational and tourist sites.

Keywords: World Heritage sites, specific resource and tourist area, geopolitical perspective, structural and logical model, the factors of recreation.

Актуальність. Серед приморських рекреаційно-туристських територій світу мезарайони «середземноморського кільця» (особливо його європейської частини) виступають найбільш значними щодо потужності турпотоків, їх стабільності та розвитку туристської інфраструктури.

Постановка проблеми. Існують різні підходи до країнознавчої характеристики території: від дорожніх вражень та щоденників Зікмунда і Ганзелки, Рібара і Гейми (чехословацькі мандрівники та дослідники) до фундаментальних країнознавчих праць Елізе Реклю, Миколи Баранського, Володимира Максаковського, Віктора Юрківського, Івана Дахна. Отже, структура, варіанти і модифікації країнознавчої характеристики території перебувають у постійному діалектичному розвитку.

Мета статті – розвиток уявлень про туристсько-країнознавчу характеристику території в розрізі порівняльної характеристики Апенніно-Мальтійського та Північно-Африканського рекреаційно-туристських мезорайонів Європейського та Африканського макрорайонів.

Виклад основного матеріалу. Зважаючи на те, що геополітична ситуація є вирішальним чинником, який визначає туристську політику держави, характер туристських потоків та надходжень від туризму, нижче наведено геополітично акцентовану структуру характеристики мезорайону, стислу характеристику двох ключових мезорайонів Європи і Африки та ряд структурно-логічних моделей оцінки чинників розвитку рекреаційно-туристського вузла (рис. 1):

- *<u>туристсько-країнознавча характеристика мезорайону</u>: 1) склад території*; *2) розташування*; *3) коефіцієнт колоподібності; 4) тип регіонального ринку*; *5) специфіка ресурсно-туристського простору; 6)рекреаційні комплекси; 7) геополітичні перспективи*; *8) туристська політика; 9) основні суспільно-політичні та екологічні проблеми.*
- *<u>спрощена характеристика ключових мезорайонів Європи та Африки</u>*:

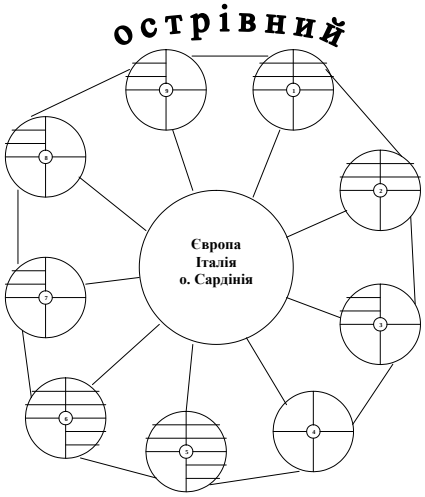
Апенніно-Мальтійський туристський мезорайон. Склад території: Італія ко (47 об’єктів Всесвітнього надбання), Ватикан (2 об’єкти Всесвітнього надбання), Сан-Маріно (1 об’єкт Всесвітнього надбання), Мальта (3 об’єкти Всесвітнього надбання). Загальна кількість об’єктів Всесвітнього надбання – 53. Розташування приморсько-внутрішньоматериково-острівне. Регіон-півострів. Найбільший світовий центр католицизму та єдина в світі держава-місто Ватикан. Відчутна асиметрія в економічному розвитку території: високорозвинена держава (Італія відноситься до «сімки») та 3 держави-карлики. Зимові курорти, курорти на базі термальних джерел. Основні туристські центри: Рим, Ватикан, Венеція, Флоренція, Неаполь, Барі, Мілан, Турин, Верона, Парма, о. Капрі. Регіон-реціпієнт (задовольняючий туристський попит): переважає експорт вражень і послуг, позитивне сальдо туристського балансу. Переважна більшість туристів прибуває наземним і повітряним транспортом із Німеччини, Франції, Австрії, Швейцарії. Розвинений морський транспорт (лінії до Франції, Греції, Чорногорії, Словенії, Хорватії, Тунісу). Антиподність напрямів турпотоків. Африка – цікавий та перспективний внаслідок різноманіття рекреаційних ресурсів (піщані пляжі у прибережних районах, екзотичний тваринний світ, культурно-

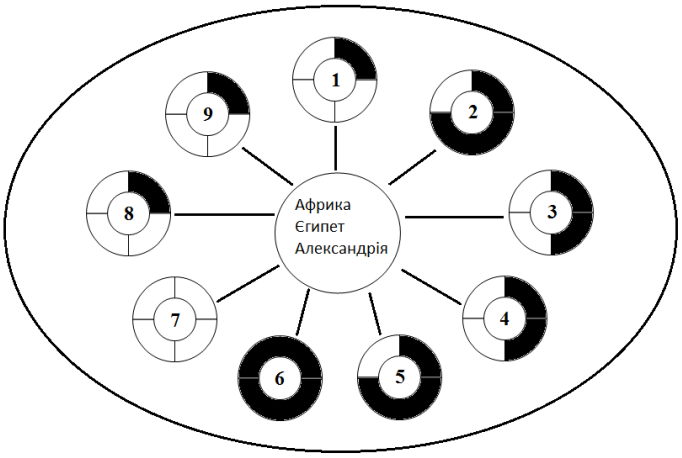
історичні ресурси), але найменше освоєний у туристському відношенні макрорайон. Основний потік туристів прямує до Африки з Європи та Північної Америки. Внутрішній туризм розвинутий слабо. На ринку міжнародного туризму окремі африканські держави пропонують високоякісний туристський продукт: Єгипет, Туніс, Марокко – культурно-розважальний туризм, дайвінг, тури по Сахарі; Танзанія, Кенія, ПАР, Зімбабве – сафарі, екологічний, культурно-розважальний, повітроплавальний туризм.

Північно-Африканський мезорайон. Склад території: Марокко (10 об'єктів Всесвітнього надбання), Алжир (7 об'єктів Всесвітнього надбання), Туніс (8 об'єктів Всесвітнього надбання), Лівія (5 об'єктів Всесвітнього надбання), Єгипет (7 об'єктів Всесвітнього надбання). Загальна кількість – 37 об'єктів Всесвітнього надбання. Розташування приморсько-океанічне. Основні туристські центри: Рабат, Касабланка, Марракеш, Сусс, о. Джерба (друга за віком синагога в світі, центр паломництва євреїв), Хаммамет, Александрія. Регіон-реціпієнт (задовольняючий туристський попит): переважає експорт вражень і послуг, позитивне сальдо туристського балансу. Переважна більшість туристів прибуває повітряним і морським транспортом із Франції, Іспанії, Німеччини, Росії, Польщі, Нідерландів.

- *інноваційні моніторингові структурно-логічні моделі оцінки чинників розвитку рекреаційно-туристських вузлів*:

Число 9, яке віддзеркалює кількість позицій за якими характеризується мезорайон та вузол (комплекс), зайвий раз підкреслює категорію оптимальності, виступає символом вічної матерії, з якою воно (число 9) пов'язується (кількість планет сонячної системи, кількість сфер (небес) рая, кількість муз, кількість життів у кішки, оптимальна кількість гостей, яких запрошують до оселі тощо). Нижче (рис. 1) наведено ряд принципових моніторингових структурно-логічних моделей оцінки чинників розвитку рекреаційно-туристського вузла на прикладі о. Сардінія, міст Александрія, Шарм-ель-Шейх, Хургада, Таба, Сусс, Луксор:





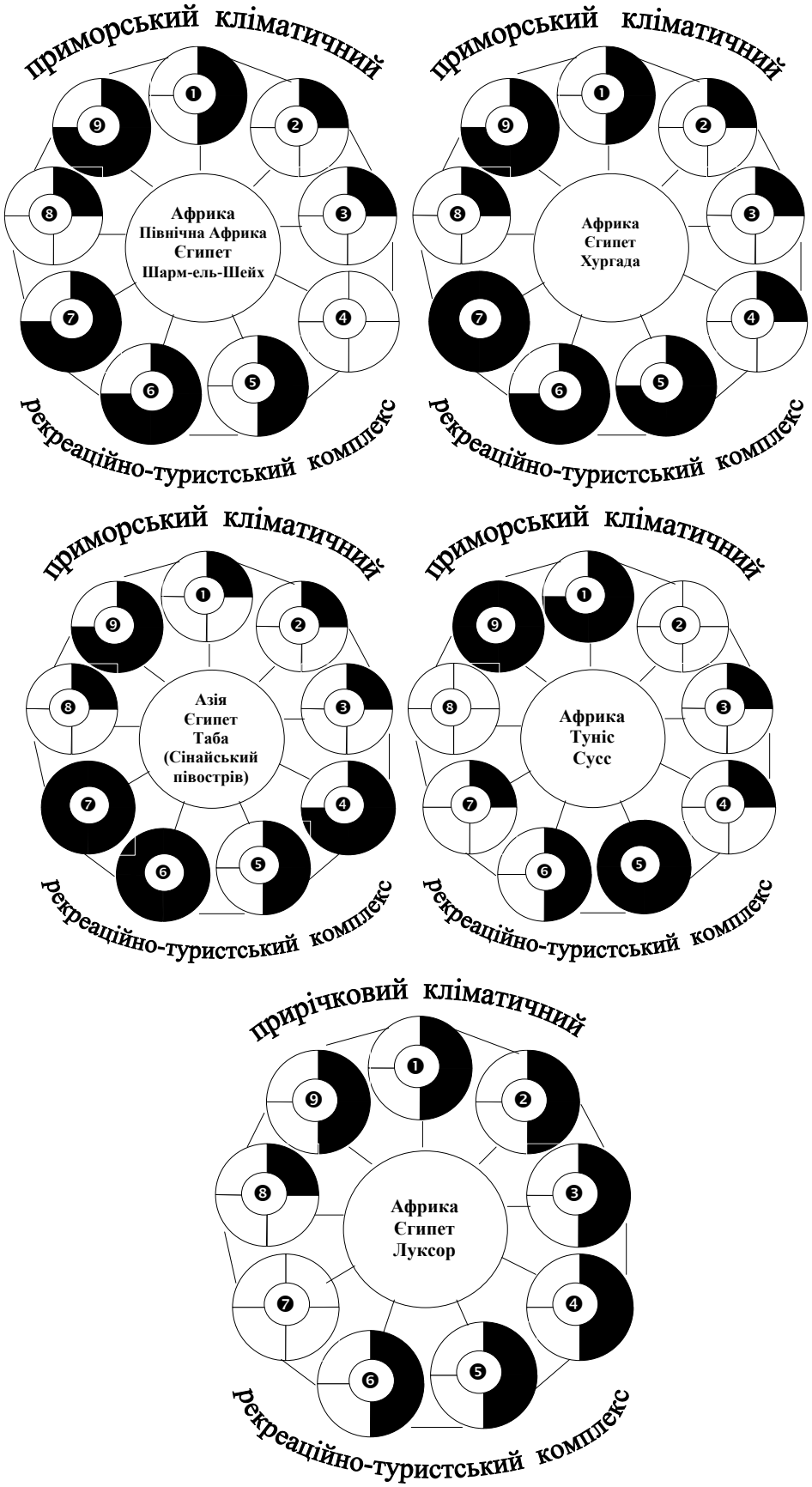


Рис. 1. Принципові моніторингові структурно-логічні моделі оцінки чинників розвитку рекреаційно-туристського вузла (на прикладі о. Сардінія, міст Александрія, Шарм-ель-Шейх, Хургада, Таба, Сусс, Луксор)

Короткі коментарі до моделі оцінки чинників розвитку рекреаційно-туристського вузла (на прикладі м. Луксор):

1. *Геополітичне положення*. Невелике місто Луксор (650 км на південь від Каїру, близько 100 тис. осіб, долина р. Ніл) – найбільш відомий центр іноземного туризму. Місто має транспортний зв'язок з основними туристськими центрами країни і включається до багатьох маршрутів. Головним недоліком положення Луксора є відсутність виходу до моря та віддаленість від узбережжя.

2. *Безпека*. У Єгипті іноді трапляються терористичні акти (наприклад, 1997 року, коли загинуло кілька десятків туристів із Європи), але проблем можна уникнути, якщо подорожувати, дотримуючись всіх правил безпеки. Британський «Бюлетень по безпеці туризму» не рекомендує користуватися турпотягом Каїр-Луксор-Асуан. Саме ці потяги піддаються нападам терористів. У Єгипті це єдиний залізничний маршрут, що проходить через Аравійську пустелю. До Луксора краще їхати автобусом, що йде уздовж берега Червоного моря. Там розташовані основні курортні місця, давно обжиті європейцями й американцями – вони добре охороняються, тому цей маршрут безпечний. З Луксора можна іншим автобусом дістатися до Асуана. Але віддалятися від основної дороги не варто, тому що траплялися напади й на автобуси.

3. *Клімат*. В Луксор найкраще їздити взимку. Літня спека в деяких районах Луксора, що доходить до 60^0 С, завадить оглянути визначні пам'ятки міста. Взимку температура знижується, але в Луксорі набагато спекотніше, ніж на узбережжі або в Каїрі.

4. *Акваторія*. Незважаючи на те, що Луксор не має виходу до моря, місто чудово використовує потенціал Нілу – священної річки, що із давніх часів щедро годує Єгипет. Саме їй країна зобов'язана своєю появою. На берегах Нилу фараони будували храми й усипальниці, у його водах жерці здійснювали таємничі ритуали, з його допомогою селяни зрошували поля. Високим попитом у туристів користуються круїзи Нілом із зупинками в історичних місцях. Подорожі Нілом ввійшли в моду завдяки англійським аристократам, які першими оцінили переваги річкових круїзів. Сьогодні головною водною артерією Єгипту курсують кілька сотень теплоходів (переважна більшість з яких – п'ятизіркові).

5. *Рельєф.* Луксор розташований на рівнинній території в долині Нілу. В цілому рельєф сприятливий для будівництва туристичної інфраструктури, прокладання доріг. З іншого боку, рівнинність території є чиником невисокої рекреаційної привабливості рельєфу. дає великих можливостей для застосування рельєфу саме як туристичного ресурсу.

6. Ґрунти, рослини, тварини. На відміну від мертвої пустелі, що займає більшу частину Єгипту, розташований у долині Нілу Луксор зустрічає гостей яскравою прибережною зеленню, пальмовими заростями й тінистими гаями. Найпоширеніше дерево – фінікова пальма. Серед інших рослин: сикомор, тамаріск, акація, кипарис, мімоза, миртове дерево. Живе близько 300 видів птахів, у тому числі пелікан, фламінго, чапля,

нектарниця, іволга, егретка, сокіл, орел, стерв'ятник. Велика кількість комах. У Нілі й озерах регіону дельти водиться близько 100 видів риб.

7. Архітектурно-історичні комплекси. Луксор – це найбільший у світі музей просто неба, де особливо відчувається давність єгипетської землі, адже під кожним будинком Луксора – фундаменти древніх храмів і палаців, алеї сфінксів і фрагменти статуй. За даними одних джерел в місті знаходиться 35% всіх історичних пам'яток країни, а інші – піднімають планку до 50%. Найбільшим джерелом єгипетської історії є один з найбільш відомих храмів світу – храм Карнак. Не менш відомий храм Луксор, розташований на східному березі Нілу. На західному березі Нілу Аменхотеб побудував похоронний храм на честь бога Амона. Храм зруйнувався 27 років до н.е., від нього залишилося дві статуї Аменхотеба, які називають Колоссами Мемнона. У горах на західному березі Нілу відкриваються невеликі долини, з яких найвідоміша долина фараонів. Приблизно в півтора кілометрах від неї розташована Долина царів і цариць. В знаменитій Долині царів 42 гробниці, майже всі – царські. У Долині цариць ховали не тільки цариць, але й рано померлих єгипетських принців. Поки що в цьому некрополі археологам вдалося знайти понад 70 гробниць.

8. Транспорт, послуги, зручності. Луксор знаходиться досить далеко від узбережжя, тому багато туристів або зовсім відмовляються від стомлюючої на їхній погляд подорожі, або користуються послугами туристичних агентств, які надають своїм клієнтам комфортабельні автобуси. Дістатися до Луксора можна літаком, потягом або автобусом. Автобуси з Луксора часто відправляються до Асуана і Хургади. А щоб дістатися до Луксора з Каїра найкраще скористатися послугами залізниці. Потягом з Луксора можна дістатися й до Асуана. Луксор має розвинену готельну мережу, де представлені головні готельні ланцюги світу. Готелі: ACCOR, CRUISE LUXOR-ASWAN, Gaddis, Hilton Luxor 5*, Hilton, Le Meridien 5*, Mercure Coralia, Mercure Inn, Moevenpick Luxor, Novotel, Pyramisa Isis Hotel 5*, Sheraton Luxor Resort 5*, Sofitel Karnak 5*, Sofitel Winter Palace 5*, Sonesta St George Hotel 5*.

9. *Деструкції*. Перелік архітектурних і природних пам'яток, які перебувають на грані руйнування, опублікований «Фондом світових пам'ятників» (World Monument Fund), очолює архітектурний комплекс Луксора в Єгипті. Луксору загрожують не тільки туристи й грабіжники, але й сама річка. Після завершення будівництва Асуанської греблі почалося засолення ґрунтів, що прискорило ерозію древніх храмів. На даний момент «Фондом світових пам'ятників» ведеться розробка плану великої реставрації комплексу.

Вступило в дію розпорядження влади про заборону перевезення туристів на рейсових міжміських автобусах. Справа в тому, що коли «туристський уряд» спробував навести лад у сфері організації екскурсій і заборонив проводити їх фірмам, що не займається в'їзним туризмом, – вуличні торговці екскурсіями стали це робити підпільно, на рейсових

міжміських автобусах. При цьому такі автобуси не відповідають вимогам безпеки: вони не обладнані обмежниками швидкості, не супроводжуються збройним конвоєм, а водії не мають спеціальних ліцензій і навичок. Проте останнім часом, незважаючи на заборони, підпільна торгівля екскурсіями на курортах Єгипту знову розцвіла. Організатори цього бізнесу стали професійними конспіраторами: знятий під екскурсію в Каїр або Луксор рейсовий автобус заздалегідь ховається в нетрях Хургади. Туристів по готелях збирають на джипах або міні-бусах під виглядом організації місцевих турів і лише потім звозять до прихованого великого автобуса. Більше того, якщо підпільні організатори екскурсій вважають перевірку свого автобуса поліцією високоймовірною, то вони кардинально змінюють його маршрут.

Короткі коментарі до моделі оцінки чинників розвитку рекреаційно-туристського вузла (на прикладі м. Александрія):

1. Геополітичне положення: високий рівень. Александрі́я (площа – 2 300 км², населення – 3,9 млн. осіб) – головний середземноморський порт Єгипту (і другий на Середземному морі після Марселю (Франція) за вантажообігом) і друге за величиною та економічним значенням місто Єгипту на західному березі дельти р. Ніл, розташоване між Середземним морем і озером Мар'ют. Адміністративний центр мухафази Александрія. Саме в Александрію, засновану Александром Македонським і названим в його честь, римський імператор Калігула намагався перенести столицю Римської імперії.

2.Безпека: низький рівень. Таку оцінку спричинили тривалі безлади і заворушення в Єгипетській столиці і найбільших містах країни впродовж 2013 р.

3. Клімат: середній рівень

Показник	Січень	Лютий	Березень	Квітень	Травень	Червень	Липень	Серпень	Вересень	Жовтень	Листопад	Грудень	Рік
Середній максимум °C	18.1	19.3	20.9	23.0	25.5	28.6	29.7	30.4	29.6	27.6	23.7	19.8	24.93
Середня температура °C	13.75	14.3	15.85	18.7	21.55	24.45	26.25	26.75	25.45	22.7	19.2	15.35	20.35
Середній мінімум °C	9.1	9.3	10.8	13.4	16.6	20.3	22.8	23.1	21.3	17.8	14.3	10.6	15.78
Норма опадів	55.2	29.2	14.3	3.6	1.3	0.01	0.03	0.1	0.8	9.4	31.7	52.7	195.94

4. Акваторія: середній рівень. У зв'язку з посушливим кліматом Єгипту, населення сконцентровано у вузькій долини Нілу і його дельти, та частково на узбережжі Середземного та Червоного морів, Сінаю і навколо Суецького каналу.

5. Рельєф: низький рівень. Більша частина Єгипту розташована на Африканській платформі, тому рельєф країни в основному представлений рівнинними пустелями та приморськими гірськими пасмами, які в туризмі практично не використовуються.

6. Ґрунти, рослинність, тваринний світ: *дуже низький рівень*

Хоча Єгипет на 94% складається з пустельних чи напівпустельних районів, тут все ще перебувають представники різноманітних екосистем, які адаптувалися до вкрай ворожих природніх умов. Внаслідок аридних кліматичних умов велика частина Єгипту позбавлена природного рослинного покриву. Найбільш різноманітна лише фауна птахів, як тих, що постійно в Єгипті гніздяться, так і мігруючих видів, що прилітають на зимівлю з Європи (лелеки, чаплі, пелікани, гуси, качки, фламінго, баклани. З хижих птахів тут ще водяться грифи, соколи, сарич.

7. Архітектурно-історичні комплекси: дуже високий рівень. Антична Александрія мала регулярний план забудови (грецький архітектор Дейнократ, друга половина IV століття до н. е.). Збереглись залишки стародавніх споруд (храм Серапіса, палаців, музею, Александрійської бібліотеки та іподрому), так звана колона Помпея (висотою до 22 м), еллінські некрополі та катакомби Ком-еш-Шукафа. В III—II до н. е. тут склалась Александрійська школа еллінського мистецтва. На острові Фарос, який з'єднувався з містом дамбою, стояв відомий 3-ярусний Александрійський маяк висотою 120 м — на місці руїн маяка в 1477 р. була збудована Цитадель Кайтбея. В середні віки Александрія – важливий центр виробництва художніх тканин та виробів зі скла. Середньовічне місто було обмежене стінами з ворітьми (Баб-Рашид, Баб-аль-Бахр та ін.), забудоване 3-поверховими будинками з білим кольором стін (фасади суспільних будівель були облицьовані мармуром). В східній частині міста знаходились палаци Дар-ас-Султан, Дар-аль-Адль, Дар-ат-Тіраз і Арсенал. В старому місті збереглись залишки рібатів XIII ст.: аль-Васіті (в східній частині мечеті Абу-ль-Аббаса-аль-Мурсі, нині завія), Сівар, аль-Хаккарі; мечеті XVII—XIX століття, в тому числі збудовані з древніх церков — Масджид-аль-Умарі та Масджид-аль-Джуюши; палаци (нині музеї) — Рас-ет-Тін (початок XIX століття), Мунтаза (початок XX століття), який має великий парк. Архітектурно-планова основа сучасної Александрії — багатокілометрова набережна (закінчена в 1934 році) та площа ат-Тахрір із статуєю Мухаммеда Алі. В 1958 році був розроблений план реконструкції міста, яке постраждало від бомбардування 1956 року. Були збудовані: комплекс готелів та пансіонатів «Аль-Мамура» (разом з пансіонатом «Ан-Наср») — початок 1960-их років, архітектори М.Гарбаві та Н.Бешир готель «Палестина» — 1964, архітектори Абд аль-Магід та Ш.Хосна

8. Транспорт, послуги, зручності: *високий рівень*. Александрія обслуговується міжнародним аеропортом Александрія, розташованим за 7 км від центруа міста. Другий аеропорт, що обслуговує Александрію - Борг-ель-Араб (колишнє військове летовище), розташований за 25 км від міста. Трамвайна мережа в Александрії побудована в 1860 р. і є найстарішою в Африці.

9. Деструкції: *високий рівень*. Нестабільна внутрішньополітична ситуація (2012-2013 рр.) пов’язана із зміною правлячого режиму. Часті конфлікти на релігійну і етнічну тему. Протести і постійні сутички

населення з поліцією негативно впливають на міжнародний імідж Єгипту, суттєво знижують прибутковість національної індустрії туризму.

Висновки:

- Туристсько-екскурсійний та лікувально-оздоровчий мегатренд і надалі буде домінувати в межах цих та інших середземноморських мезорайонів.
- Туристсько-рекреаційна спеціалізація цих регіонів і надалі забезпечуватиме основний потік інвалютних надходжень (гнучкість турполітики, організація аквапарків і парків розваг, технічне оснащення туризму, інновації, інвестиції в галузь); досвід інноваційно-інвестиційної складової розвитку рекреації в середземноморських країнах – лідерах туризму може бути корисним і для розбудови українського туризму.
- Туристська індустрія Апенніно-Мальтійського та Північно-Африканського мезайрайонів, які розташовані в межах колишньої Римської імперії, значною мірою використовує рекреаційні об’єкти (історичні реконструкції, подієві ресурси), створені саме в часи її розквіту (53 об'єкта Всесвітнього надбання в Апенніно-Мальтійському та 37 - в Північно-Африканському мезайрайоні, всього – 90 об’єктів).
- Україна (8 об'єктів Всесвітнього надбання) може використати значний досвід країн «середземноморського кільця» (90 об'єктів Всесвітнього надбання) в просуванні об’єктів культурної та природної спадщини до рівня Всесвітнього надбання, а при отриманні цього статусу – в реалізації заходів щодо його збереження.
- Оцінка чинників розвитку рекреаційно-туристського вузла, хоча і прагне бути об’єктивною, подається в порядку обговорення і може розглядатися як тест, завдання якого – дати більш адекватну сучасній ситуації оцінку дев'яти складовим моделі.

УДК 911.3

Дьякова Є.О.

СПІВРОБІТНИЦТВО МІЖ УКРАЇНОЮ ТА КИТАЙСЬКОЮ НАРОДНОЮ РЕСПУБЛІКОЮ В СФЕРІ ТУРИЗМУ

У статті проаналізовано важливість розвитку двостороннього співробітництва в сфер туризму, з огляду на зростаючу роль туристичної діяльності в світі. Проаналізовано сучасний стан та розвиток туризму в Україні та КНР. Визначено ряд заходів, які б сприяли розвитку українсько-китайського співробітництва в сфері туризму.

Ключові слова: туризм, Всесвітня туристична організація.

В статье проанализирована важность развития двустороннего сотрудничества в сфере туризма, учитывая возрастающую роль туристической

деятельности в мире. Проанализировано современное состояние и развитие туризма в Украине и КНР. Определен ряд мер, которые бы способствовал развитию украинско-китайского сотрудничества в сфере туризма.

Ключевые слова: туризм, Всемирная туристическая организация.

Considering the increasing role of tourism in the world in the article analyzed the importance of the development of bilateral cooperation in the fields of tourism. Discussed the current state and development of tourism in Ukraine and China.

Key words: tourism, World Tourism Organization.

Постановка проблеми. Сьогодні туризм є однією з провідних галузей світового господарства, що динамічно розвивається. Туризм відіграє дуже важливу роль в сучасному суспільстві, виконує низку важливих функцій. Загалом туристичний бізнес сьогоденні це не лише джерело прибутку бізнес структур але й держави. Відповідно до прогнозів Всесвітньої туристичної організації (World Tourism Organization – UNWTO) до 2020 р. туристична індустрія продовжить динамічно розвиватись, а кількість міжнародних туристичних відвідувань складатиме 1,6 млрд. одиниць на рік. Крім того Китай буде однією із найбільших країн за показником в'їзного туризму. З огляду на зазначене, а також беручи до уваги зростаючу роль Азійсько-Тихоокеанський регіону, зокрема Китаю в туристичній діяльності, перспективним вважається опрацювання питання активізації співробітництва між Україною та КНР в сфері туризму.

Аналіз останніх досліджень та публікацій: питання розвитку туристичних ресурсів України, туризмознавства, міжнародного туризму, розвитку туристичної діяльності України, Китаю визначено у працях та дослідженнях Любіцевої О.О., Кіптенко В.К., Костюка О. М., Нечай А.А., Гомова Д.В, Чень Ян Ян та інш., але питання розвитку українсько-китайського співробітництва у зазначеній сфері майже не висвітлюються.

Мета статті: здійснити аналіз сучасного стану та перспектив розвитку українсько-китайського співробітництва в сфері туризму.

Виклад основного матеріалу: в останні роки Китайська Народна Республіка, завдяки своєму географічному положенню, великому культурному надбанню, виступає не лише одним з провідних лідерів світу в політичному та економічному сенсі але й стає одним із основних гравців на туристичному ринку, займаючи у 2011 р. третю позицію за кількістю міжнародних відвідувань та четверту за обсягами надходжень. Розвиток туризму в КНР можна поділити на декілька етапів. Початок 50-х років характеризується відкриттям міжнародного бюро мандрівок (1954 р.) з 14 філіалами, у таких містах як Пекін, Шанхай, Гуанчжоу та інш. У 1964 р. створено Державне управління у справах туризму яке на сьогоднішній день є органом державної влади до компетенції якого входять питання пов'язані із плануванням та координуванням розвитком індустрії туризму, підготовкою політики розвитку туризму, створенням та реалізацією стратегії розвитку ринку для вітчизняного туризму, в'їзного та виїзного туризму, розвитком та охороною туристичних ресурсів тощо. Крім того зазначена організація має 18 представництв за кордоном основною метою

діяльності яких є популяризація китайського туризму та залучення іноземних туристів до КНР [13]. 1978 р. – початок проведення реформ, які сприяли збільшенню притоку іноземних туристів, а також залученню іноземної валюти від туристичної діяльності. В зазначений період основними видами та формами туризму були ознайомчі мандрівки, зазвичай туристи розглядали пейзажі та пам'ятки. Деякими авторами відмічається, що середина 80-х рр. являє собою другою хвилею швидкого розвитку туризму в КНР, темпи росту якого значно знизились до кінця десятиріччя, що було зумовлено низкою факторів, одними з яких є недостатній розвиток інфраструктури [11]. У 80-х рр. в Китаї було створено спеціальні туристичні інститути та факультети у вже існуючих вищих навчальних закладах, професійні класи по спеціальності "туризм" при середніх школах, з середини 80-х почали присвоювати вченні ступені магістра по туризму. Організовувались відповідні курси підвищення кваліфікації [12]. Сьогодні Китай представляє собою одну з найпривабливіших країн світу для міжнародного туризму. За кількістю об'єктів, внесених до Списку світової культурної спадщини ЮНЕСКО, Китай посідає одне з провідних місць в світі (на сьогоднішній день – 41 об'єкт, станом на 2011 р.). Зокрема з 41 об'єкту світової спадщини: 29-культурних, 8 природних та 4 об'єкти змішаного типу. 16 культурних об'єктів визнано шедеврами людського генія та 10 – природними феноменами виключної краси та естетичної важливості. Варто відмітити, що в ході міжнародного дослідницького форуму «Стародавність та тризм», що проходив у 2000 р. в Гонконзі спеціалісти та вченні припустили, що великі темпи розвитку китайської економіки тісно пов'язане з багатою історією та культурною спадщиною країни [4]. Одним із факторів стрімкого розвитку туристичної діяльності необхідно виділити співробітництво Китаю з міжнародними організаціями. Як приклад необхідно відмітити співробітництва з Всесвітньою туристичною організацією, Всесвітнім фондом дикої природи, фондом охорони природи тощо [2]. Починаючи з 2001 р. кількість міжнародних відвідувань до КНР неухильно зростає, окрім 2003, 2008 та 2009 рр. Аналізуючи обсяги міжнародних відвідувань за 10 років необхідно відмітити, що у 2011 р. зазначений показник є рекордним, який склав 57,6 млн. одн. Обсяги надходжень протягом 10 років також мали тенденцію до збільшення, окрім 2003 та 2009 р. У 2011 р. обсяги надходжень склали 48,5 млрд. дол. США.

Таблиця 1.

Динаміка туристичних відвідувань КНР, обсяги надходжень (2011-2011 рр.)

	2001	*2002*	*2003*	*2004*	*2005*	*2006*	*2007*	*2008*	*2009*	*2010*	*2011*
Туристичні відвідування (млн. одн.)	33,2	36,8	33	41,8	46,8	49,6	54,7	53,05	50,88	55,67	57,6
Надходження (млрд. дол. США)	17,8	20,4	17,4	25,7	29,3	33,9	37,2	40,84	39,68	45,81	48,5

(Складено автором за даними UNWTO)

Для України, як і для будь-якої держава світу, розвиток туризму відіграє важливу роль у напряму розвитку господарства і розбудови національної індустрії туризму, що в свою чергу забезпечить поступове входження до світового туристичного процесу. Для розвитку туристичної діяльності та залучення її до частини міжнародного туристичного ринку у України є всі передумови. Україна володіє великим туристичним потенціалом зокрема, на території держави налічується велика кількість пам'яток археології, історії, монументального мистецтва, архітектури і містобудування, працює значна кількість музеїв. У списку об'єктів Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО в Україні налічується п'ять найменувань: Київський Софійський собор і Києво-Печерська лавра, Ансамбль історичного центру Львова, пункти геодезичної дуги Струве, Резиденція Буковинських та Далматинських митрополитів, Букові ліси Карпат [8]. На території України знаходяться 4 біосферні заповідника таких як:

- Чорноморський біосферний заповідник – розташований на території Херсонської та частково Миколаївської областей України. Площа заповіданих земель — майже 100 тисяч гектарів;
- Карпатський біосферний заповідник – з 1993 р. входить до мережі біосферних резерватів ЮНЕСКО. Загальна площа 53 630 га.;
- Біосферний заповідник «Асканія-Нова» – площа: 33307,6 га;
- Дунайський біосферний заповідник – на території Кілійського району Одеської області.

Також на території України знаходяться понад 40 національних природних парків (Національний природний парк «Галицький», Національний природний парк «Гетьманський», Національний природний парк «Голосіївський», Національний природний парк «Дворічанський», Національний природний парк «Зачарований край» тощо), понад 20 ботанічних садів (Ботанічний сад Асканія-Нова, Нікітський ботанічний сад УААН – Національний науковий центр тощо).

Туристична політика України на ринку міжнародного туризму передбачає використання активної маркетингової стратегії, спрямованої на стимулювання іноземного туризму шляхом створення позитивного іміджу країни [1]. Стратегічна мета розвитку туризму в Україні полягає у створенні конкурентоспроможного на світовому та європейському ринках турпродукту, здатного максимально задовольнити потреби населення країни та привабити іноземного споживача, забезпечивши економічну функцію туризму в національній економіці. Українсько-китайське співробітництво у сфері туризму наразі характеризується рівномірним розвитком з огляду на традиційні історичні зв`язки, взаємну зацікавленість у використанні культурно-історичного та рекреаційного потенціалу обох країн. Основним документом, що регулює двосторонні відносини між Україною та КНР в сфері туризму є Угода між Кабінетом Міністрів України та Урядом Китайської Народної Республіки про співробітництво в галузі туризму, яка була укладена 21 липня 2001 р [6].

Таблиця 2.

Мотивація туристичних поїздок громадян Китаю до України у 2006 - 2012 рр.

Рік	*Всього туристів*	*За метою поїздки*					
		Службова, ділова, дипломатична	*Туризм*	*Приватний*	*Навчання*	*Працевлаштування*	*Культурний та спортивний обмін, релігійна інша*
2006	15063	8584	483	981	4497	155	363
2007	16573	7643	554	787	6584	306	699
2008	15959	7163	1328	955	5208	772	533
2009	15838	5625	831	972	6933	716	761
2010	15726	6022	1326	1106	6372	321	579
2011	17629	7527	1460	1252	6357	293	740
2012	18203	5300	2761	2657	4030	238	3217

(За даними Державної служби статистики України)

За даними Державної служби статистики України у 2012 р. кількість туристів з КНР, що відвідали Україну з метою службової, ділової, дипломатичної поїздки, склало 5 300 осіб, з метою туристичної поїздки – 2 761 осіб, приватної – 2 657 осіб, навчання – 4030 осіб, працевлаштування - 238 осіб, культурний та спортивний обмін, релігійної поїздки тощо – 3217 осіб. Таким чином, у 2012 р., у структурі мотивацій туристичних поїздок громадян Китаю до України перше місце посіли службові, ділові, дипломатичні поїздки які склали 29% від загального обсягу. Другу позицію зайняли поїздки з метою навчання 22%, третю – поїздки з метою культурного, спортивного обміну, релігійні поїздки тощо, які склали 18%. Загалом загальна кількість китайських туристів, що відвідала Україну у 2012 р. склала 18 203 осіб, що на 20,8% більше аніж у 2006 р.

Таблиця 3.

Мотивація туристичних поїздок громадян України до Китаю у 2006 - 2012 рр.

Рік	*Кількість громадян України, які виїжджали за кордон – усього*	*За метою поїздки*		
		службова поїздка	*організований тури*	*приватна поїздка*
2006	12478	3298	4023	5157
2007	25177	4638	11419	9120
2008	25986	4232	11675	10079
2009	11387	2387	5394	3606
2010	14624	1797	4648	8179
2011	19649	1450	5210	12989
2012	18122	165	344	17613

(За даними Державної служби статистики України)

Проаналізувавши статистичні данні, щодо туристичних поїздок громадян України до КНР протягом 2006-2012 рр., необхідно відмітити, що кількість українських туристів з кожним роком збільшувалась, окрім 2009 та 2012 р. Найбільша кількість українських туристів відвідала КНР у 2008 р. (25 986 осіб). За метою туристичних поїздок українських громадян до КНР перше місце посіли приватні поїздки, що склало 97% від загальної структури поїздок, друге місце – організовані тури – 2%, та третє – службові поїздки – 1%.

Проведений аналіз туристичних ринків обох країн, а також динаміки туристичних обмінів між країнами свідчать про те, що на сьогодні співробітництво у сфері туризму не відповідає реальному потенціалу обох держав. З метою розширення туристичних обмінів між країнами, розвитку співробітництва у сфері туризму перед Україною та Китаєм постає завдання у здійсненні ряду заходів реалізація яких сприяла б не лише взаємному збільшенню туристів, але й розвитку туристичної сфери, зокрема в Україні. З метою розбудови туристичної сфери України, першочерговим вважається можливість опрацювання питання вивчення досвіду Китайської Народної Республіки у розвитку туризму. Здійснення обміну інформацією, у тому числі статистичною, щодо стану туристичної індустрії країн, а також:

- законодавчих та нормативних актів в галузі туризму України та КНР;
- структури та функцій державних органів управління, що здійснюють діяльність у напрямку розвитку туристичної галузі;
- внутрішнього законодавства, пов'язаного з захистом і збереженням природних ресурсів і культурного надбання, що є туристичними пам'ятками;
- туристичних ресурсів своїх держав;
- наукових досліджень в галузі туризму;
- специфіки туристичної політики;
- засобів здійснення маркетингової політики по просуванню туристичного продукту;
- механізмів залучення інвестицій у розбудову інфраструктури туризму, реконструкцію та модернізацію діючих туристичних об’єктів, здійснення нового будівництва;
- систем та підвищення кваліфікації туристичних кадрів. [5,3]

Одним із таких заходів задля збільшення відвідувань України китайськими туристами є також визначення туристичних продуктів України, привабливих для китайського споживача. З метою залучення китайських туристів до здійснення поїздок до України, налагодження безпосередніх ділових контактів між туристичними підприємствами двох країн необхідно активізувати взаємну участь у міжнародних туристичних рекламно-інформаційних заходах: виставках, ярмарках, конференціях тощо. Зокрема для України, з метою просування власних інтересів у туристичному бізнесі, може стати цікавим участь у таких заходах, що проводяться на території КНР як:

CITM (China International Travel Mart) – одна з найбільших щорічних виставок мандрівок, відпочинку та туризму в Азії та основне місце продажу туристичних продуктів та послуг. Метою зазначеної виставки є розвиток міжнародного туристичного бізнесу, демонстрація китайських та міжнародних туристичних продуктів та послуг.

WORLD TRAVEL FAIR (WTF) – найбільша виставка Китаю зовнішнього туризму. На виставці представлені кращі туристичні продукти. Як правило участь у заході приймають понад 50 країн [9].

Для Китайської сторони – участь у Міжнародному туристичному салоні «Україна» в м. Києві, що проводиться щорічно. Одним із перспективних напрямів двостороннього співробітництва у сфері туризму можна розглянути на прикладі спільної участі у створенні конкурентоспроможного туристичного продукту та його просування на ринку туристичних послуг, зокрема мова йде про проект «Туризм по Шовковому шляху», що здійснюється під егідою Всесвітньої туристської організації та ЮНЕСКО.

Зі свого боку Україна, як учасник зазначеного міжнародного проекту здійснює всебічну підтримку його реалізації, зокрема шляхом проведення Міжнародних конференцій присвячених проблематиці проекту, виставки, семінари тощо. Розширення договірно-правової бази двосторонніх відносин у сфері туризму. Опрацювання можливості залучення інвестицій з метою розбудови матеріальної туристичної бази. Обмін досвідом роботи з питань організації туристично-екскурсійної справи, підготовки фахівців з туристичного маркетингу та менеджменту готельного господарства, екскурсоводів і гідів-перекладачів, передбачивши можливість навчання та стажування представників державних установ для забезпечення ефективного державного регулювання туристичної галузі; організації спеціалізованих семінарів, курсів для керівників готелів, вищих навчальних закладів, а також взаємного стажування працівників.

Висновки: туристичний бізнес як одна з галузей світового господарства яка характеризується найбільшим динамічним розвитком відіграє одну з провідних ролей у розвитку Української та Китайської економік. Рівень розвитку туристичного ринку України та КНР звичайно є дуже різним за змістом. Зокрема, Китай вже посідає одну з провідних ролей на арені міжнародного туризму, та амбітно претендує на звання безперечного лідера за обсягами відвідувань, та взагалі розвитку туристичного сектору. Україна в свою чергу здійснює активну політику по розвитку власного туристичного сектору, та готова до плідного співробітництва з країнами – партнерами з метою ознайомлення як з досвідом провідних країн у розвитку туризму так і в представленні власного туристичного продукту. Сьогоднішній рівень українсько-китайського співробітництва у сфері туризм нажаль не в повній мірі відповідає потребам та потенціалу країн. Проте таке співробітництво має широкі можливості для розвитку. Зокрема пріоритетами у подальшому

налагодженні українсько-китайського співробітництва необхідно виділити такі напрями як:

- вдосконалення двосторонньої договірно-правової бази;
- участь у ярмарково-виставкових заходах, що проводяться на території України та КНР;
- забезпечення обміном інформацією з питань туристичної діяльності.

Використані джерела:
1.Любіцева О.О. Туристичний ринок України: сучасний стан, тенденції перспективи [електронний ресурс] – режим доступу: http://tourlib.net/statti_ukr/lubiceva.htm
2.Киптенко В. Китайский опыт устойчивого развития туризма Украины [электронный ресурс] – режим доступа: http://tourlib.net/statti_tourism/nechaj.htm http://2012uwell.com/news/kitayskiy-opyit-ustoychivogo-razvitiya-turizma-ukraine#ixzz2US2KTuns
3.Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні [електронний ресурс] – режим доступу: http://tourlib.net/books_ukr/kyfjak_10.htm
4.Нечай А. А. Тенденции развития международного туристического рынка и особенности въездного туризма в Китае/ Нечай А.А., Чэнь Ян Ян. Сборник научных статей "Беларусь и мировые экономические процессы". - 2011. - Выпуск 8. - С.88-95. [электронный ресурс] – режим доступа: http://tourlib.net/statti_tourism/nechaj.htm
5.Угода між Кабінетом Міністрів України та Урядом Чорногорії про співробітництво в галузі туризму [електронний ресурс] – режим доступу: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/892_006
6.Договірно-правова база українсько-китайських відносин [електронний ресурс] – режим доступу: http://www.ukrexport.gov.ua/ukr/ugodi_z_ukrain/?country=chi
7.Структура кількості та площ територій та об'єктів природно-заповідного фонду України за категоріями станом на 01.01.2011[електронний ресурс] – режим доступу: http://www.menr.gov.ua/content/article/9216
8.Співробітництво України з ЮНЕСКО [електронний ресурс] – режим доступу: http://mfa.gov.ua/ua/about-ukraine/international-organizations/unesco
9.Международная выставка туризма в Шанхае [электронный ресурс] – режим доступа: http://expo-asia.ru/exhibitions/citm2012sh
10. Україна та Всесвітня туристична організація [електронний ресурс] – режим доступу: http://spain.mfa.gov.ua/ua/ukraine-wto
11. Модели туризма в ведущих туристских странах и регионах мира [электронный ресурс] – режим доступа: http://buklib.net/books/32448/
12. Туристская индустрия Китая [электронный ресурс] – режим доступа: http://worldwidetour.ru/content/13/34/
13. China National Tourism Administration http://en.cnta.gov.cn/about/Forms/AboutCnta/CNTAInBrief.shtml.
14. Статистичні данні Державної служби статистики України [електронний ресурс] – режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/
Статистичні данні UNWTO [електронний ресурс] – режим доступу: http://ebookbrowse.com/gdoc.php?id=307307853&url=04a67ee8cf371092ef4581ca42cf06fc

УДК 911.3 (470.67)

Ханмагомедов Х.Л., Гебекова А.Н.

РЕКРЕАЦИОННО-ТУРИСТСКИЕ ВОЗМОЖНОСТИ РЕСПУБЛИКИ ДАГЕСТАН РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

Раскрыты некоторые вопросы рекреационно-туристских возможностей в условиях Дагестана.

Discloses certain aspects of recreational and tourist opportunities in Dagestan.

Известный ученый А.В. Даринский пишет: «Все время, которым располагают трудящиеся, распределяются на две основные части: рабочее время, в течение которого они заняты в общественном производстве и внерабочее время, охватывающее их деятельность вне производства» [7,с.3]. Внерабочее время, по его мнению, включает(там же): а) время, связанное с работой на производстве (пути от дома до предприятия и обратно, от проходной до рабочего места и обратно, подготовка к труду и т.п.); б) время, связанное с домашним трудом и самообслуживание (уход за детьми, уборка помещений, работа в личном подсобном хозяйстве и т.д.); в) свободное время, или как иногда называют досуг. Из данной классификации нас интересует последнее. Как мы знаем, из последнего выделяется туризм. Как пишет вышеназванный автор «рекреационная и оздоровительная деятельность сочетается в туризме с познавательной деятельностью; в этом как раз заключается одно из основных отличий туризма от отдыха в здравницах» [7,с.12]. З.М. Камилова, исследуя маркетинговую концепцию управления туристско-рекреационным комплексом, выделяет четыре вида внедрения в работу предприятий туристско-рекреационного комплекса [10,с.8]: а) определение свойств туристского продукта в комплексе, формирование новых видов услуг; б) ценовая политика, состоящая в установлении цен и изменении цен, представления скидок клиентам; в) распределение, состоящее из систем сбыта, выбора каналов сбыта и методов продажи; г) коммуникативный микс, включающий рекламу, связи с общественностью, информационные услуги, поддержку продаж.

И.Ж. Цыренова изучая современные проблемы туристско-рекреационного использования национальных парков в пределах Байкальского региона выделяет 3 способа освоения туристско-рекреационного потенциала ООПТ [21,с.41]. Ниже их дадим с последующими нашими комментариями (таблица 1).

Таблица 1.

Способы освоения туристско-рекреационного потенциала ООПТ	*Отличительные особенности*	
	Положительные	*Отрицательные*
«Контролируемый туризм»	1. Постоянный мониторинг за состоянием ООПТ со стороны ответственных государственных отношений. 2. Доступность рекреации всем слоям населения	1. Недостаточное финансирование ответственных за обеспечение функционирования ООПТ организации со стороны властей различного уровня 2. Слабая финансовая отдача от использования туристско-рекреационного потенциала ООПТ
Дикий туризм	1. Является фактором экономическая развития территории граничащей с ООПТ за счет во влечения	1. Стихийное неконтролируемое освоение туриско-рекреационного потенциала ООПТ

	местного населения в сферу обслуживания отдыхающего	2. Деградация охраняемого ландшафта. 3. Ухудшение экологического освоения территории.
Контролирующий туризм с привлечением частного капитала	1. Расширение туристско-рекреационного потенциала ООПТ. 2. Социально-экономический эффект, достигаемый за счет развития инфраструктуры	1. Получение максимальной выгоды за короткий промежуток времени. 2. Снижение доступности отдыха в пределах ООПТ (в первую очередь затрагивает интересы местного населения)

В Республике Дагестан нет национальных парков, но эти способы приемлемы в целом в изучении ее рекреационно-туристских комплексов как территории со сложной географической средой и этноязыковым составом населения. Такие объекты даны в трудах М.М. Эльдарова [24], И.Г. Магомедова [10], Х.Л. Ханмагомедова [18] и др.

Л.А. Галачиева на территории кабардино-балкарской части России отмечает 5 типов территориально-рекреационных систем с видами: 1)Санаторно-курортная, с видами: бальнеолечение, климатолечение, грязелечение, физиотерапия, фитотерапия; 2) туристско-оздоровительная, с видами: туризм (спортивный, пешеходный, конный), отдых, авто- и велотуризм; 3) туристско-экскурсионная, с видами: туризм (природно-познавательный, экологический, детский, самодеятельный), экскурсии, походы выходного дня, 4) туристско-спортивно-альпинистическая, с видами: альпинизм, лыжный спорт, водный спорт, сноуборд (перспективный), дельтапланеризм (перспективный); 5) охотничье-промысловая, с видами: (любительская, лицензионная), рыболовство (любительское, спортивное).

Для нашей темы статьи большой интерес представляют 2-5 виды туризма [4,с.16]. Кроме велотуризма, сноуборда, дельтапланеризма в Дагестане развиты все остальные, но физико-географические условия этого региона России позволяет развивать здесь и эти виды в будущем. Для этого необходимо создать надлежащую туристскую инфраструктуру. Все перечисленные типы и виды туризма в Дагестане, по нашему мнению, развиты, с исключением таких как пансионат, канатные дороги, ностальгический, фестивали, но при дальнейшем развитии туристско-рекреационного комплекса здесь есть все условия их развития.

Е.В. Золотова для Кавказских минеральных вод для его рекреационного комплекса характеризует 5 видов туризма, по 24 рекреационного комплекса и видов рекреационной деятельности [8,с.11].

Ниже приведем их, как у автора (табл. 2). Каждый из видов рекреации имеет свою специфику и определенное значение для региона. Х.Г. Баширов и Г.М. Умаров считают туризм – «спасательным кругом» для экономического развития Дагестана [3,с.110]. Правильно пишет Г.И. Гладкевич, что «в сфере туризма потребности в безопасности во многом определяют географию туристских поездок» [5,с.13]. Х.Г. Баширов и Г.М.

Умаров рассматривают проблемы (причины) кризиса в дагестанском туризме. Первой основной причиной дестабилизации экономики уникальной, в историческом культурном и оздоровительном значении, Республика Дагестан, по мнению Х.Г. Баширова и Г.М. Умарова, – сложная криминогенная ситуация, участившиеся случаи разбоя, грабежей, террористических актов, насилия, воровства людей, а также война и, граничащей с Дагестаном, Чечня, второй – истеблишмент республики не придает значения развитию сферы туризма и культурному развитию, как одной из стратегических рычагов повышения деловой активности, направления тяжелого экономического положения в республике, и как одной из форм малого предпринимательства, являющаяся важной статьей пополнения бюджета республики и обеспечение занятости [3,с.110-111].

Таблица 2.

Типы и виды туризма рекреационного комплекса Кавказских Минеральных Вод

Вида туризма	Вид рекреационного Комплекса	Вид деятельности рекреации
Рекреационный туризм	Санатории Пансионаты Гостиницы для отдыха Мотели Бальнеолечебницы Грязелечебнецы Курортные поликлиники	Отдых Восстановление сил человека Климатолечение Грязелечение Самодеятельный туризм Сельский туризм
Лечебно-оздоровительный	Санатории Пансионаты Бальнеолечебницы Грязелечебницы Курортные поликлиники	Бальнеолечение Климатолечение Грязелечение Комплексное лечение
Спортивно-оздоровительный	Спортивные комплексы Пансионаты туристко-спортивные Терренкуры	Экстремальный Спортивный туризм Охота и рыбалка Пешеходный
Экскурсионно-познавательный	Туристические бюро Транспортные предприятия Рестораны Канатные дороги	Познавательно-культурный Познавательный туризм Паломнический туризм Ностальгический туризм Сельский туризм
Конгресс-туризм	Бизнесе и конгресс-центры Гостиницы делового назначения	Ярмарки Конгрессы Конференции Фестивали

По Х.Г. Баширову и Г.М. Умарову систему управления туристским бюджетом в Дагестане необходимо подходить с позиций программно-целевого подхода [3,с.114]. Этот подход по их мнению позволяет добиться

следующих результатов: 1) выявить комплекс актуальных проблем в сфере туризма и регулирование процесса его развития, установить значимость и приоритетность. Кадой из проблем, для решения которых целесообразна реализация целевых программ; 2) дать четкую формулировку текущих и долговременных целей развития туризма и их технико-экономическое обоснование; 3) учесть цели и задачи экономического развития субъектов хозяйствования, расположенных на территории, независимо от видов деятельности и форм собственности; 4) разработать упорядоченную структуру программных мероприятий, охватывающую полный комплекс действий по развитию туризма; 5) наладить действенный механизм горизонтальной координации между программными мероприятиями [3,с.114-115].

По данным М.А. Багомедова «в настоящее время в туристско-рекреационном комплексе Республики Дагестан формируется около 9% выпуска всей экономики региона и 7% всего объема ВРП (211,3 млрд., руб. в 2008 г.), в нем аккумулируется 6 % инвестиций в регион (86,9 млрд. руб. в 2008 г.) но он дает только 1 % налоговых доходов, то есть производство прибыли здесь незначительно. В этом комплексе числится 6% занятых в экономике республики, с достаточно низкой производительностью труда 560 тысяч рублей в год на одного занятого. Гостиницы и предприятия общественного питания вносят основной вклад (72%) в объемы услуг комплекса, в занятость (53%) производительности труда (752 тысяч рублей в год на одного занятого). При этом налоговых отчислений в бюджеты всех уровней составляет 18%, против 61%, которые получают от организаций отдыха развлечений, культуры и спорта [2,с.93]». В 2006 г. принятых и обслуженных туристов в республике достигло 169,6 тыс. человек и увеличилось по сравнению с 2001 г. почти в 3 раза. При этом общая величина поступлений от туристско-рекреационного комплекса республики в 2005г., составила 17,1 млн. рублей (0,38%) от общего объема налоговых поступлений в бюджет, то есть туризм еще очень далек от того, чтобы стать структурообразующей отраслью региона. Объем оказанных туристских услуг за 3 года (2004-2006 гг.) в 1,7 раза (с 345,3 до 686,7 млн.рублей), но за это же время ВРП региона вырос в гораздо большей степени. Рост доходов от туризма в регионе пока отстает от роста ВРП [10,с.92-93]. Количество зарегистрированных в регионе коммерческих организаций и индивидуальных предпринимателей, занимающихся туристской и санаторно-курортной деятельностью, на 1000 населения составляет 3,44. Средняя продолжительность пребывания туристов в регионе составляет 14 дней [2,с.93]. Г.П. Пайзуллаева в работе «Рекреационный потенциал природных районов Республики Дагестан: оценка и перспективы использования» выделяет 5 видов функций рекреации и 28 видов отдыха [13,с.14]. Они следующие (табл. 3):

Г.П. Пайзуллаева, на основе приведенных ею расчетов делает следующие выводы [13,с.15]: 1. Наименее пригодны для туризма и рекреации ландшафтные районы, чей коэффициент пригодности

колеблется в пределах от 0,14 до 0,28. К этим районам относятся Прикумская равнина, Терско-Кумский песчаный массив, Кумыкская равнина, Терско-Сулакская низменность. Наиболее приемлемые виды туризма, возможные в данных ландшафтных районах – это экологический туризм, охота и рыбалка; 2**.** Пригодные для туризма и рекреации ландшафтные районы с коэффициентом от 0,32 до 0,43: Аграханская равнина, Дельта Терека, Дельта Самура, Северо-западные предгорье, Боковой хребет, Межгорные котловины, Водораздельный хребет; 3.Наиболее пригодные районы с коэффициентом от 0,56 до 0,68: Приморская низменность, Центральные предгорья, Юго-восточные предгорья. Известняковый Дагестан, Песчано-Сланцевый Дагестан.

Таблица 3

Сумма функций природных районов и коэффициент функциональной пригодности

Природные районы	*Сумма функций*	*Сумма баллов*
Прикумская глинисто-солончаковая полупустынная равнина	4	0,14
Терско-Кумский песчаный массив	5	0,18
Дельта Терека	10	0,36
Кумыкская сухостепная равнина	8	0,28
Терско-Сулакская равнина	7	0,25
Аграханская песчаная равнина	9	0,32
Приморская низменность	18	0,64
Дельта Самура	9	0,32
Северо-западные предгорья	12	0,43
Центральные предгорья	19	0,68
Юго-восточные предгорья	14	0,56
Известняковый Дагестан	19	0,68
Песчано-сланцевый Дагестан	16	0,57
Боковой хребет	9	0,32
Межгорные котловины	9	0,32
Водораздельный хребет	12	0,43

Правильно пишут К.И. Пашаев и И.Г. Далгатов, что развитие туризма является одним из приоритетных направлений социального экономического развития Дагестана [14, с.104-105]. Они далее, пишут, что к югу от Махачкалы (столицы Республики Дагестан) расположены курорты «Каякент» и «Каспий», на морском побережье расположен самый крупный и наиболее обустроенный санаторий Республики – «Дагестан», в окрестностях ее – курорт «Талги» и грязелечебница. В горном Дагестане на базе целебных источников действует бальнеологический курорт «Ахты», а также горноклиматический курорт «Гуниб», в Горном и Предгорном Дагестане – турбазы «Терменлик», «Гергебиль», «Чиндирчеро» (последний, единственный, принимающей туристов в зимний период года). В Предгорной зоне, как названные авторы пишут, расположенны многочисленные детские оздоровительные центры,

несколько – по побережье Каспия. Объекты туризма, рекреации гостиницы Дагестана одновременно могут принять около 25 тыс. гостей Республики Дагестан (сюда можно добавить следующее – любой гость, турист) могут найти уют в каждом дагестанском семье как желанной – Х.Х., А.Г. На территории республики выявлены, по их мнению, около 300 источников минеральных вод, большая часть которых по своим целебным свойствам на уступают источникам, применяемых в мировой практике санаторно-курортного лечения, скажем образно для лечения и отдыха рекреантов (больных, отдыхающих туристов – Х.Х., А.Г.). Здесь, по данным К.И. Пашаева и И. Г. Далгатова, более шести тысяч памятников истории, культуры и архитектуры, в том числе, 200 памятников федерального значения. К сожалению, этот огромный рекреационный и туристский потенциал, мягко говоря слабо используется.

Широко привлекаемыми территориями бальнеологических рекреантов в выходные свободные дни от процедур, учебных, научных, самостоятельных организованны туристов в настоящее время – это город-музей Дербент под открытым небом, аул затокузнецов – Кубачи, Гунибское плато, Чиркейская ГЭС. Основной причиной этого мы считаем недостаточную рекламу. Один из авторов данной работы – Х.Л. Ханмагомедов, с учетом своих профессиональных географических интересов едет на отдых, лечение с посещением уникальных объектов природы в регионы России и нового зарубежья. Часто, в непринужденной обстановке ему приходится рассказать о рекреационно-туристских регионах Юга России. Со своей исторической судьбой вряд ли, какой город России может сравниваться с Дербентом, народными промыслами (мастерами ювелирного дела пос. Кубачи, гончарных мастериц села Балхар).

Видный государственный и общественный деятель Дагестана и России, бывший Председатель Совета Министров Дагестанской АССР, а потом и Президиума Верховного Совета этой республики, а ныне председатель Совета старейших при Президенте Республики Дагестан Алипаша Джалалович Умалатов в статье «Дорога осилит идущий» в газете «Дагестанская правда» от 1 мая 2013г. [с.3] пишет: «Постановлением Совета Министров РСФСР от 10 февраля 1977 года № 105 побережье Каспийского моря Дагестанской АССР было отнесено курортам республиканского значения с четырьмя взморьями (Махачкалинское, Манасское, Каякентское и Самурское). По нашему заказу был составлен Московским гипрогором генеральный план освоения этих взморий, охватывающих примерно 250 км. От общего расстояния 500 км. дагестанского побережья Каспия. Но остальная часть побережья тоже может быть использована как рекреационная зона. Только этим надо заниматься» [15]. Далее на этой цитируемой странице продолжает: Когда через год первый секретарь Дагобкома КПСС М. С.Умаханов и я как председатель Совета Министров ДАССР были на приеме у Председателя Совета Министров СССР Алексея Косыгина – талантливого госу-

дарственного деятеля, с просьбой принять постановление Совета Министров СССР «Об отнесении побережья Каспийского моря Дагестанской АССР к курортам союзного значения», он одобрил нашу просьбу и сказал: готовьте материал, на Черноморском побережье негде кол забивать, побережье Каспия на юге – в Дагестане, стране очень нужно. Я этот разговор в качестве примера привел для того, чтобы сказать: в связи с распадом СССР есть возможность организовать отдых россиян у Каспия, создав здесь соответствующую инфраструктуру. О наших возможностях по туризму писать не буду. У нас они так обильны, только приводи их в действие. Уверен, что врио Президента Республики Дагестан Р.Абдулатипов обратится к дагестанским предпринимателям, живущим в Дагестане, России, да и за рубежом, чтобы построить у нас курортно-санаторные или туристические комплексы». По сведениям К.И. Пашаева и И.-Х. Г. Далгатова на территории Карабудахкентского, Каякентского и Дербентского районов предполагается построить более 70 гостиничных центров. Еще два комплекса предполагается построить на побережье моря между Махачкалой и Каспийском, а также южнее Каспийска [14,с.105-106]. На с. 106, завершая главу «Туристско-рекреационный комплекс» правильно подытоживают словами: «Реализация этих проектов названий увеличить количество мест для отдыхающих, обеспечить приток туристов в республику». Тем самым в определенной степени уменьшить, по нашему мнению, безработицу дагестанцев и отток их из Дагестана в другие регионы России (Москва, Санкт-Петербург, Западную Сибирь). По нашим неполным данным, из нашего небольшого села Берикей Дербентского района, берикейских мигрантов в Москве приближается к 1000 человек, а это ¼ его населения.

В современную эпоху в изучении природных и социально-географических и экономико-географических процессов широко внедряются нетрадиционные методы и средства. Среди них и топонимические. Топоним – продукт социального познания, которые возникают в процессе освоения объективных явлений в географический среде и этноязыковом составе населения. Это связано с потенциальными возможностями, которые несут они в изучении социосферы, миграционных процессов, классовой структуры общества, населения, окружающей среды, вопросов истории языка [17,с.3]. Топонимия как сопутствующая полноценному отдыху должна найти свое место в рекреационно-туристском комплексе. Как известно, ни одна экскурсия или туристское мероприятие не обходится без привлечения топонимического материала. Он активизирует интерес туристов к сознательному «прослушиванию» темы и объекта туристского познания. Это немаловажный фактор, так как, теперешние туристы, а через определенное время уже бывшие, если регион туризма, оставил след в памяти, они в разных ситуациях (в семье, на работе, в различных мероприятий), рассказывая, особенно в непринужденной обстановке, «пропагандируют» этот туристский регион, иногда сами этого спонтанно образно говоря, не

думая о том, что пропагандируют туристский регион. Туристский материал не надо «специально» искать. Он есть в каждом регионе или отдельно взятой небольшой территории. Главное видеть в нем туристский потенциал. В годы советской власти в Дагестане широко были распространены длительные, кратковременные (до 3 дней), выходного дня, событийные виды туризма. По турпутевкам передовики производства (рабочие, колхозники) служащие, школьники ездили в Белоруссию республики Балтии, Южного Кавказа (республикам бывшего Закавказья) (например, школьники и члены ученической производственной бригады Берикейской средней школы ездили в Среднюю Азию, Армению за счет местного колхоза и родителей в льготных условиях). Сейчас, в условиях постсоветского пространства такими возможностями обладают единицы. Массовость длительного туризма в льготных условиях практически отпала. Его заменили лечебно-оздоровительный туризм в регионы России, Белоруссии, Украины, курорты Северного Кавказа (Сочи, Кавказские минеральные воды, дагестанские курорты – Тарнаир (Махачкала), «Каякент» (Новокаякент). Талги (окрестности Махачкалы). Кратковременные туры и сейчас сохраняют, но в форме шоп-туров. Это Пятигорска, Баку, Стамбул. Экстремальный туризм чаще характерен для спасателей чрезвычайных ситуаций в горах Дагестана, спортивный туризм распространен в вузах Дагестана (к примеру на географическом факультете Дагестанского госпедуниверситета много лет функционирует группа «Геотур»). В советское и постсоветское время двухдневные «турпоездки» характерны в дельту р. Самур в Самурский лес. Дельта р. Самур – уникальный район массового отдыха жителей Южного Дагестана. Здесь растет пышный лиановый лес, представленный дубом, ольхой, ясенем, грецким орехом и др. деревьями. Лианы обвивают деревья «спускаясь с них гирляндами и придают лесу своеобразный облик [1,с.25]. Здесь обитает луковичное растения Нектараскордум трехфутовый – ботанический памятник природы, высотой 90-120 см с крупными шаровидными луковицами, толстыми стеблями [24,с.68]. Из 85 видов деревьев и кустарников, произрастающих в Приморской низменности Дагестана, 68 растет в Самурском лесу [23,с.119].

Интерес для туристов представит сооружения под названием «сундуки» в Диндидагском перевале Рутульского района Республики Дагестан России. По мнению И.Г. Магомедова, они имеют площади 15 кв.м., сооружены в XII в., служили, пожалуй и сейчас служат хорошим убежищем для чабанов и путников (у автора- пешеходов- Х.Х.,А.Г.) во время метелей и дождей. Они имеют арочную форму [12,с.146]. *Конгресс-туризм.* Часто, приезжие гости на конференции совершают турпоездки в г. Дербент и с. Гуниб.

Дагестан – территория Российской Федерации, где имеются все возможности для развития этнического туризма. Он многонациональной и высокой степенью дифференциации географических ландшафтов, расположенное на караванном пути из южнорусских степей в Ближний

Восток. В Дагестане имеются «одноаульные языки», которые пределами локализации их языков, можно сказать владеют не многие. К примеру, пос. Кубачи Дахадаевского района, село Гинух Цунтинского района и др. Коснемся языка кубачинцев. Этот язык, хотя относится к диалекту даргинского языка, имеет существенные отличия, правда, не выходящие за пределы диалекта [16,с.71]. Х.Л. Ханмагомедовым было сравнена микротопонимия сел. Дахадаевского района Ашты, Дирбакмахи, Чишили, Киша, Урахи с Кубачинской и показало большое различие [16,с.72-74]. Он рассказывал, что в 1981 г., работая в Дагестанском институте усовершенствования учителей (ныне Дагестанский институт повышения квалификации педагогических кадров) был направлен тогдашним Министерством просвещения Дагестана в Цунтинский район для участия в августовской конференции учителей и жил дома зав.РОНО И. Закарьяева. Ему стало не понятно, на каком языке его семья разговаривает И. Закарьяев объяснил, что родом из села Гинух. Гинухцы- аварцы, они имеют свой аульный язык, где дети не владеют в дошкольном возрасте аварским языком, ни языком цунтинцев, по оканчивая среднюю школу неплохо владеют цунтинским и аварским языками. Таких примеров немало в Дагестане. Т.Е. Исаченко, касаясь этнического туризма правильно отмечает его значение для туристов как ознакомление участников с традициями, культурой и бытом этносов [9,с.114]. Далее этот автор продолжает: «реклама этнического тура гарантирует, что туристы смогут увидеть традиционные жилые хозяйственные постройки местных жителей в национальной одежде, принять участие в традиционных праздниках, попробовать блюда национальной кухни и купить в качестве сувениров предметы традиционного быта».

В городах Дагестана традиционная культура соседствует с современной, как бы дополняя друг друга. Все это участники этнического тура могут увидеть при посещении любого населенного пункта. Они нашли отражения в Дагестанском государственном объединенном музее, этнографическом музее Дагестанского государственного университета, во всех музеях городов и районов Дагестана, где они функционируют как комплексные. Словами Т.Е. Исаченко скажем, развитие этнического туризма является единственно возможным способом сохранения уникальных традиционным способом сохранения уникальных традиционным ландшафтов и традиционных культур. Однако при неумелой его организации этнический туризм может способствовать быстрейшему вырождению народов и уничтожению вмещающих культурных ландшафтов» [9.с.118]. В Дагестане есть возможности для развития кулинарного туризма как вида этнического туризма, который как таковой в дагестанской туристской практике не получил свое призвание. Каждый народ богат своей кулинарией. В работе «Дагестанское Теркеме: Комплексное страноведческое исследование [20, с.156-157] описано 18 блюд (горячих), 15 закусок, 2 сладостей, 4 напиток, а это только у азербайджанцев, живущие в Теркемейской равнине Дагестана». В

Дагестане, по нашим полным данным, проживают более 100 этносов и множество «микроэтносов» со своей кулинарией, специфической им. Каждый приезжий в древний Дербент обязательно испробует знаменитый азербайджанский плов, хинкал яичный, шашлыки (пистолеты из баранины, ханский) ароматный бархатистый чай. Находясь в Кизляре, туристы покупают коньяки «Багратион», «Москва», «Лезгинка», «Лезгиночка», виноградную водку «Кизлярка». Любителям пива махачкалинские спецрестораны и и кафе предложат посетителям бархатистое пиво «Янтарь», светлое пиво «Порт-Петровск», Дербентские кафе – пиво «Горец».

Этнический туризм в Дагестане имеет больше вариантности по межгосударственном и межрегиональном российском уровне. Это в особенности сельский этнический туризм, где сохраняются в определенной степени компоненты материальной культуры, традиции, обычаи, этикет мигрантов.

В 1897 г. прибыли на постоянное местожительство крестьяне Могилевской (Белоруссия), Херсонской (Украина), Тамбовской (Россия) губерний и создали села Александровская, Александрийская и Серебряковка в Кизлярском, раздолье в Тарумовском районах Дагестана [19,с.86]. Естественно, это было белорусское, украинское и русское население. Первые два из-за своей малочисленности естественно ассимилировались с русскими. В справочнике «Дагестанская АССР. Административно- территориальные деления» [6,с.66,110,111] население этих сел упоминаются как русские (Александровская как Александро-Невская). В этом справочнике отмечается село Украинское с русским населением в 4 км. от села Черняевка Кизлярского района [6,с.70]. Может быть, субстрат населения этого села – украинское, затем переселившиеся сюда русские преобладали и украинцы естественно ассимилировались с русским населением из Дагестана. Представляют интерес этнографические особенности азербайджанцев, лезгин, аварцев, цахур, проживающие в Азербайджанской Республике, аварцев (традиции, обычаи, пища, материальная культура) в Грузии. Такой подход носит и научный характер в целях изучения миграции населения с одной территории (региона в другую и адаптации этносов к новой для них экосреде).

В Дагестане лингвистика туризма не получила свое развитие как самостоятельная область. Лингвистика туризма, по Г.Н. Шастиной и Л.Ф. Шитовой, это эффективная, теоретически обоснованная методика профессионально-ориентированного обучении студентов, цель которой заключается не только в развитии коммуникативно-практических навыков и умений в профессиональной сфере, но и в формировании общелингвистической, переводческой и страноведческой концепции студентов [20,с.602], но она проводится в вузах Дагестана, где готовится кадры по специальностям «туризм», «социально-культурный сервис и туризм» [22,с.602]. Мы здесь коснулись лишь некоторых вопросов рекреационно-туристской отрасли общественной географии. Каждая из

затронутых проблем требует дальнейшей разработки и рассмотренными нами видами туризма не ограничивается.

Литература:

1. *Атаев Д., Гаджиев К. Путеводитель по Дагестану. Изд.2-е, исправл. и доп.- Махачкала: Даг.кн.изд-во,1969.-338с.*
2. *Багомедов М.А. Туристско-рекреационный комплекс как новая «старая» специализация Дагестана/ География и туризм: науч.сб.-Киев: Альтерпрес,2011.-С.89-93.*
3. *Баширов Х.Г., Умаров Г.М. Туризм- «спасательный круг» для экономического развития Дагестана/ Государственное регулирование экономики в условиях рынка.-Ч.1: Проблемы теории и практики управления развитием структурных звеньев отраслей народнохозяйственного комплекса региона:- Махачкала: Тематический сб.науч.тр.- Махачкала: Изд. Даггос.тех.ун-та., НИЛ региональных экономических проблем при Правительстве Республики Дагестан, 2000.-С.110-115.*
4. *Галачиева Л.А. Формирование и развитие территориально-рекреационного комплекса Кабардино-Балкарии: Автореф.дис..канд.геогр.наук.- Ставрополь, 2005.- 22с.*
5. *Гладкевич Г.И. Факторы формирования туристского рынка / География и туризм: науч.сб.- Вып.17.- Киев: Альтерпресс, 2011.-С.9-16.*
6. *Дагестанская АССР. Административно-территориальное деление: составитель Н.А. Алилов.- Махачкала: Даг.кн.изд-во 1980.-204с.*
7. *Даринский А.В. Вопросы туризма в школьном курсе географии: Пособие для учителей.- М.: Просвещение, 1978.- 135с.*
8. *Золотова Е.В. Современное состояние и проблемы туризма региона Кавказских минеральных вод: Автореф.дис..канд.геогр.наук.- Краснодар, 2011.-19с.*
9. *Исаченко Т.Е. Этнический туризм как возможность сохранения традиционного культурного ландшафта: за и против/ Страноведение и регионоведение в решении проблем Междунар.науч.конф.посвящ.10-летию создания кафедры страноведения и международного туризма. Санкт-Петербургского гос.ун-та (15-18 апреля2010г.).- СПб: ВВМ, 2010.-С.113-118.*
10. *Камилова З.М. Формирование маркетинговой концепции управления туристско-рекреационным комплексом: Автореф.дис…канд.экон.наук.- Махачкала,2004.-19с.*
11. *Магомедов И.Г. Дагестан- удивительная страна /Курс лекций географии особо охраняемых природных территорий Республики Дагестан.- Махачкала: Изд-во Даг.гос.пед.ун-та, 2007.- 148с.*
12. *Магомедов И.Г. Памятники природы Дагестана: проблемы их охраны и использования/ Современные проблемы региональной географии, краеведения и туризма: материалы науч.-практ.конф. проф.-пре.состава, аспирантов, магистров и студентов, посвящ.50-летию геогр. фак-та ДГПУ [Даг.гос.пед.ун-та] 19-20 сентября2011г.- Махачкала: Изд. ФГБОУ ВПО «ДГПУ», 2011.-С.143-150.*
13. *Пайзулаева Г.П. Рекреационный потенциал природных районов Республики Дагестан: оценка и перспективы использования: Автореф.дис..канд.геогр.наук.- Нальчик, 2012.- 22с.*
14. *К.И. Пашаев, Далгатов И.Г. География Дагестана. 9 класс: учеб.для общеобразоват. учреждений Республики Дагестан.- М.: Дрофа, 2009.- 158, [2] с.*
15. *Умалатов Алипаша. Дорогу осилит идущий./ Дагестанская правда: Дагестанская общественно-политическая газета. 1 мая 2013г.- С.3.*
16. *Ханмагомедов Х.Л. Топонимия Дагестана. Топонимия территории со сложной географической средой и этноязыковым составом населения.- Красноярск: Изд-во Краснояр.ун-та, 1990.-244с.*
17. *Ханмагомедов Х. Л. Топонимия территории со сложной географической средой и этноязыковым составом населения (на материале Дагестана): Автореф.дис.. д-ра геогр.наук.- Баку: Ин-т географии им.академика Г.А. Алиева АН Азербайджан,1996.- 44с.*
18. *Ханмагомедов Х.Л. Словарь топонимии Юго-Восточного Дагестана.- Махачкала: Даг.гос.пед.ун-т.,414с./ Деп. в ВИНИТИ (Москва) 29.06.1998г.-№1953.-В98.*
19. *Х.Л. Ханмагомедов, З.М. Гаджиева. Русские, их расселение, численность, сельские населенные пункты и место в социально-экономическом развитии/ Северная Россия: прошлое и настоящее.- Вып.2. Доклады и сообщ. 8-й Российской науч.-практ.конф. (Орел, декабрь,2011). Энциклопедия российских деревень и др., 2001.- С.85-87.*

20. Ханмагомедов Х.Л. Дагестанское Теркеме: комплексное страноведческое исследование.- Махачкала: Издат. дом «Наука плюс», 2010.-368с.
21. Цыренова И.Ж. Современные проблемы туристско-рекреационного потенциала использования национальных парков в Байкальском регионе/ География и туризм: науч.сб.- Вып.10.- Киев: Альтерпрес, 2010.- С.41-46.
22. Шастина Г.Н. Шитова Л.Ф. Лингвистика туризма: концепция сквозной языковой подготовки студентов кафедры страноведения и международного туризма/ Страноведение и регионоведение в решении проблем устойчивого развития в современном мире: Материалы междунар. науч. Конф., посвящ. 10 – летию создания кафедры страноведения и международного туризма Санкт-Петербургского гос.ун-та (15-18 апреля 2010г.)- СПб: ВВМ,2010.-С.601-604.
23. Шахмарданов З.А. Охрана природы в Дагестане: пособие для студентов и учителей- Махачкала: Дагучпедгиз, 1976.-106с.
24. Эльдаров М.М. Памятники природы Дагестана.- Махачкала: Даг.кн.изд-во, 1991.-136с.

УДК 911.3

Пестушко В.Ю.

ТУРИЗМ В МОНАКО: МІФИ ТА РЕАЛЬНІСТЬ

Стаття присвячена дослідженню туристичного ринку однієї з найцікавіших європейських країн – Монако. На основі аналізу та узагальнення даних Інституту статистики та економічних досліджень Монако, виявлена соціально-економічна роль туризму в економіці даної країни, визначені закономірності і тенденції розвитку в'їзного туризму Монако, окреслені його подальші перспективи.

Ключові слова: туризм Монако, соціально-економічна роль туризму, туристичні прибуття, рейтинг країн

The article is devoted to the research of the tourist market of one of the most interesting European countries - Monaco. Based on the analysis and consolidated data of the Institute of Statistics and Economic Studies of Monaco, a socio-economic role of tourism in this country is identified, the mechanism of development and development trends of incoming tourism of Monaco is defined as well as its future outlook is highlighted .

Keywords: tourism of Monaco, socio-economic role of tourism, tourist advents, rating of the countries.

Постановка проблеми. Монако – найменша (не враховуючи Ватикан) держава світу має усталений імідж всесвітньо відомого туристичного і рекреаційного центру. Не випадково численні друковані та Інтернет видання презентують Монако, як країну, економіка якої ґрунтується передусім на туризмі. При цьому подекуди можна прочитати, що цей клаптик європейського Середземномор'я на гірському узбережжі Лігурійського моря щорічно відвідують ледь не мільйони туристів. Відповідно майже усі жителі країни-карлика працюють виключно на туризм.

Подібні помилкові ствердження, які й до сьогодні продовжують тиражуватися й поширюватися здебільшого популярними виданнями, певною мірою пов'язані з відсутністю упродовж тривалого часу статистичних даних по Монако. Проте нині такі дані не є проблемою. Адже на початку 2011 р. був створений Інститут статистики та

економічних досліджень Монако, завдяки чому стали нарешті доступними різноманітні показники соціально-економічного розвитку країни за досить тривали й період часу [2]. Опубліковані нині матеріали цього Інституту свідчать про вочевидь помилкове і надто спрощене уявлення про цю безперечно унікальну туристичну дестинацію, яка й справді продовжує приваблювати до себе численних іноземних відвідувачів.

Аналіз останніх досліджень. Через відсутність донедавна належних статистичних даних, публікації, присвячені туризму в Монако обмежувалися загальним оглядом, що супроводжувався описом переважно туристичних принад країни. Будь-які цифрові дані розглядалися як приблизні. Між тим, саме статистична база дозволяє оцінити реальну ситуацію на ринку туристичних послуг Монако і зробити висновки щодо його майбутнього.

Мета. Проаналізувати та узагальнити наявні статистичні дані щодо стану туризму в Монако, визначити його соціально-економічну роль, а також тенденції і перспективи його подальшого розвитку.

Виклад основного матеріалу. Розвитком туризму в Монако загалом опікується Міністерство фінансів та економіки, у складі якого для цього є спеціальний підрозділ – Управління по туризму і конгресам. Цей підрозділ у свою чергу включає у себе дві структури. Один з них – Відділ індивідуального туризму (La Division Tourisme Individuel) покликаний презентувати світові Монако як дестинацію рекреаційного туризму, тобто місце гарного відпочинку і проведення дозвілля. Інший – Бюро конгресів (Convention Bureau) спрямовує свої зусилля на розвиток ділового туризму в Монако і задля цього організовує проведення в країні конференцій, семінарів, інсентив-поїздок, виставок, фестивалів тощо. Адже у Монако функціонують декілька великих найсучасніших бізнес-центрів: Центр міжнародних зв'язків, Конгрес-хол в Монте-Карло, Грімальді Форум та ін. Варто зазначити, що бюро конгресів має філії в Лондоні, Ганновері, Мілані, Нью-Йорку, Токіо, Шанхаї, Сіднеї, Нью-Делі, Москві та Дубаї.

Отже, уряд країни безумовно прагне розвивати міжнародний туризм в країні і піклується про те, щоб інтерес до Монако з боку іноземних відвідувачів не згасав. Однак це не означає, що економіка країни значною мірою залежить від туризму. Саме на це й звернув увагу світової спільноти прем’єр-міністр, державний міністр і директор з питань зовнішніх відносин Князівства Монако, під час свого виступу на 55-й сесії Генеральної Асамблеї ООН, що тривала з 18 вересня 2000 р. по 15 вересня 2011 р. Тоді він прямо зазначив, що дійсність суперечить поширеній уяві про роль туризму в Монако. Адже частка туризму у загальних доходах країни на той час складала лише 10 %. Так само високопосадовцем було звернуто увагу й на інший стереотип – казино є основним джерелом доходів Монако. Насправді, надходження від податків з боку казино становили на початку нашого століття тільки 4 % від загального обсягу державних доходів [3]. Аналіз наявних нині статистичних даних свідчить про те, що і сьогодні туризм не є провідною галуззю економіки Монако,

хоча й відіграє тут помітну роль. Передусім, варто зауважити, що туризм як окрема стаття доходів відсутній серед основних ключових секторів економіки держави. Так, в 2010 р. ВВП країни, відповідно до статистичного звіту, формувалося завдяки наступним трьом секторам економіки – сфері послуг (73%), банківській та фінансовій діяльності (16%) і промисловості (11 %). При цьому зазначалося, що майже три чверті ВВП, які у попередні роки, складала сфера послуг. Зважаючи на наведені дані, логічно було очікувати, що туризм як окрема стаття є складовою сфери послуг. Проте, за офіційними джерелами Монако сфера послуг включає себе наступні основні області діяльності: роздрібну торгівлю, оптову торгівлю, гостинність, зв'язок-телебачення, нерухомість, транспорт, шоу та аудіовізуальні послуги, адміністрування (управління) тощо. Власне туризм відсутній! Правда, згадуються туристичні фірми (agences de voyages), які віднесено до роздрібної торгівлі.

Опубліковані в 2013 р. дані Інституту статистики та економічних досліджень Монако так само свідчать про відсутність акценту на туризмі як окремої важливої складової формування ВВП країни. Майже 1/3 ВВП Монако формують два сектори – фінансова та страхова діяльність (16,5%) і науково-технічна діяльність, адміністративні та допоміжні послуги (15,9%). Саме другий сектор поряд з іншими різноманітними послугами та сферами діяльності включає у себе також діяльність туристичних агентств, туроператорів, послуги бронювання та супутні заходи. Крім того, ряд послуг, які зазвичай утворюють туристичний продукт, знаходимо у секторі «Інші види послуг» – це послуги з організації дозвілля і відпочинку, азартних ігор, а також спортивні послуги. Зрештою й сектор «Проживання та харчування» також можна віднести до статті «Туризм», хоча й очевидно, що послугами у закладах харчування користуються не лише іноземні гості, але й резиденти країни. Певна частка туризму присутня ймовірно і в секторі «Транспорт та складування».

Загалом, за даними М.Портера, туризм і суміжні галузі становлять майже п'яту частину ВВП Монако [1]. Отже, можна стверджувати, що давні стереотипи щодо економічної функції туризму в Монако й до сьогодні продовжують існувати. Адже, як свідчить наведена статистика, економіка Монако не замкнена на одній-двох домінуючих галузях і є досить диверсифікованою (рис.1).

Щодо соціальної значущості туризму в Монако, то й тут важко виокремити його серед інших сфер діяльності. Проте не можна не відзначити, що за чисельністю зайнятих провідна трійка секторів економіки виглядає дещо по-іншому. Найбільший відсоток зайнятих від загальної кількості працюючих в Монако (понад 45 тис. осіб), припадає на сектор «Науково-технічна діяльність, адміністративні та допоміжні послуги» – 22% (понад 10 тис.). Друге місце посідає сектор «Інші види послуг» – близько 14% зайнятих (6,2 тис.), а третє належить сектору «Проживання та харчування», який забезпечує роботою 12% (5,6 тис. осіб) працюючих в країні.

Рис. 1. ВВП Монако за провідними секторами економіки, 2011 (%)

Отже, туризм – й справді важлива складова соціально-економічного життя Монако, але далеко не єдина. Адже Монако – це економічно розвинута держава. За даними Інституту статистики та економічних досліджень Монако, ВВП на душу населення у цій країні становило у 2011 р. 51,5 тис. євро. Слід зазначити, що цей показник розраховується з урахуванням працюючих тут нерезидентів, що само по собі є унікальним випадком. Адже при населенні 35 тис. осіб, чисельність працюючих тут становить 45 тис. Це зумовлено тим, що велика кількість людей приїжджає в країну працювати з Ніцци та інших неподалік розташованих населених пунктів. Адже країна потребує робочої сили.

Варто зазначити, що в Монако, де зазвичай заробітна плата вища, ніж у сусідніх країнах, усі працюючі (за виключенням французів) податки не сплачують, незалежно від громадянства. Так само відсутні податки у князівстві й на рухоме та нерухоме майно. Разом із тим, іноземні громадяни, які працюють в Монако охоплені системою соціального страхування і у майбутньому одержуватимуть пенсію від цієї держави. Усі ці чинники відіграли свою роль у тому, що в країні проживають громадяни більш як 120 країн світу. Корінне ж населення – монегаски нараховують лише трохи більше ніж 8,5 тис. осіб (2012 р.).

Подібно до інших розвинутих країн світу, в Монако успішно функціонують різні галузі економіки. Як уже зазначалося, це передусім широкий спектр послуг (див. рис.1). Крім того, попри більш як скромні розміри території, в Монако є цілий промисловий квартал, де зокрема виробляється косметика таких відомих французьких компаній, як от «Лореаль» і «Біотерм». Також тут розташовані лабораторії з виробництва гормонів групи «Мерк» – міжнародної, найдавнішої у світі хіміко-фармацевтичної компанії, що заснована ще в 1668 р. Надзвичайно швидко розвивається так званий третій сектор – інвестиційні компанії, інформатика, зв’язок, у т.ч. ультрасучасні телекомунікаційні технології.

Загалом, вкрай обмежена розмірами території, країна прагне розвивати торгівлю, високі технології і наукові дослідження та розробки.

Туризм, паралельно з іншими галузями економіки розвивається в Монако давно і успішно. Про це зокрема свідчать обсяги туристичних прибуттів (рис.2.), які у 2011 р. становили майже 300 тис. Це означає, що на 1 км^2 території припадає понад 147 тис. туристичних прибуттів! Такого аномально високого туристичного навантаження на територію немає жодна інша країна світу. І це без урахування екскурсантів, чисельність яких майже така сама, що й кількість туристичних прибуттів – 285 тис.

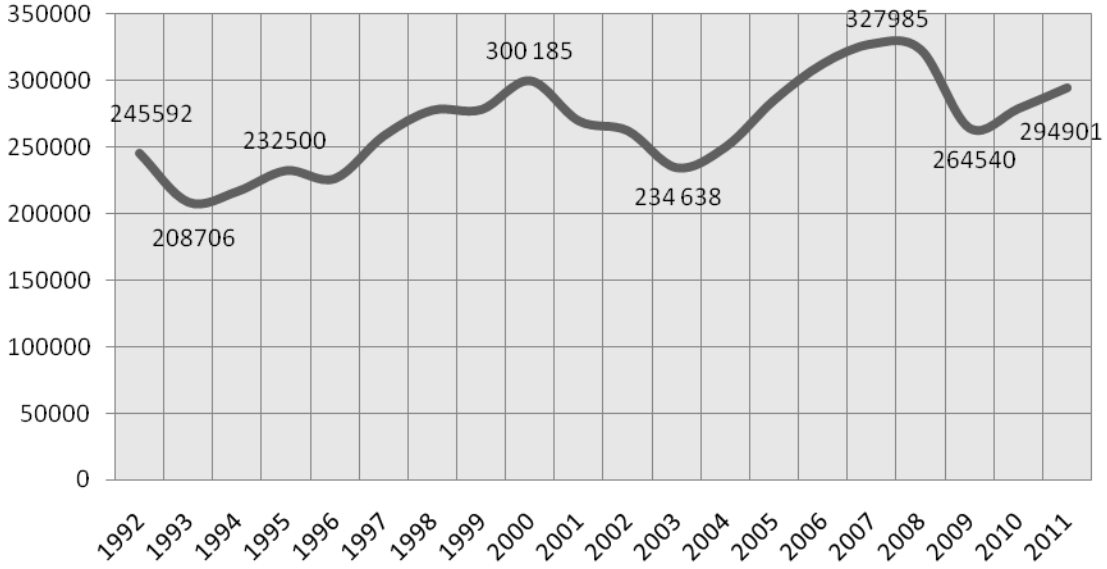


Рис.2. Туристичні прибуття до Монако

За останні 20 років обсяги іноземних туристичних потоків до Монако не залишалися сталими і загалом зросли порівняно з початком 1990-х років. Втім, ця динаміка не гарантує збільшення обсягів туристичних потоків й у подальшому. Передусім, перешкодою цьому є територіальна обмеженість. І хоча, у планах уряду Монако є подальше збільшення розмірів князівства за рахунок осушення морських ділянок, особливо великих змін у туристичних потоках чи навряд варто очікувати. Тим більше, що через глобальну економічну кризу виконання цього недешевого проекту перенесено на пізніший термін. До речі, криза продемонструвала, що Монако не є перманентно благополучною ізольованою територією посеред Європи. Навпаки, країна дуже залежна від соціально-економічних процесів, що відбуваються передусім на теренах Європи. Саме тому у Монако в 2009 р. темпи розвитку економіки знизилися на 11,5%. Подібно до більшості інших європейських країн, в 2010 р. в Монако розпочалося відновлення економіки, яке продовжувалося у 2011 р.

Зовнішні чинники безперечно впливають й на туризм, що добре видно при аналізі динаміки темпів приросту туристичних прибуттів до Монако (рис.3.). За останні 20 років саме криза, що розпочалася у 2008 р. найбільше вплинула на кон'юнктуру туристичного ринку Монако. У 2009

р. темпи приросту туристичних прибуттів тут впали більш як на 18%. Втім, це не єдиний випадок, коли мало місце різке зниження обсягу в'їзного туризму в Монако. Адже в цій країні, наче у маленькій краплині, віддзеркалюється стан загальноєвропейської економіки. В результаті, на туристичному ринку Монако, як і загалом в Європі, простежуються певні закономірності, що полягають у чергуванні періодів різкого зниження і зростання туристичних прибуттів.

Одне з найбільших падінь обсягів в'їзних потоків до Монако (-15%) спостерігалося на початку 1990-х рр. і було відлунням важливих політичних та економічних процесів на теренах Європи. Серед таких, зокрема, об`єднання Німеччини (1990 р.), розпад СРСР (1991 р.), Югославська криза 1991-1992 рр., розпад Чехословаччини, а також економічна криза, що охопила не лише пострадянські країни, але й провідні країни Західної Європи. Усі ці фактори значною мірою сприяли переорієнтації туристичних потоків.

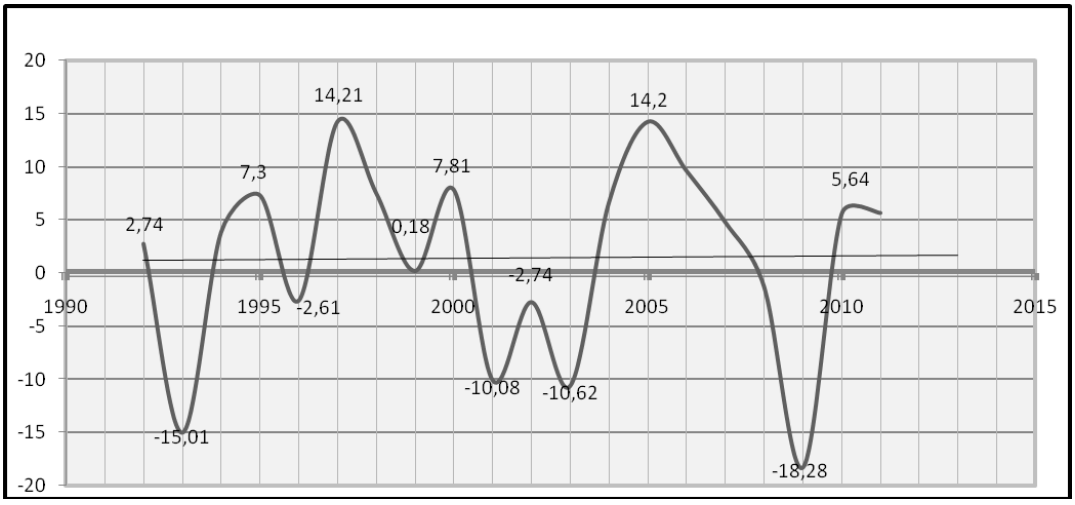


Рис.3. Темпи приросту туристичних прибуттів до Монако, %

Чергові низхідні хвилі у темпах приросту в'їзного туризму в Монако припадають на 2001 і 2003 рр. Вони так само пов'язані із значними економічними та політичними подіями. У 2001 р. почалося зниження темпів розвитку світової економіки, яке перейшло потім в економічний спад. Цей процес економічної рецесії продовжувався до кінця 2003 р., коли мало місце посилення позицій єдиної європейської валюти і безпрецедентне послаблення долара – 1 євро коштувало в Європі 1 долар 25 центів. Водночас, величезну роль у переорієнтації туристичних потоків цього періоду відіграли й політичні чинники. Перш за все, це жахливі події у вересні 2001 р. в США і у відповідь того ж року військова операція США за підтримки союзників в Афганістані після відмови талібів видати головного підозрюваного в організації терористичних повітряних атак на Нью-Йорк та Вашингтон. Загальне занепокоєння безпекою повітряних авіаперевезень та зростанням рівня тероризму підсилюється

авіакатастрофою у листопаді 2001 р. над Нью-Йорком пасажирського літака з численним людськими жертвами (хоча версія теракту пізніше була відхилена). Отже, не випадково у 2001 р. з помітно зменшилася кількість прибуттів до Монако передусім з основних країн-постачальників туристів – Італії, Франції і особливо США.

Зниження обсягу в'їзного туризму у Монако в 2003 р. було зумовлено не лише економічними чинниками, але й поширенням по світу епідемії атипової пневмонії, що налякала багатьох потенційних туристів. Крім того, вплинуло й чергова хвиля посилення терористичної активності, що певною мірою було спровоковано вторгненням в Ірак військ міжнародної коаліції на чолі з США з метою повалення режиму Саддама Хусейна. Загалом, з 1992 р. до кінця минулого століття темпи приросту туристичних прибуттів до Монако стрімко зростали – близько +3% у 1992 р., більш як 7% у 1995 р., більш як +14% у 1997 р. Ситуація різко погіршилася саме після зазначених подій 2001 і 2003 рр. І хоча в 2004-2005 рр. темпи приросту в'їзного туризму повернулися до своїх найкращих показників останнього десятиліття 19 ст. (більш як +14% у 2005 р.), наступні роки виявилися далеко не кращими. Остаточно позитивний тренд розвитку в'їзного туризму Монако змінився на негативний за результатами 2009 р., у розпалі останньої за часом глобальної економічної та фінансової кризи. За станом на 2011 р. загальний тренд розвитку в'їзного туризму у Монако за попередні 20 років відображає певну стагнацію (рис.3.). Безумовно, ця ситуація, в якій через глобальну кризу опинився туристичний ринок Монако вочевидь не задовольняє уряд цієї країни. З метою боротьби з падінням попиту на туристичні послуги Монако і забезпечення зростання економічної ролі туризму була розроблена нова стратегія, яка знайшла свій вираз в документі «Дорожня карта 2009-1013».

Очевидно, що подальші плани країни щодо відновлення ситуації на туристичному ринку мають враховувати чимало різних аспектів, у т.ч. й те, хто є туристичними країнами-донорами для Монако. Багато років поспіль за кількістю іноземних відвідувань Монако домінувала Італія. Друге місце традиційно посідала Франція, а третє – США. Однак після вересневого теракту в США у 2001 р. на третє місце серед найактивніших відвідувачів Монако вийшла Великобританія. А з початком глобальної кризи у 2008 році змінився й лідер в провідній трійці. Ним стала Франція, яка у подальшому з кожним роком зміцнювала свої позиції у даному рейтингу (рис.4.).

За станом на 2011 р. на лише дві країни – Францію та Італію – припадає 40 % усіх туристичних прибуттів до Монако. Якщо ж додати до них прибуття з Великобританії, то одержана сума буде становити половину усіх прибуттів до Монако. Крім цієї трійки значними обсягами виїзного туризму до Монако вирізняються США і Росія – понад 22 тис. і більш як 17 тис. осіб відповідно. Інші країни, резиденти яких найбільше відвідують Монако (в порядку зменшення чисельності прибуттів) – це Німеччина (понад 13 тис.), Швейцарія (близько 9 тис.), Іспанія (близько 6

тис.), Австралія (понад 5тис.) і Японія (близько 5 тис. осіб), що замикає топ-десятку у даному рейтингу країн. Отже, діапазон відвідувань навіть з провідних країн є досить великим. З інших держав, особливо віддалених, як от Мексика або Аргентина до Монако приїжджають зовсім мало – за рік менш як 1 тис. відвідувань (кожна окремо).

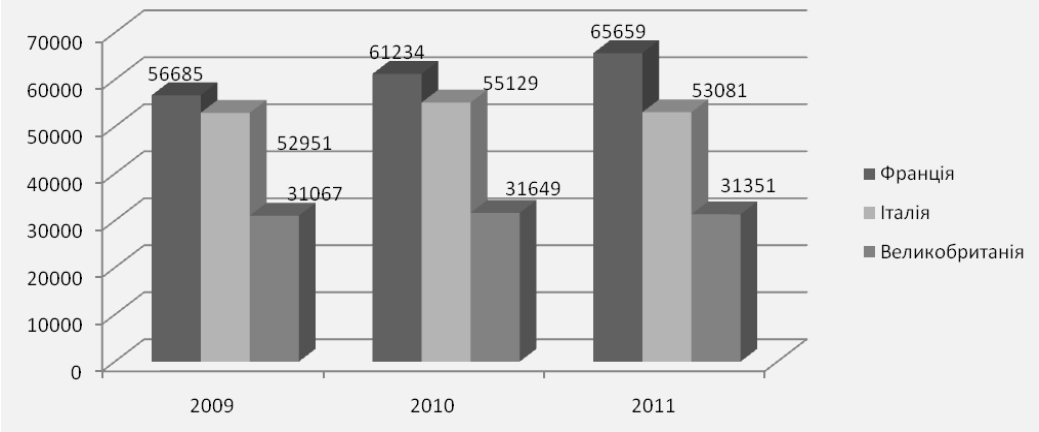


Рис. 4. Туристичні прибуття до Монако за провідними країнами (кількість осіб)

Звертає на себе увагу той факт, що рейтинг країн за чисельністю генерованих туристичних прибуттів і здійснених ночівель в Монако не співпадає. Так, мешканці Росії, попри меншу, порівняно із США, кількість прибуттів, здійснюють у Монако більше ночівель (4-е місце). Так само, виділяються кількістю ночівель й резиденти Бельгії (8-е місце), хоча за чисельністю прибуттів вони не потрапили до провідної десятки (табл.1.).

Упродовж року чітко простежується сезонність, характер якої відповідає загальносвітовій закономірності розподілу туристичних потоків. Суть її полягає у зростанні прибуттів до Монако в літні місяці і у перший місць осені (загалом це становить понад 40% загального обсягу) і зменшенні їх (приблизно до 15%) у зимові місяці.

Нерівномірність туристичних потоків до Монако певною мірою пом'якшується завдяки діловим подорожам до цієї країни. Частка туристичних поїздок в Монако з бізнес-цілями становить 20% (усі інші відвідування – з метою відпочинку, проведення дозвілля і на свята). Останніми роками тут щорічно відбувається понад 550 конференцій і нарад. При цьому найбільше різноманітних заходів припадає на весну й осінь. Загалом діловий туризм в Монако відіграє помітну економічну роль, оскільки в середньому кількість ночівель, які здійснюють упродовж року учасники ділових подорожей, зазвичай становлять 20-30% від загальної річної чисельності туристичних ночівель у цій країні.

Для прийому іноземних гостів в країні працює 14 готелів (на площі в 2км^2!), що мають рівень комфорту від двох до п'яти «зірок». При цьому кількість готелів різного рівня комфорту однакова (по чотири), за виключенням двозіркових засобів розміщення (табл.2.).

Табл.1.

Кількість ночівель туристів в Монако за провідними країнами

Країна виїзду	*Роки*				
	2007	*2008*	*2009*	*2010*	*2011*
Франція	137 226	142 395	132 822	143 867	153 985
Італія	144 124	155 856	131 312	136 767	134 476
Великобританія	118 825	136 874	94 283	96 125	95 041
Росія	41 081	77 566	65 409	70 750	78 084
США	99 777	85 968	67 189	72 309	74 133
Німеччина	35 717	40 176	38 001	35 831	41 176
Швейцарія	28 258	30 275	24 122	24 540	26 247
Бельгія	18 419	18 492	17 023	16 352	16 280
Іспанія	20 704	16 686	16 282	15 537	15 854
Австралія	17 850	18 748	15 395	13 124	13 931
Загалом	*943 921*	*943 509*	*778 451*	*817 011*	*852 578*
Щорічні темпи приросту, %	*3,09*	*-0,04*	*-17,49*	*4,95*	*4,35*

Табл.2.

Місткість готелів Монако (2012 р.)

Категорія готелю	*Кількість готелів*	*Кількість місць*	*Кількість номерів*
2 «зірки»	2	80	41
3 «зірки»	4	896	445
4 «зірки»	4	2451	1389
5 «зірки»	4	1215	633
Загалом	*14*	*4642*	*2508*

Загалом усі готелі Монако мають понад 2,5 тис. номерів і здатні прийняти понад 4,5 тис. відвідувачів. Цікаво, що в цій небідній країні найпопулярнішими є тризіркові готелі. У липні місяці заповнюваність номерів тут сягає майже 90%. Загальна заповнюваність номерів в усіх готелях перевищує 60%. Свої послуги харчування пропонують 108 ресторанів!

Насамкінець варто зазначити, що Монако належить до тих країн, де велику роль серед відвідувачів відіграють те, хто є учасниками круїзів. І хоча за методологією UNWTO круїзних пасажирів не рекомендовано включати до категорії іноземних туристів, їхня кількість в Монако не може не привернути увагу в контексті вкрай обмеженої території країни. В 2012 р. круїзні судна здійснили в цій країні 184 зупинки, внаслідок чого на берег сходило понад 232 тис. круїзних пасажирів. Найбільше відвідувачів з круїзних суден було в вересні (понад 53 тис.) і в травні (39,5 тис.). Натомість січень-лютий – мертвий сезон в круїзному туризмі біля берегів Монако.

Висновки. Аналіз наявних статистичних даних щодо стану туризму в Монако дозволяє виявити наступне:

1. Поширене уявлення щодо соціально-економічної ролі туризму в економіці Монако є перебільшеним і не відповідає дійсності.
2. Туризм в Монако є однією з важливих галузей господарства князівства, якому загалом притаманна диверсифікована економіка з акцентом на розвиток торгівлі, високих технологій, наукових досліджень та розробок.
3. Туристичний ринок Монако характеризується чергуванням періодів різкого зниження і зростання туристичних прибуттів, що свідчить про його залежність від соціально-економічних та інших чинників, що відбуваються у світі і передусім на теренах Європи.
4. Загальний тренд розвитку в'їзного туризму у Монако за період 1992-2011 рр. відображає певну стагнацію, що значною мірою зумовлено останньою за часом глобальною кризою.
5. Перспективи розвитку туристичного ринку Монако визначатимуться не лише реалізацією стратегії на відновлення високих темпів попередніх років, але й зовнішніми чинниками.

Використані джерела:

1. Michael Porter. MONACO'S TOURISM CLUSTER. Microeconomics of Competitiveness. Final Paper., 2011 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.isc.hbs.edu/pdf/Student_Projects/Monaco_Tourism_2011.pdf

2. Monegasque Institute of Statistics and Economic Studies. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.monacostatistics.mc/

3. Организация Объединенных Наций. Пятьдесят пятая сессия. 11-е пленарное заседание. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.un.org/ru/ga/55/plenary/monaco.pdf

УДК 911.3

Матвієнко Н.М.

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ ІНДІЇ

Охарактеризовано сучасний стан та перспективи розвитку туризму Індії. Розглянуто особливості туристичної інфраструктури. Проаналізовано місце Індії у рейтингу країн світу за індексом конкурентоспроможності сектора туризму.

Ключові слова: туристична інфраструктура, конкурентоспроможність, транспортна інфраструктура, маркетингова кампанія.

Охарактеризованы современное состояние и перспективы развития туризма Индии. Рассмотрены особенности туристической инфраструктуры страны. Проанализированы место Индии в рейтинге стран мира по индексу конкурентоспособности сектора туризма.

Ключевые слова: туристическая инфраструктура, конкурентоспособность, транспортная инфраструктура, маркетинговая кампания.

The current state and prospects of development of tourism in India are characterized. The features of the tourism infrastructure of the country are considered. The place of India in the ranking of countries according to the index of competitiveness of the tourism sector are analyzed.

Keywords: tourism infrastructure, competitiveness, transport infrastructure, marketing campaign.

Актуальність дослідження. Сучасна Індія – країна, що динамічно розвивається, має потужну промислову базу, розвинене сільське господарство, значні трудові ресурси, різноманітну мінерально-сировинну базу, зростаючий науково-технічний потенціал та сектор послуг, що швидко розвивається, включаючи інформаційні технології, телекомунікації, фінансово-банківську справу, транспорт, будівництво. Політика уряду країни націлена на досягнення Індією протягом найближчих 20 років статусу однієї з провідних економічних держав світу. Завдяки активним економічним реформам, Індія стає все більш відкритою та привабливою для західних інвесторів, що значно сприяє прискоренню розвитку міжнародного туризму країни. В індійському місті Гайдарабад 12-14 квітня 2013 р. було проведено 25-е статутне об’єднане засідання Комісії ВТО для Азії та Тихоокеанського регіону. Паралельно з ним проходила Конференція зі сталого розвитку сектору туризму. Її організатором виступило Міністерство туризму Індії у співпраці з урядом штату Андхра-Прадеш. У ході Конференції країни обговорювали існуючі в них проблеми і труднощі у розвитку сталого туризму і виступили за посилення внеску туризму в викорінення бідності, ведення моніторингу довгострокового впливу та підвищення пріоритету туризму в національній політиці розвитку. Індія стала учасником кампанії «Глобальні лідери на підтримку туризму».

Постановка проблеми. Індія належить до найперспективніших рекреаційно-туристичних країн світу. Незважаючи на глобальний економічний спад у 2012 р. прямий внесок від подорожей та туризму у ВВП країни становив близько 32 млрд. дол. США. У 2011 р. World Travel and Tourism Council прогнозував, що в період з 2011 по 2021 рр. щорічний приріст цього важливого сектору індійської економіки складе 8,8 %. Це дозволило Індії посісти п'яте місце у рейтингу країн із швидкозростаючою туристичною галуззю.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Туристсько-країнознавчому аналізу Індії присвячені праці українських вчених О.О. Бейдика, П.О. Масляка.

Мета статті полягає в оцінці сучасного стану, конкурентоспроможності та перспектив розвитку туризму Індії.

Виклад основного матеріалу. Історики називають Індію «Найстарішою уцілівшою цивілізацією на Землі». Досягнення давньої і середньовічної Індії в науці, літературі та мистецтві здійснили вплив на розвиток багатьох цивілізацій Сходу, стали невід’ємною складовою світової культури. Країна має різноманітне природне середовище та багато культурних пам’яток світового значення. Індійська архітектура є однією з областей, у якій найяскравіше представлена розмаїтість індійської культури. Архітектура древнього та середньовічного періодів відрізнялась незвичайною пишністю декоративних прикрас. Індія з повним правом може носити назву «музею під відкритим небом». 28 пам'яток Індії занесено до реєстру природної та культурної спадщини людства

ЮНЕСКО: форт в Аґрі, печерні храми в Аджанті, печерні храми в Еллорі, Тадж-Махал, групу святилищ у Махабаліпурамі та інші.

Ландшафт на індійському субконтиненті пропонує дивовижний ряд контрастів. Високі Гімалаї на півночі і зелені пагорби Західніх та Східних Гат на півдні Індії – прекрасні місця для альпінізму та трекінгу. Для пляжів і любителів водних видів спорту, протяжну берегову лінію Індії пропонують відомі в усьому світі штати Гоа і Керала. Пустеля Тар в штаті Раджастан відкриває вид на хвилясті піщані дюни. Особливими є ліси Індії. Вони вкриті джунглями та тропічною рослинністю. Це дім для багатьох видів рідкісних і екзотичних представників флори та фауни. У країні створена ціла мережа національних парків, зокрема Казіранґа, Кеоладео, Сундарбанс, Раджаджі, Дадхва та інші. Різноплановість Індії приваблює туристів різних категорій. Йога, Аюрведа, Тадж-Махал, Гімалаї, пляжі Гоа, вегетаріанська кухня – головні стереотипи, пов’язані з Індією. Дійсну славу індійській кухні принесли солодкі страви. Індію, а зокрема Західну Бенгалію, називають «світовою колискою солодощів». На сьогодні в Індії вже добре розвинені та користуються популярністю екскурсійний, пляжний, паломницький, релігійний, екологічний та шопінг туризм. Серед європейських туристів популярний навіть «нетрянський» туризм Індії. 650 млн. дол. США щорічний дохід від відвідування туристами нетрів Мумбаї.

Основу економіки Індії складає сфера послуг. І хоча у сільському господарстві зайнято близько 60% (500 млн. чоловік) працездатного населення, його частка у ВВП становить лише 20%, тоді як сфера послуг (включаючи туристичну індустрію) дає 55,9% надходжень до бюджету країни.

Впродовж останніх 15 років ВНП Індії збільшився з 320 млрд. до 1,676 трлн. доларів США (країна піднялася з 15-го на 12-е місце в світі, а ВНП за паритетом купівельної спроможності (ПКС) становить 4,5 трлн. – 4-е місце). У розрахунку на одного жителя за ПКС — 3700 доларів США (165 місце). Середньорічне зростання ВВП складає 8,5%, а найближчими роками уряд Індії розраховує вийти на темпи щорічного зростання на рівні 9-10%. З метою досягнення цілей поставлених керівництвом країни реалізуються довгострокові державні програми з розвитку енергетичної, нафтогазової, металургійної, хімічної та інших галузей. Створюються спеціальні економічні зони, зокрема в таких сферах, як сільське господарство, текстильна промисловість, нафтохімія, інформаційні технології, харчова промисловість.

Розвиток інфраструктури в Індії традиційно є турботою державного сектора. За минуле десятиліття готельна індустрія Індії зростала вражаючими темпами, що пов’язано в першу чергу з зростанням індійської економіки. Сьогодні Індія розвиває всі напрямки готельної інфраструктури – від невеликих хостелів до розкішних п'ятизіркових готелів класу делюкс. У країні було побудовано безліч першокласних готелів, які вже отримали довіру у сфері готельного бізнесу. До компаній, які беруть участь у

розбудові готельних мереж Індії відносяться: Tune Hotels, Resorts and Palaces, ITC Hotels, Starwood Hotels and Resorts, Carlson Hospitality, Marriot International, Hyatt Hotels, Intercontinental Hotel Group, India Tourism Development Corporation, Hilton Worldwide та інші. У найближчі три роки група Tune Hotels, що традиційно пропонує дуже низькі ціни на проживання, планує відкрити по всій Індії 20 нових готелів. Шість з них будуть розташовані в штаті Гуджарат (Gujarat) [4].

Готелі Індії в цілому можна поділити на 7 категорій (п'ятизіркові готелі класу люкс, п'ятизіркові, чотири зірки, три зірки, дві зірки, одна зірка та історичні готелі). Найбільшу кількість готелів мають штати Керала та Уттар-Прадеш, а також місто Делі. Особливістю індійських готелів є те, що деякі з них крім основної будівлі мають окремі вілли та котеджі. Є готелі, які представлені виключно котеджами, наприклад «Devaaya Ayurveda Spa Resort». Готель представлений 60 котеджами в традиційному гоанському стилі. Крім вищезгаданих закладів розміщення в Індії можна зупинитися в готелях, які не мають зірок, приватних апартаментах та човнах, які також можна зняти в якості житла. Категорії човнів поділяються на стандартні, де люкс та для молодят. На кожному човні є всі сучасні зручності, зокрема ванна кімната з душем, кондиціонер, спальня, житлова кімната, кухня. Кількість ванних кімнат відповідає кількості спалень. Човен супроводжує команда, яка представлена капітаном, помічником та кухарем.

За оцінками WTTC, туристський попит на Індію зросте на 8,2% в період між 2010-2019, але основною перешкодою цьому є те, що наявність готельної бази навіть не відповідає половині такого зростаючого попиту [9].

Заклади харчування. Всі місця громадського харчування в Індії поділяються на вегетаріанські (veg) та звичайні (non-veg). У великих містах і туристичних центрах є ресторани європейської (континентальної) кухні або ресторани із звичним меню, а також для великих міст характерні ресторани італійської, ізраїльської та китайської кухонь. У невеликих містах та на курортах заклади харчування представлені індійськими ресторанами та кафе. У маленьких містечках та селах поїсти можна в місцевих їдальнях (дхаба). Через високий рівень антисанітарії, їжу на вулицях індійських міст та вокзалах, а також в «мобільних» кухнях краще не купувати [1, с.7].

Майбутнє ресторанної індустрії є досить перспективним. Різноманітні кулінарні звички, широкий асортимент страв та різноманітних методів приготування їжі є одними з основних факторів розвитку ресторанної справи в Індії. З лібералізацією політичного ринку, що проводиться урядом, Індія стала споживчим ринком з величезною клієнтською базою, що дало поштовх розвитку ресторанного бізнесу в країні. Сьогодні спостерігається тенденція серед індійців спробувати різні види кухонь, що в свою чергу призводить до диверсифікації та зростання кількості ресторанів (за прогнозами до 4,5%). Так міжнародні ресторанні

мережі також відкривають свої філії в різних містах країни. Зростання кількості закладів харчування в Індії та вподобання індійської молоді призвело до зростання фаст-фуду в країні. Ресторанний бізнес став популярним варіантом кар'єри для молоді Індії. Все більше і більше молодих людей вважають що для початку успішної кар'єри варто працювати в різних сегментах цієї галузі [10].

Транспортна інфраструктура. Пересуватися по країні на далекі відстані можна літаком та поїздом, а на короткі - автобусом, таксі, мото- та велорикшах. Індія сполучена авіалініями з усіма великими містами світу. Авіаперевезення в Індії в останні роки переживають справжній бум. Близько тридцяти авіакомпаній здійснюють перевезення у цій великій країні. А конкуренція, що неминуча при такій ситуації, лише на руку туристу. Найбільші авіаперевізники: Air India, Jet Airways, Air Deccan, Kingfisher Airlines, IndiGo і багато інших. Найбільша державна авіакомпанія Індії – Air India, забезпечує більшу частину міжнародних авіаперевезень. Приватні авіакомпанії Kingfisher Airlines і Jet Airways з'єднують більше 80 міст Індії і є найбільшими внутрішніми перевізниками. Останнім часом з’явилися приватні авіакомпанії, які працюють під назвою «Авіатаксі». Більша частина авіакомпаній має свої інтернет-сайти, на яких можна купити квиток за допомогою кредитної карти. Повітряний коридор Мумбаї - Делі є одним з найнавантаженіших у світі. У країні понад 355 цивільних аеропортів. Найбільші міжнародні аеропорти розташовані у Делі, Мумбаї та Колкаті. Аеропорти ім. Індіри Ганді та ім. Чатрапаті Шіваджі забезпечують понад половину всього повітряного руху в Південній Азії.

Мережа автомобільних доріг країни становить 3320410 км – третя за протяжністю у світі. Згідно National Highways Authority of India, автомобільні дороги забезпечують близько 65% вантажних і 80% пасажирських перевезень. Усередині Індії існує розгалужена мережа автобусних маршрутів, що з'єднують між собою всі частини країни. Це особливо актуально для тих районів, в яких немає залізничного сполучення, зокрема для високогірних територій. Автобуси становлять понад 90% громадського транспорту в містах Індії і є дешевим та досить зручним засобом пересування. Автобусні компанії головним чином є власністю урядів штатів. Найбільший автовокзал Esplanade Bus Station знаходиться в місті Колката. Більшість таксі в країні – автомобілі індійського виробництва. Дуже поширеним індійським транспортом, зручним у використанні на завантажених міських вулицях є мото- та велорикші. Цей екзотичний, зручний, дешевий і відносно швидкий спосіб пересування, представляє собою критий триколісний моторолер, зазвичай без дверей та придатний лише для нетривалих поїздок. Швидкість їх мала, зручність мінімальна, а якщо ще й дорога веде в гору, то подорожньому доведеться йти поруч. Крім цього це дуже небезпечний транспорт [1]. Мумбаї – єдине місто, де доступ авторикш в деякі частини міста заборонений законом, а за проїзд тут введена нормована плата.

Індійська мережа міжнародних залізниць є найбільшою в Азії та другою за величиною в світі. Індійська залізнична система воістину легендарна і проїзд індійською залізницею буде відрізнятися від будь-якого іншого виду подорожі. Залізничні вокзали є практично у кожному місті країни. Ціни на квитки суттєво різняться залежно від класу. На залізничному транспорті існує офіційна квота для іноземних туристів та діє спеціальна програма «Перепустка в Індію». Завдяки останній турист маючи один квиток може мандрувати без обмеження на будь-яких потягах протягом визначеного періоду [7].

Водний транспорт в Індії розвинений досить слабо. Головні морські порти – Мумбай, Колката, Кочин, Ченнай, Калікут, Панаджі (Гоа) та Рамешварам. Морське сполучення існує між Колкатою та Мадрасом, а в період туристичного сезону між Порт-Блєром (Андаманські острови) - Колкатою та Мадрасом. Туристичний сезон триває у найбільш м'який кліматичний період Індії – з вересня по березень. Пік попиту на індійський турпродукт на міжнародному ринку припадає на вересень, квітень та різдвяні свята. У 2011 р. майже 6,3 млн. іноземних туристів відвідали Індію, що більше на 8%, ніж у 2010 році, коли кількість туристів становила 5,8 млн. осіб. Кількість внутрішніх туристів, які відвідують всі штати та союзні території Індії, налічує 747,7 млн. чоловік. Більшість іноземних туристів приїжджають з США (16%), Великобританії (12,6%), Канади та Австралії. У 2011 р. найбільш популярними штатами серед іноземних туристів стали Махараштра, Тамілнад та Делі. Внутрішні туристи найчастіше відвідують Уттар-Прадеш, Андхра-Прадеш та Тамілнад. Найбільш відвідуваними іноземними туристами містами Індії в 2011 р. стали Ченнаї, Делі, Мумбаї та Агра. У міжнародному рейтингу Ченнаї займає 41-е місце за кількістю відвідування іноземними туристами, Делі – 50-е, Мумбаї – 57-е, а Агра – 65-е [8]. Найвідоміша для іноземних туристів індійська туристична дестинація – «Золотий трикутник», кути якого утворюють міста Делі, Агра та Джайпур. За спостереженнями «Індійського клубу», на міжнародному ринку зростає популярність літніх напрямків. Так, за даними статистичного департаменту Гоа, у 2012 р. частка російського ринку склала 31% (перше місце серед зарубіжних країн). Російський турпотік у цей індійський регіон досяг 140 тис. чоловік, що на 4,7% більше, ніж в 2011 р. Після Росії йдуть Великобританія (119 тис. туристів, частка в загальному потоці 26%), Фінляндія (відповідно 23,8 тис. та 5%) та Франція (відповідно 20 тис. та 4%). У зимовий сезон 2013 року Гоа відвідали 125 тис. росіян [5]. У 2012 р. прямий внесок від подорожей та туризму у ВВП країни становив 1,9 млрд. INR (індійських рупій), або 2,0 % ВВП. За прогнозами на 2013 р. він має зрости до 2,053 млрд. INR. Цей показник відображає діяльність готелів, ресторанів, розважальних закладів, турагентств, авіакомпаній та інших пасажиро-транспортних підприємств з обслуговування туристів. Завдяки прямому внеску від подорожей та туризму в Індії було створено 24,9 млн. робочих місць, що становить 5% від загальної зайнятості в країні у 2011 р. За прогнозами на

2023 р. планується підвищити кількість робочих місць до 30,6 млн. Витрати туристів в країні під час подорожей – ключовий фактор прямого внеску від туризму. У 2012 р. Індія отримала один мільярд INR доходу від витрат туристів. У 2013 р. цей показник має збільшитись на 8,7 %, а країна очікує на 7,5 млн. міжнародних туристичних прибуттів.

У 2012 р. було залучено близько 1,8 млрд. INR капіталовкладень. У 2013 р. очікується їх зростання на 5,5 %, а до 2023 - на 6,5 % щорічно і сягнуть 3,5 млрд. INR. Частка національних (внутрішніх) інвестицій у туризм Індії має знизитись від 6,2 % у 2013 р. та до 5,1 % у 2023 р. [6].

У рейтингу країн світу за Індексом конкурентоспроможності сектора подорожей та туризму 2013 (Travel and Tourism Competitiveness Index 2013), який опублікований аналітичною групою Всесвітнього економічного форуму (ВЕФ), Індія займає 65 позицію з 140 можливих (піднялася на три позиції відповідно до попереднього рейтингу) та 11 позицію у Азійсько-Тихоокеанському регіоні. З факторів конкурентоспроможності, за якими в звіті оцінюються країни, досить сильними сторонами Індії є наявність природних ресурсів (займає 9-е місце) та культурних ресурсів (24-е місце). Досить добре розвинений повітряний транспорт (39-е місце), особливо враховуючи сучасний розвиток країни. Відносно добрий розвиток наземного транспорту (43-е місце), хоча якість доріг (85-е місце) та інфраструктура портів (79-е місце) потребують подальшого удосконалення. За конкурентоспроможністю у ціновій політиці у сфері туризму Індія зайняла 20-е місце. Однак, за рівнем розвитку туристичної інфраструктури, країна займає 95-е місце. Країна має дуже низький показник готельних номерів на душу населення порівняно з міжнародними стандартами, а також низький рівень поширення банкоматів, низький рівень розвитку та використання інформаційно-комунікативних технологій (111-е місце). Ще однією проблемою є стабільність політичного середовища (125-е місце), необхідність великого капіталу для відкриття власного бізнесу, обмежувальна візова політика (132-е місце), проблеми з охороною здоров’я та гігієнічними нормами (109-е місце) [2]. Міністерство туризму вживає активних заходів щодо подальшого розвитку та диверсифікації індійського туристичного продукту та надає великого значення покращенню туристичного іміджу з метою просування країни на світовий туристичний ринок. Міністерство консультується і співпрацює з різними зацікавленими особами, включаючи центральні міністерства та агенції, уряди штатів та союзних територій, а також приватний сектор. Спільними зусиллями здійснюється пошук нових туристичних продуктів, щоб розвинути такі види туризму, як сільський, гольф туризм, круїзний, медичний, кемпінговий, вертолітний, автомобільний, оздоровчий, екотуризм, залізничний, діловий [3]. Міністерство туризму також підтримує міжнародну маркетингову кампанію «Incredible India» («Неймовірна Індія»), яку проводить уряд Індії з 2002 р. для просунення та розвитку туризму на глобальний рівень. У 2008 р. Міністерство туризму для доповнення попередньої кампанії також

розробило концепцію «Atithidevo Bhava» («Гості як Бог»), орієнтовану на місцеве населення, яка повинна навчати жителів хорошій поведінці та етикету, коли вони спілкуються з іноземними туристами. Ця кампанія також мала за мету прищепити почуття відповідальності місцевого населення до туристів та зміцнити довіру іноземних туристів до Індії, як гарного місця для відпочинку. Великі витрати туристів в Індії, стали наслідком діяльності грамотної політики Міністерства туризму Індії, яке завдяки кампанії «Incredible India», змогло створити такий потужний ринок. Починаючи з 2012 р. Міністерство туризму знову співпрацює з фірмою «Ogilvy & Mather», яка була автором попередньої концепції, щоб впродовж наступних трьох років переглянути бренд та забезпечити стратегічне бачення кампанії [8].

Висновки. Індія належить до найперспективніших рекреаційно-туристичних країн світу. Головними причинами цього є унікальний природно-ресурсний потенціал, чисельні унікальні пам'ятки історії, культури і релігії, традиційні та культурні особливості народу, постійно зростаюча база розміщення, розвиток та удосконалення транспортного сполучення, а, найголовніше, ефективна політика держави щодо просування національного продукту на міжнародний туристичний ринок, а також надання пріоритету туризму в національній політиці розвитку.

Використані джерела:

1. *Бейдик О.О. Індія – гігант на півдні Азії. Подорож Індостаном. [Текст] / О.О. Бейдик // Краєзнавство. Географія. Туризм. - 2011. - № 27. - С. – 3-14.*
2. *Всемирный экономический форум: рейтинг стран мира по уровню конкурентоспособности сектора путешествий и туризма 2013 года [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://gtmarket.ru/news/2013.*
3. *Звіт туристичної індустрії Індії (2011). [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.iittm.org/doc/IITTM_ITC_Report-2011-rev.pdf*
4. *Первый в Индии отель Tune предлагает номера по $11 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.travel.ru/news/2013/05/06/217010.html*
5. *Российские туристы вышли на первое место по посещению Гоа [Электронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.travel-news.ru/nid/21622/*
6. *Товариство світових подорожей та туризму. Економічний вплив 2012. Індія. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.wttc.org/site_media/uploads/downloads/india2012.pdf*
7. *Транспорт в Индии. [Электронний ресурс]. – Режим доступу: http://ru.wikipedia.org/wiki/*
8. *Туризм в Индии. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://ru.wikipedia.org/wiki/*
9. *Туризм та готельне господарство Індії. [Електронний ресурс]. – Режим доступу:http://www.cci.in/pdf/surveys_reports/tourism-hotel-industry.pdf*
10. *Growth of Restaurants in India. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://restaurants.mapsofindia.com/growth-of-restaurants-in-india.html*

УДК 379.851

Ковальчук А.П.

КЛАСТЕРНЫЙ ПОДХОД К РАЗВИТИЮ РЕГИОНАЛЬНОГО ТУРИЗМА НА ПРИМЕРЕ Г.САНКТ-ПЕТЕРБУРГА

Ключевые слова: уникальные природные ресурсы, туристский потенциал, мировая туристская конкуренция, новые концепции управления туриндустрией, кластерный подход, бизнес-идеи, государственно-частное партнерство

В статье рассматриваются проблемы развития регионального туризма в России на примере г.Санкт-Петербурга. В целях организации эффективной системы управления туристическими предприятиями и более рационального использования туристического потенциала региона предлагается применение кластерного подхода. Эффективность концепций регионального развития с использованием кластерного подхода, который с 70-х гг. XX в. активно используется в развитых странах, подтверждается научными трудами известных ученых экономистов.

In article problems of development of regional tourism in Russia on the example of St. Petersburg are considered. For the organization of an effective control system the tourist enterprises and more rational use of tourist capacity of the region offer application of cluster approach. Efficiency of concepts of regional development with use of cluster approach which from 70th of the XX century is actively used in the developed countries, is confirmed by scientific works of known scientific economists.

Keywords: unique natural resources, tourist potential, world turistksky competition, new concepts of management of the tourist's industry, cluster approach, business ideas, state-private partnership.

Санкт-Петербург и Ленинградская область по своему географическому положению, природно-климатическим, культурно-историческим и социально-этнографическим предпосылкам являются идеальным регионом для развития практически всех видов туризма.

Глубокое многовековое прошлое региона, множество ключевых, часто трагических событий, происходивших в различные эпохи, оставили большое историческое наследие. На территории данного региона сосредоточено около 4000 памятников российской истории и культуры, из них более 300 федерального значения [1]. Курганы, крепости, замки, дворцы и парки, другие объекты, в том числе и современные, составляют огромную ценность и широко доступны туристам, экскурсантам и гостям. Значительная часть наследия сосредоточена более чем в более чем 200 музеях и доступна для культурно-познавательных целей туризма[2]. В Ленинградской области насчитывается восемь средневековых крепостей, три дворцово-парковых ансамбля, 120 бывших дворянских усадеб и памятных мест. На территории области сохранились и частично превращены в музеи старинные родовые владения, в том числе известных деятелей искусства и культуры, государственных деятелей, декабристов.

Здесь также расположены уникальные природные ресурсы, организованы природные заповедники и парки, заказники, пещеры, составляющие ресурсную базу экологического туризма. Фарватеры Финского залива: Морской канал, Петровский, Кронштадтский и Зеленогорский фарватеры являются объектами, входящими в Список всемирного наследия. Уникальные водные ресурсы региона позволяют здесь развивать практически все виды водного туризма: морской и

речной круизный, катерно-яхтенный туризм, экскурсионно-прогулочный туризм, подводный туризм и другие.

Туристские ресурсы здесь располагают к проведению туристско-спортивных мероприятий, местных, всероссийских и международных спортивных соревнований.

Потенциал ресурсов Ленинградской области и г.Санкт-Петербурга огромен и на сегодняшний день еще далек от полного изучения и освоения в целях туризма. Это предопределяет необходимость их комплексного исследования с целью разработки походов и методов для более эффективного развития этого туристско-рекреационного комплекса России.

В настоящее время все большее количество туроператоров с мировым именем, и прежде всего, региона Балтийского моря включают Санкт-Петербург в свои круизные маршруты. Одна из причин состоит в том, что Санкт-Петербург является крупнейшим туристическим центром (по своему туристическому потенциалу и численности населения), портовым городом Европы, уступая лишь Лондону.

Регион занимает активную позицию в стремлении увеличить свою долю в мировой индустрии туризма. Благодаря системной работе по реализации первой городской Программы развития Санкт-Петербурга как туристского центра на 2005-2010 гг. за 5 лет количество туристов в Санкт-Петербурге увеличилось на 1,8 млн. (2005г. – 3,7 млн. туристов в год, 2011г. – 5,5 млн. туристов).

Инфраструктура отечественного туроперейтинга в этом регионе постепенно наращивает свои международные связи, включается в мировую туристскую конкуренцию. Причем, в этой конкуренции важны не только ресурсная база турфирм, их ценовая политика и качество предлагаемого турпродукта, но и возможности предоставлять различные дополнительные услуги, грамотное их сочетание, оригинальность, учет психологических особенностей туристов, дифференцированная ценовая политика, скидки. По всем этим параметрам российские компании зачастую оказываются неконкурентоспособными перед зарубежными.

Существует ряд объективных факторов, способствующих объединению российских турфирм. Дело, в том, что на мировом рынке российские турфирмы вынуждены сотрудничать с партнерами, которые значительно превосходят их по экономическим возможностям и эффективности менеджмента. Данное явление обусловлено тем, что процессы накопления управленческого опыта в сфере туризма, централизации капитала и укрупнения туристических компаний в развитых странах начался гораздо раньше, чем в России.

В западноевропейских странах в послевоенные 1950-1960-е гг. XX ст. началась эпоха масштабного строительства средств размещения и еще

в те годы шли процессы концентрации капитала и реализации принципиально новых концепций управления туриндустрией[2]. Позже в 70-е гг. в этих странах началась активная работа по применению кластерного подхода развития туризма.

Под кластером понимается сконцентрированная по географическому признаку группа взаимосвязанных предприятий, специализированных поставщиков услуг, а также связанных с их деятельностью некоммерческих организаций. Согласно определению М.Портера, основоположника кластерной теории, кластер – это группа географически соседствующих взаимосвязанных компаний (поставщиков, производителей и др.) и связанных с ними организаций (органов государственного управления, образовательных учреждений, инфраструктурных компаний), действующих в определенной сфере и взаимодополняющих друг друга[4].

Особенность кластерного подхода состоит в том, что на основе данных исследований о принципах организации производственного взаимодействия и ресурсного потенциала региона разрабатываются и реализуются отраслевые концепции управления. При этом основной целью таких концепций является обеспечение обмена информации, сотрудничества между всеми предприятиями отрасли в рамках конкретной туристско-рекреационной зоны для повышения экономической эффективности. Преимущества распространяются по всем направлениям связей. Так, предприятия, объединенные в кластеры способны существенно ускорить темпы своего развития, обмениваясь бизнес-идеями, стимулируя различные подходы к НИОКР и, взаимно обеспечивая необходимые средства для внедрения новых концепций своего развития.

Одним из классических примеров образования кластеров является некоммерческое предприятие «Ассоциация малых гостиниц г.Санкт-Петербурга», включающее в себя объединение 50 предприятий и администрации города. Количественный рост предприятий туриндустрии, необходимость поддержки и развития малого бизнеса, отсутствие законодательного регулирования, необходимость взаимодействия с городскими властями вызвали уже 2000 г. первые попытки создания общественного объединения. В 2003 г. по инициативе Комитета по внешним связям и Комитета по туризму и развитию курортов Администрации Санкт-Петербурга при поддержке Еврокомиссии, Фонда развития малого и среднего бизнеса в Санкт-Петербурге реализован проект по созданию первой партнерской сети малых гостиниц [3]. Участники проекта, которыми стали отобранные на конкурсной основе руководители малых гостиниц Санкт-Петербурга, пришли к решению об объективной необходимости создания партнерской сети с целью развития

малого гостиничного бизнеса в Санкт-Петербурге. Изначально речь шла о подготовке менеджеров малых гостиничных предприятий, изучении и анализе ситуации на рынке малых гостиниц Санкт-Петербурга и разработка концепции сети малых гостиниц.

Впоследствии это некоммерческое партнерство занялось поддержкой и защиты интересов малых гостиниц г.Санкт-Петербурга. Целью Ассоциации стало совместное продвижение на рынке услуг малых гостиниц Петербурга. В настоящее время НП Ассоциация малых гостиниц Петербурга объединяет 65 предприятий и организаций гостиничного, ресторанного, туристического бизнеса различных организационно-правовых форм: малые отели, рестораны, кафе, бары, клубы, туристические и транспортные компании [4]. Основными задачами Ассоциации является внесение законодательных инициатив для урегулирования деятельности отрасли, создание комфортных условий для гостей города, установление корректных и взаимовыгодных отношений с клиентами и партнерами, а также содействие раскрытию личных и профессиональных качеств сотрудников с целью обмена передовым опытом между членами партнерской сети.

Главное отличие данного туристического кластера от всевозможных прочих (производственных, агропромышленных, сервисных и др.) – в его территориальной организации. Так, НП Ассоциация малых гостиниц Петербурга объединяет предприятия региона, превращая их из конкурирующих во взаимодействующие элементы системы. При этом важным условием является реализация механизма управления региональной туриндустрией по принципу государственно-частного партнерства, в котором представлены как местная администрация, общественные организации, так и частные компании.

В 2011 г. Правительством Санкт-Петербурга принята новая Программа на 2011-2016 г (постановление Правительства Санкт-Петербурга № 732 от 07.06.2011). Основными целями, задачами программы являются проведение научных работ и аналитических исследований по перспективным направлениям развития туристской отрасли с учетом кластерного подхода развития г.Санкт-Петербурга для формирования современного эффективного конкурентоспособного туристского рынка и развития современной инфраструктуры [7].

В настоящее время более актуальными становятся проблема перераспределения туристских потоков внутри региона и разработка, продвижение новых туристских маршрутов.

Дело в том, что основные потоки туристов концентрируются в ареале тех объектов культуры, которые известны большинству туристов, отправляющихся в г. Санкт-Петербург: Эрмитаж, Исаакиевский собор, Русский музей, Петропавловская крепость. Из-за сильной

перегруженности город не может принять больше туристов в летний период, а именно этот сезон по праву является самым востребованным для посещения г.Санкт-Петербурга.

Одним из вариантов развития туриндустрии в логике перераспределения является создание так называемых «креативных кварталов», или «туристских кластеров». В это понятие входит концентрация на одной территории любых аттракций для отдыха и развлечений: ресторанов, кафе, арт-объектов, мастерских, оригинальных тематических музеев, выставочных залов, клубных и фестивальных площадок и так далее. Формировать такие кварталы целесообразно в зонах, где уже существуют интересные объекты индустрии развлечений. Кластеризация объектов позволяет ощутить в полной мере выгоду от синергетического эффекта и добиться увеличения потока посетителей.

Перспективной стратегией перераспределения туристских потоков является организация туристского кластера севернее города, в зоне Зеленогорск – Репино – Сестрорецк, включая примыкающие поселки Курортного района Ленинградской области. Этот район всегда был привлекательным, но основным его недостатком была недостаточность транспортной инфраструктуры. Эта проблема нивелировалась с момента завершения строительства КАД. Дорожная ситуация улучшится еще заметнее после достройки Западного скоростного диаметра в 2014 г.[8].

Разрозненные объекты индустрии, которыми знаменит Курортный район – большое количество ресторанов, кафе, отелей, клубов и баров, – необходимо объединить в общий туристский бренд и обеспечить между объектами взаимодействие. Реклама и продвижение туристского бренда ляжет на плечи бюджета, а обеспечение привлекательности и гостеприимства туристкой зоны – на плечи владельцев бизнеса. Заинтересованные в загородном проживании туристы смогут останавливаться в отелях и здесь же проводить время. Задача доставки туристов до клубов, ресторанов, концертных площадок будет решена с помощью специальной трансферной службы от отелей. Такая модель реализована, например, на турецких курортах, где специальные автобусы бесплатно развозят желающих от отелей до клубных зон.

Создание туристского кластера в Курортном районе решает еще одну немаловажную задачу – привлечение туристов в незаслуженно забытые пригороды. Так, маршрут от Зеленогорска до Кронштадта и Ломоносова теперь становится цельным благодаря появлению Западного полукольца. Например, форты Кронштадта являются очень привлекательными для туристов объектами, но на их реконструкцию и открытие для осмотра необходимы дополнительные инвестиции. Ломоносов – не самое популярное место, но объективно его дворцово-

парковый ансамбль не уступает Пушкину и Павловску. Также сокращается расстояние до Выборга.

Инвестиции в такой проект минимальны. Основной частью затрат станет разработка концепции такого туристского кластера, создание бренда, его реклама и продвижение. Наиболее важна организационная часть, от которой фактически зависит успех проекта, – это обеспечение взаимодействия между участниками туристской зоны. Также важен вопрос запуска трансферного транспорта между отелями и развлекательными объектами – его должны скорее всего решить участники туристского кластера.

Такой проект сможет решить наконец задачу перераспределения туристских потоков. Заметно ослабнет проблема перегруженности центра, и город сможет принять больше гостей. В конечном счете увеличатся доходы петербургского бюджета.

Эффективная работа кластерного подхода развития туризма поможет не только значительно пополнить бюджеты территорий, но и образовать новую сферу занятости населения, стимулировать вовлечение в оборот дополнительных капиталов. Кроме того, функционирование кластера позволит усовершенствовать инфраструктуру территорий, расширить спектр предлагаемых услуг и повысить конкурентоспособность туристических предприятий.

Формирование туристских кластеров в России будет способствовать переключению интереса туристов с заграничных поездок на внутренний туризм: в те места, где сохранились историческая среда, национальный колорит, экзотика и русское гостеприимство в сочетании с необходимой инфраструктурой и высоким качеством обслуживания.

В мире есть территории, которые уже зарекомендовали себя как успешно функционирующие туристские кластеры: побережья Средиземного и Адриатического морей, Карибского бассейна; Объединенные Арабские Эмираты; горнолыжная индустрия Альпийского региона; развлекательная индустрия в Лас-Вегасе и Голливуде.

В России кластерный подход к организации туризма только начинает развиваться. Примерами территорий, которые обладают ресурсами и возможностями для формирования и развития туристских кластеров, являются: культурно-исторические центры Центральной части России (г.Москва, г.Санкт-Петербург, Золотое кольцо России), рекреационные зоны на побережьях Черного моря (курорты Краснодарского края) и озеро Байкал; а также территория регионов Западной Сибири (Новосибирская, Кемеровская, Томская области, Алтайский край, республика Алтай).

1. *В.Г. Исаченко, Памятники Санкт-Петербурга, -СПб: Изд.«Паритет», 2004 г., стр.13*
2. *http://ru.wikipedia.org/wiki*
3. *http://ru.wikipedia.org/список_объектов_всемирного_наследия_юнеско*

4. *http://gov.spb.ru/gov/otrasl/invest/statistic/development/*
5. *В.П. Белянский, Мировой опыт развития индустрии гостеприимства, - М: Изд. ГОУ ВПО «РЭА им. Г.В. Плеханова», 2008г., стр.29*
6. *М.Э Портер, Конкуренция, М: Изд. дом «Вильямс», 2005, стр.63*
7. *http://www.paradeofhotels.ru/news/news_280.html*
8. *http://inn.spb.ru*
9. *http://www.garant.ru/hotlaw/peter/335465/*
10. *http://gov.spb.ru/gov/otrasl/c_tourism/programma-razvitiya-sankt-peterburga-kak-turistskogo-centra/*
11. *http://www.spb-projects.ru*

УДК 911.3

Вострікова А.В.

МАЛІ ЗАСОБИ РОЗМІЩЕННЯ: ЗАРУБІЖНИЙ ДОСВІД ДЛЯ УКРАЇНИ

Розглянуто особливості розвитку сектору малих засобів розміщення за кордоном та в Україні. Висвітлено їх становлення як засобу розміщення та сучасний стан.

Рассмотрены особенности развития сектора малых средств размещения заграницей и в Украине. Показано их становление как средства размещения и современное состояние.

There were looked out the peculiarities of development of small hotels` market abroad and in Ukraine. There were reveal their incipience as the accommodation facilities and the condition of nowadays.

Актуальність даної теми полягає у досить активному розвитку сегменту малих засобів розміщення на світовому та українському готельних ринках.

Метою статті є висвітлення особливостей розвитку малих засобів розміщення в Україні та світі, а також їх сучасний стан.

Виклад основного матеріалу. Малий засіб розміщення (МЗР) – широко поширений у світі тип готелів. Термін «малий засіб розміщення» в найбільш значній мірі використовується в країнах Східної Європи, таких як Росія та Україна, тоді як в інших країнах світу надають перевагу назві «малі готелі» (small hotels). Міні-готелі в готельному бізнесі країн Європи давним-давно не тільки міцно зайняли свою нішу, але й стали одним з ключових елементів готельної індустрії. У затишних готелях, кожен з яких неповторний та унікальний, за помірну плату гість, безумовно, отримає куди більше задоволення, ніж оселившись в бездушному мережевому готелі, де клієнт відчуває себе швидше деталлю, що рухається по конвеєру, аніж бажаним гостем. І нічого страшного, що в міні-готелі немає басейну, фітнес-центру та казино: як правило, люди приїжджають зовсім не за цим.

В Україні також спостерігається стійкий розвиток малого готельного бізнесу, що зумовлено, з одного боку, загальносвітовими тенденціями, з іншого – гострою нестачею готелів з прийнятним сервісом за невеликі гроші. Саме вони користуються підвищеним попитом у іноземних туристів, які приїжджають сюди. У той самий час вітчизняний мандрівник також все частіше надає перевагу саме такому закладу розміщення, через

його зручність, домашню атмосферу та цінову політику. Малі готелі відносяться до числа найбільш перспективних готельних структур, вкрай затребуваних на українському готельному ринку і здатних приносити стабільний дохід. Близько 40% європейського турпотоку припадає саме на засоби розміщення малих форм. На малі готелі припадає близько 80% загальної кількості готельних підприємств. Туристи їх цінують за майже домашній затишок, унікальність, індивідуальний підхід до кожного постояльця, і все це – за помірними цінами [3].

У Західній Європі – особливо у Великобританії, Іспанії та Італії, – поширене поняття *Bed and Breakfast hotel* – так називають невеликі готелі, що надають номер зі сніданком. Головна відмінна риса готелів B & B – невелика кількість номерів і, як уже говорилося, сніданок, включений у вартість проживання. У Франції подібні готелі називаються *chambre d'hôtes* – гостьові кімнати. Їх особливість полягає в розташуванні: будівлі chambre d'hôtes, як правило, будувалися в центрі невеликих сіл з метою розвитку туризму. У Німеччині малі готелі називають *пансіонами*: маленькі кімнати і відсутність реєстрації для них традиційні [11].

У зарубіжній практиці готельний бізнес малого формату найчастіше сімейний. Господарі не тільки володіють готелем, але і працюють у ньому – як правило, вже кілька поколінь родини зайняті в обслуговуванні готелю. Нерідко при готелі є сімейний ресторан, іноді пекарня [8]. Існують також унікальні МЗР. Серед них – відомі *капсульні готелі_(Capsule hotels)* в Японії, розміри номерів у яких дорівнюють розміру ліжка. Подібний готель – міні готель «Yotel» – розташований фактично поруч зі стійкою реєстрації в Лондонському аеропорту Хітроу. Проект його номерів був розроблений з використанням космічних технологій, щоб забезпечити гостям максимальний комфорт в мінімальному просторі. Такі однокімнатні готелі можна також зустріти в Голландії, США [11].

Малі готелі з домашньою атмосферою користуються великою популярністю і в Азії. Наприклад, до такого типу відноситься японський *рьокан* – традиційний заклад розміщення у Країні Сонця що сходить, який відомий ще з VIII-IX ст. Кількість номерів у них варіюється від 10 до 150. Більш бюджетним варіантом в Японії вважаються *мінсюку*, які також є сімейними готелями в японському стилі, але кількість номерів в них, як правило, не перевищує 10. У рьоканах та мінсюку сніданок та обід вже можуть входити у вартість проживання. Ці традиційні заклади розміщення є предметом гордості японців і в кожному путівнику є примітка про те, що варто хоча б одну ніч провести у такому сімейному готелі, щоб дійсно відчути дух країни [14].Для України, як і для всіх інших пострадянських країн, малі готелі не є характерним явищем. Наприклад, в Парижі сьогодні працюють 600 міні-готелів, в Москві – 65, в Києві близько 60 [3]. Однак, перші прототипи сучасних МЗР, так звані мебльовані кімнати, існували на Лівобережній Україні вже наприкінці XIX ст. Мебльовані кімнати були одним із найпоширеніших типів невеликих засобів розміщення, розташованих у будинках житлового типу, що за помірну ціну надавали

послуги, які за рівнем якості не поступались першокласним готелям. Ці заклади розташовувались у всіх районах міст, найчастіше у найбільш людних. Мебльовані кімнати були оптимальними у співвідношенні ціна – якість для осіб, які зупинялись у містах на тривалий термін, окрім проживання тут надавались послуги «самовара і прислуги» [2, С. 45]. На Галичині значного поширення у той самий час набули пансіонати, які також представляли собою мебльовані кімнати, створені на зразок західноєвропейських і розраховані на тривале перебування гостей. Пансіонати були меншими за розмірами щодо готелів, характеризувались сімейним затишком, надавались окремо кімнати для сну, а їдальня і салон були спільними [2, С. 48].

Перші малі готелі вже у незалежній Україні з'явилися приблизно в середині 90-х рр. минулого століття там, де виникали проблеми з місцями для відпочинку – в курортних зонах Криму та Карпат, на узбережжі Чорного і Азовського морів. У великих містах вони маскувалися під апартаменти і мебльовані квартири. Вони займали невелику долю ринку і більша частина такого бізнесу перебувала «в тіні» [1; 6]. На сьогоднішній день законодавством України не встановлено такого поняття як «малий засіб розміщення». Відсутнє воно і у Національному стандарті України *ДСТУ 4527: 2006* «Послуги туристичні. Засоби розміщення. Терміни та визначення».

Всесвітня туристична організація ООН (UNWTO) рекомендує вважати малим готелем підприємство з номерним фондом в 30 номерів. На практиці малими готелями можуть вважатися і готелі з номерним фондом до 150 одиниць (наприклад, в США). У кожній країні ці цифри відрізняються. Європейський малий готель має, як правило, не більше 50 номерів, приблизно до такого поділу схиляються й вітчизняні готельєри [3]. В Україні такий вид МЗР як міні-готель має від 5 до 20 номерів, а малі готелі з більш розвиненою інфраструктурою – від 20 до 50 номерів [1].

Зазвичай МЗР відносять у більшості випадків до готелів економ-класу, адже ця характеристика закладена у самій назві: «малий/міні» розуміється людьми як щось маленьке, те що не має повного набору певних якостей. Тож, по ідеї, у такому готелі має чогось не вистачати. Але, чи відповідає це твердження сучасному стану МЗР?

Сучасні малі готелі розташовані зазвичай в історичному центрі міст через що й користуються великою популярністю у багатьох туристів не залежно від їх мети візиту. Але існують дуже вибагливі гості, які вимагають особливої атмосфери. Хоч таких й небагато, але попит існує, тому створюються МЗР з вишуканими інтер'єрами, великою кількістю додаткових послуг тощо. Це все є ознаками готелів класу «люкс», однак, через малу або, навіть, дуже малу кількість номерів, через проблеми із кваліфікованим персоналом, малі та міні-готелі не відносять офіційно до цього типу. Проте у світі все ж таки існують невеликі готелі класу «люкс», які об'єднані в Асоціацію розкішних міні-готелів світу (Small Luxury Hotels of the World), яка була заснована ще у 1991 р. [15]. 2012 р. для

даного професійного об'єднання став найуспішнішим періодом за всю історію організації. У минулому році мандрівники забронювали в готелях Асоціації SLH на 10% більше номерів в порівнянні з позаминулим роком. Всього в готелях мережі SLH в 2012 р. було заброньовано 341 тис. готельних номерів. Прибуток від продажів номерів в міні-готелях об'єднання збільшився на 9% і склав близько 119 млн. дол. США . У минулому році мережа Small Luxury Hotels of the World поповнилася 63-ма новими готельними об'єктами. До асоціації приєдналися 13 нових готелів Америки, 17 готелів з держав Азіатсько-Тихоокеанського регіону і Австралії і 33 готелі з країн Африки, Європи та Близького Сходу. У 2012 р. в мережу увійшли нові готелі Гавайських островів, Китаю, Японії, Нікарагуа, Галапагоських островів та Ізраїлю. Зараз портфель асоціації Small Luxury Hotels of the World налічує близько 520-ти готелів, які розташовуються на території різних держав світу [13]. Єдиний у на всьому пострадянському просторі міні-готель, який з 2008 р. входить в Асоціацію Small Luxury Hotels of The World, - Alexander House Boutique Hotel (або просто «Александр Хаус»), який знаходиться у м. Санкт-Петербург, Росія [7; 15]. В Україні, на жаль, поки що готелів такого рангу немає.

В Україні також існують свої об’єднання таких засобів розміщення. Як вже зазначалося вище, в Україні немає жодної згадки в офіційних документах щодо регулювання діяльності МЗР. Це й не дивно, адже відсутнє саме поняття «малий засіб розміщення». Тож, логічним є те, що такі засоби розміщення об’єднуються в асоціації і намагаються самостійно регулювати діяльність у своїй ніші. Також існування таких об’єднань може посприяти тому, що такий засіб розміщення як міні-готель або малий готель помітили й затвердили на загальнодержавному рівні. Тож, в Україні існує дві асоціації малих закладів розміщення: Асоціація малих готелів та апартаментів України та Асоціація малих готелів Криму.

Асоціація малих готелів та апартаментів України була заснована у грудні 2006 р. Асоціація малих готелів та апартаментів України створена з ініціативи власників і директорів малих готелів України. Станом на квітень 2013 р. Дійсними Членами даної Асоціації є близько 90 закладів розміщення: АР Крим (48), м. Київ та Київська область (19), Вінницька область (1), Волинська область (1), Кіровоградська область (1), Львівська область (9), Полтавська область (3), Чернігівська область (1), Харківська область (1), Хмельницька область (1), Закарпатська область (1), Черкаська область (1) [4].

Громадська організація «Асоціація малих готелів Криму» (АМОК) була створена у 2010 р. Членами Асоціації є фізичні особи-власники засобів розміщення приватного сектора Криму (міні-готелі, приватні пансіонати, гостьові будинки, вілли, котеджі, приватні домоволодіння та ін.). Станом на квітень 2013 р. членами АМОК були 63 малі засоби розміщення АР Крим [5]. В Україні сегмент малих готелів займає близько 30% готельного ринку країни. За даними Асоціації малих готелів та апартаментів, в 2006 р. в нашій країні було зареєстровано 1200 малих

готелів, у 2008 р. їх було вже 2144, що в сукупності давало 43 тис. номерів. Сьогодні їх кількість наближається до 4 тис., проте точну кількість не назве ніхто – левова частка цього ринку знаходиться «в тіні», багато власників готелів не вважають за потрібне реєструватися як суб'єктів господарювання і платити податки [3]. Вони не мають не те що власного сайту у мережі Інтернет або сторінку у соціальній мережі, але й не зазначені у жодному з Інтернет-каталогів, що досить ускладнює пошук та підрахунок закладів розміщення такого типу. В наш час малі заклади розміщення вже впевнено закріпились на українському ринку. І як було зазначено вище, даний ринок сьогодні досить швидко розвивається [6]. Це вже не просто мебльовані квартири або апартаменти, як то було спочатку. З'являються і перші мережі МЗР (наприклад, мережа міні-готелів «Рандеву» у Києві або мережа еко-садиб «Родинне гніздо» у Вінницькій області).

У наш час можна виділити декілька видів сучасних МЗР: окремі квартири, квартири-студії, апартаменти; приватні будинки і агросадиби; заміські готельно-ресторанні комплекси; дешеві молодіжні готелі (хостели); міні-кемпінги, міні-бази відпочинку; приватні пансіонати, вілли, котеджі, гостьові будинки розраховані в основному на сімейних туристів; міні-готелі бізнес класу та преміум сегменту; іміджеві готелі, де основний акцент робиться на стильне оформлення і особливу атмосферу закладу та ін. [1]. У той самий час готельєри Санкт-Петербургу - міста, де особливою популярністю користуються малі засоби розміщення, надають перевагу іншому розподілу МЗР:

1) вид власності – вони можуть належати приватній особі, державі, компанії або структурі;
2) вид послуг – від мінімальної кількості послуг без щоденного прибирання, до надання приватних гольф-клубів, конференц-залів і прислуги;
3) туристична привабливість – розташування готелю, близькість до пам'яток і центру міста, станцій метро, ресторанів і т.д.
4) додаткова діяльність – суміщення готелю та іншої діяльності (яскравий приклад – готель-казино «MGM Grand» у Лас-Вегасі) [10].

Особливої уваги варта класифікація Асоціації малих готелів та апартаментів України (АМГАУ) , яка була створена у 2009 р. [1; 4]. Від діючої державної системи присвоєння «зірок» система «Золотий ключ» відрізняється своєю виразною направленістю саме на малі готелі і апартаменти, які мають свою специфіку діяльності у порівнянні з іншими готельними «форматами». Малі готелі та апартаменти класифікуються за п'ятьма категоріями, які символізуються одним, двома, трьома, чотирма та п'ятьма «ключами» [9]:

- ТУРИСТ (найнижча) – позначається одним ключем;
- ЕКОНОМ – двома ключами;
- СТАНДАРТ – трьома ключами;
- КОМФОРТ – чотирма ключами;

- ЛЮКС – п’ятьма ключами.

Знак системи «Золотий ключ» включає композицію із символічного зображення у квадраті білого кольору латинських літер «Н» та «А» синім кольором, на фоні яких зображений ключ жовтого кольору .

АМГАУ прийняті наступні типи малих готелів та апартаментів за розміром номерного фонду:

- «А» – Апартаменти/ Гостьовий будинок (до 6 номерів або 9 місць);
- «Н» – Малий готель (7-100 номерів).

У наші дні найбільша кількість міні-готелів все ще розташована на території АР Крим, у Закарпатській, Запорізькій (узбережжя Азовського моря), Одеській та Львівській областях, у м. Києві [1]. Це, звичайно ж, пояснюється туристичною та рекреаційною привабливістю даних регіонів.

Все частіше власники сучасних МЗР, щоб привернути увагу більшого кола гостей, створюють неповторний інтер’єр на певну тематику у своєму готелі (садибі, гостьовому будинку тощо). Однак, багато бізнесменів, які вирішили створити невеликий готель, хочуть обов'язково зробити з нього готель бізнес-класу з VIP-апартаментами і необхідними атрибутами, в той час як в Україні відчувається брак готелів саме економ-класу. Номери за 600-800 грн./доба - це все-таки дуже великі витрати для іноземних туристів, вже не говорячи про вітчизняних, які планували провести в місті не більше трьох днів, і вже тим більше вони невигідні невеликим групам туристів, які приїхали з діловими цілями на один-два тижні. З іншого боку, готелів категорії 1-2 «зірки» через відсутність конкуренції недооцінюють потребу своїх клієнтів у високому рівні обслуговування, і, як правило, його не розвивають належним чином [3].

У галузі зеленого, або екологічного, туризму об'єкти розміщення прийнято називати садибами. Хоча, по суті, садиба - це той же самий міні-готель. За даними Спілки сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні, його регіональні представництва просувають близько 100 садиб [12]. І це тільки офіційна кількість. У гонитві за клієнтом, власники туристичних садиб активно розвивають супутні послуги, створюють карти привабливої місцевості, займаються розвитком маршрутів, формуванням історичної легенди і пошуком народних промислів на території району. Туристів приваблюють велосипедними, водними маршрутами, а також ловом риби, збиранням грибів та степових трав, вивченням історії краю, його флори і фауни тощо. Однак, про вже існуючі й про ті, які тільки виходять на ринок, садиби (які теж можна віднести до малих готелів) не знає навіть «свій» споживач, не те що іноземний [3].

Але скільки б перепон не стояло на шляху створення малого засобу розміщення будь-якого типу, все рівно все більше інвесторів обирає саме такий вид капіталовкладення через ряд переваг: власники міні-готелів працюють по спрощеній системі оподаткування; рівень завантаженості МЗР є досить високими у порівнянні із звичайними готелями (можлива іноді й 100% заповнюваність); за оцінками експертів стартовий капітал, необхідний для відкриття міні-готелю середнього класу на 20 номерів

складає від 350 до 500 тис. дол. в залежності від місця розташування та виду нерухомості, який при цьому використовується; строки окупності проекту 4-5 років; можливість отримувати стабільний дохід, займаючись цікавою діяльністю.

Використані джерела:
1. *Малиновська О.Ю. Міні-готелі в Україні // Географія та туризм. Наук. зб. К.: Альтерпрес, 2012. – Вип. 23. – 278 с. – С. 155-161.*
2. *Мальська М.П., Пандяк І.Г. Готельний бізнес: теорія і практика. Підручнпк. 2-вид. перероб. та доп. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – 472 с.*
3. *Самойлова В. Малый отель: перспективно, но проблематично. – Украинский туризм. – 2010. - №4. – С. 70-73*
4. *Асоціація малих готелів та апартаментів України [Електронний ресурс]. – Доступний з http://www.smallhotels.com.ua/onasrus/*
5. *Ассоциация малых отелей Крыма // [Електронний ресурс]. - Доступний з http://minihotels-crimea.com/association*
6. *Гергуль А.И. Рынок малых отелей и апартаментов // [Електронний ресурс]. – Доступний з http://smallhotels.com.ua/links/gergul_article1/*
7. *Домашний очаг: в чем секрет успешных семейных отелей // [Електронний ресурс]. – Доступний з http://www.forbes.ru/svoi-biznes/startapy/236438-domashnii-ochag-v-chem-sekret-uspeshnyh-semeinyh-otelei?page=0,0*
8. *Зеленова Т. Малый отель // [Електронний ресурс]. – Доступний з http://www.stroyplan.ru/artcls.php?showitem=1355*
9. *Класифікація малих готелів та апартаментів маркетингової мережі «Золотий ключ» // [Електронний ресурс]. – Доступний з http://www.smallhotels.com.ua/i/standart_Golden_Key_ukr.pdf*
10. *Классификация мини-отелей. Преимущества мини-отелей // [Електронний ресурс]. – Доступний з http://www.bolshoy19.ru/super.php*
11. *Мини-отели во всем мире // [Електронний ресурс]. – Доступний з http://www.krupskiy.ru/useful/article-139.html*
12. *Програма екологічного маркування „Зелена садиба” // [Електронний ресурс]. – Доступний з http://www.greentour.com.ua/ukrainian/green/rules/*
13. *Профессиональная ассоциация мини-отелей SLH подвела итоги 2012 года // [Електронний ресурс]. – Доступний з http://www.prohotel.ru/news-205267/0/*
14. *Ryokan Styles // [Електронний ресурс]. – Доступний з http://www.japaneseguesthouses.com/about/ryokan/styles.htm*
15. *Small Luxury Hotels of the World // [Електронний ресурс]. – Доступний з http://www.slh.com/*

УДК 380.8

Удовиченко В.В., Погоріла Ю.Ю.

ПИТАННЯ КЛАСИФІКАЦІЇ ТУРИСТИЧНИХ ФОРМАЛЬНОСТЕЙ У КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ ТА ФОРМУВАННЯ ТУРИСТИЧНИХ ВІДНОСИН

У даній статті подано класифікацію туристичних формальностей, їх зміст та охарактеризовано сутність окремих видів, а також особливості розвитку та формування туристичних відносин. Сформульовано значення туристичних формальностей; визначено важливість дотримання останніх. Обґрунтовано необхідність чіткого розподілу туристичних формальностей за окремими видами та групами, їх одночасного дотримання.

Ключові слова: туристичні формальності, візовий режим, медико-санітарні формальності, поліцейські формальності, митний контроль, страхування та безпека в туризмі, перетин державного кордону.

В данной статье представлено классификацию туристических формальностей, содержание их понятия и охарактеризовано сущность отдельных видов, а также особенности развития и формирования туристических отношений. Сформулировано значение туристических формальностей; определено важность исполнения последних. Аргументировано необходимость четкого распределения туристических формальностей по отдельным видам и группам, их одновременной реализации.

Ключевые слова: туристические формальности, визовый режим, медико-санитарные формальности, полицейские формальности, таможенный контроль, страхование и безопасность в туризме, пересечение государственной границы.

The classification of tourist ceremonial functions, their definition and the matter of individual kinds are characterized in this article. Importance of tourist ceremonial functions is formulated; significance of their implementation is defined. Necessity of their legible distribution on different types and groups, their simultaneous fulfillment are formulated.

Key words: tourist ceremonial functions, visa regime, health ceremonial functions, police functions, customs supervision, insurance and safety in tourism, crossing of frontier.

Постановка проблеми: З наукової точки зору, питання дослідження туристичних формальностей мають певні суперечності, оскільки деякі дослідники виділяють, наприклад, санітарно-епідеміологічні формальності та окремо медичні формальності. Невелика кількість науковців об’єднують паспортні, поліцейські та візові формальності в один тип під назвою «правила візового контролю», інша частина, значно більша, розділяють їх на окремі види. Між згаданими видами звичайно наявно багато спільних рис, але у той же час є й значні відмінності.

Актуальність дослідження: Питання вивчення туристичних формальностей стали актуальними вже з того часу, як відбулося виокремлення кордонів держав. Звичайно люди мають право на вільне пересування, але навіть за таких умов вони повинні дотримуватись визначених правил. Саме такими і є туристичні формальності, які запроваджуються уповноваженими органами окремих країн. Кожен з видів туристичних формальностей переслідує одні й ті ж цілі у загальному розумінні, але досягаються вони шляхом застосування набору специфічних для кожної країни правил перетину державних кордонів, інколи навіть кордонів певних регіонів в середині країни, термінів перебування на території країни різних категорій населення, набором можливих для ввезення предметів та багато ін.

Аналіз досліджень і публікацій: До складу авторів, які присвятили свої роботи аналізу різних аспектів класифікації туристичних формальностей, відносяться Марінін М.М., Миронов Ю.Б., Попова Л.І., Бгатов А.П. У той же час, потребує подальшого обґрунтування система критеріїв класифікації туристичних формальностей, оскільки єдності в цьому питанні, як і при здійсненні інших класифікацій, досі немає.

Мета дослідження: обґрунтувати важливість виділення окремих видів туристичних формальностей, визначити головні риси, які впливають на формування видів туристичних формальностей, а також запропонувати власний варіант класифікації туристичних формальностей у контексті розвитку та формування туристичних відносин.

Виклад основного матеріалу. Нагадаємо, що під туристичним формальностями розуміють процедури, пов'язані з перевіркою дотримання особами, які перетинають державний кордон, встановлених для цього умов і вимог [4]. Можна виділити наступні групи туристичних формальностей: візові, митні формальності та валютний контроль, паспортні формальності, поліцейські, медико-санітарні, безпека в туризмі і страхові формальності (рис. 1). Розглянемо та обґрунтуємо кожен вид туристичних формальностей.

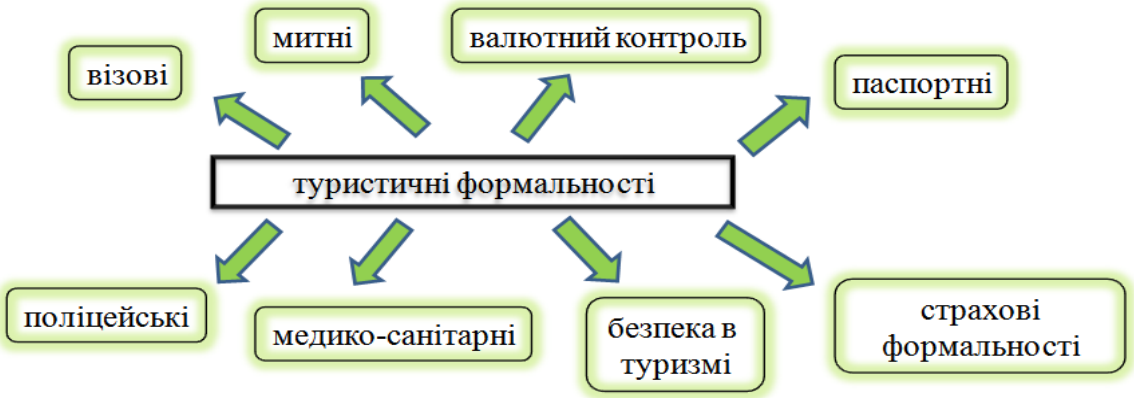


Рис. 1. Групи туристичних формальностей

Так, *візові формальності* передбачають, що для в'їзду до іншої держави й тимчасового проживання на її території туристу, як правило, потрібна віза.

Віза (від лат.*visum* – проглянуте) – дозвіл конкретній особі на в'їзд до іншої країни, виїзд за межі держави, транзитний перетин території.

Віза може бути видана на одноразовий в'їзд до країни у визначений період часу на певний термін, а також на так званий мультив'їзд**.** На підставі мультивізи можна перетинати державний кордон кілька разів за визначений період часу (протягом трьох, шести місяців чи року), або у конкретно визначену дату.

За призначенням візи можуть бути таких видів (рис. 2):

- туристична (без права займатися оплачуваною діяльністю в країні призначення);
- гостьова (із правом працевлаштування);
- службова (ділова, приватна);
- імміграційна (для отримання постійного місця проживання).

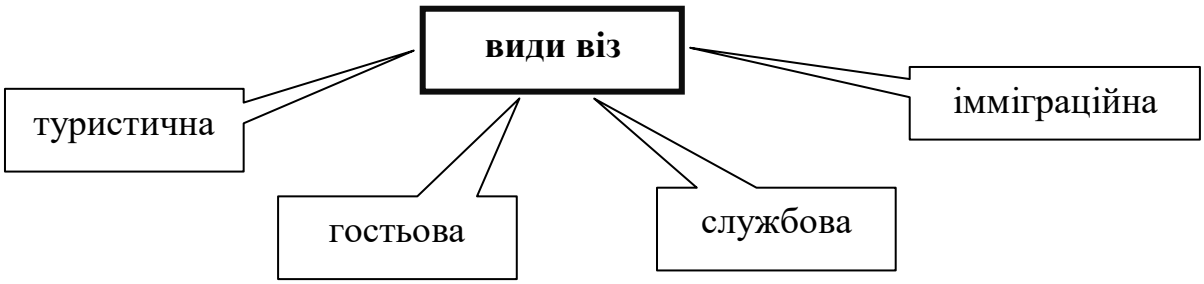


Рис. 2. Класифікація віз за їх призначенням

У багатьох країнах існує власна класифікація віз. Так, види віз в Україні та підстави для їх оформлення можна представити у вигляді таблиці (таблиця 1). Отже, у відповідності до поданих даних можна зазначити, що в Україні існують такі види віз: приватна, ділова, туристична, віза для представників гуманітарних місій, віза для представників рятувальних служб, студентська віза, віза для працівників засобів масової інформації, для представників релігійних місій, види та підвиди транзитних віз, а також імміграційних віз та віза для обслуговуючого персоналу транспортних засобів міжнародного сполучення.

У світі існує також особливий вид візи – *поліцейська віза*. Такий вид візи одержують особи, які потрапили до країни внаслідок впливу різних форс-мажорних обставин, терористичних актів, викрадення літаків, стихійних лих, небезпечної для життя та здоров'я хвороби, аварій транспортних засобів тощо.

Туристична віза надає право власнику паспорта на тимчасовий в'їзд до країни відвідування з метою туризму і відпочинку. Вона є основним документом, необхідним для відвідування іншої держави, і підтверджує, що паспорт туриста був зареєстрований у консульській установі держави, яку він планує відвідати. Видають туристичні візи консульські відділи посольств іноземних держав чи генеральні консульства у регіонах. Для одержання візи за допомогою турфірм необхідно подати наступні документи: анкети встановленого зразка (для різних країн вони можуть відрізнятись), паспорт, візову підтримку, тобто запрошення від приймаючої сторони, фотографії й сплатити консульський збір. У деяких посольствах для отримання візи потрібно додатково представити страховий поліс, авіаквиток, а іноді й заставну суму з умовою повернення застави після повернення туриста з турпоїздки (якщо консульство має підозри щодо наміру туриста залишитися в країні після закінчення терміну візи).

Таблиця 1

Види віз в Україні та підстави для їх оформлення

Скорочене умовне позначення	*Назва візи*	*Підстави для оформлення*
П-1	приватна віза	запрошення встановленого зразка, належним чином оформлене органами МВС, або запрошення лікувального закладу в Україні та інші документи, що підтверджують приватний характер поїздки
П-2	приватна віза	особиста заява, результати співбесіди з працівником дипломатичного представництва чи консульської установи України, на якого покладено обов'язки прийняття рішення стосовно

		оформлення візи; документи, що підтверджують українське походження іноземця або особи без громадянства (згідно з постановою Кабінету Міністрів України від 09.08.01 №.1003 візи особам українського походження оформлюються на термін до п'яти років)
Б	ділова віза	запрошення встановленого зразка, належним чином оформлене органами МВС
Т	туристична віза	документи, що підтверджують туристичний характер поїздки
Г	віза для представників гуманітарних місій	підтвердження Комісії Кабінету Міністрів України з питань координації, приймання, транспортування, охорони та розподілу гуманітарної допомоги, що надходить з іноземних держав
Л	віза для працівників рятувальних служб	підтвердження, видане МНС
О	студентська віза	запрошення встановленого зразка на навчання, видане Міністерством освіти
М	віза для працівників засобів масової інформації	розпорядження МЗС України щодо оформлення візи
Р	віза для представників релігійних місій	запрошення релігійної організації, затвердженої Держкомрелігії
ТР-1	транзитна віза	наявність документа, що підтверджує транзитний характер поїздки, віза третьої країни, проїзний квиток тощо
ТР-2	транзитна віза	документи, що підтверджують транзитний характер перевезень вантажним автотранспортом і пасажирським автобусним транспортом через територію України
Ім-1	імміграційна віза	дозвіл на роботу, оформлений Мінпраці
Ім-2	імміграційна віза	дозвіл місцевого органу виконавчої влади на постійне проживання в Україні
Ім-3	імміграційна віза	дозвіл МЗС щодо оформлення візи членам родин осіб, яким надано статус біженця в Україні
ОП	віза для обслуговуючого персоналу транспортних засобів міжнародного сполучення	ліцензія на здійснення міжнародних перевезень, видана відповідним компетентним органом держави перебування

Підставами для відмови у наданні візи можуть бути неправильно оформлені документи (відсутнє підтвердження бронювання готелю, неправильно написане прізвище туриста; термін дії паспорта туриста закінчується раніше, ніж через три місяці після повернення тощо), або сумніви, які виникають у працівників посольства щодо особистості заявника та намірів перебування в країні (можлива приналежність заявника

до терористичних чи екстремістських організацій; нелегальні доходи при купівлі дорогих турів; судимість; намір мігрувати до країни під виглядом туриста; намір молодих дівчат заробляти проституцією за кордоном тощо).

В той же час, наявність візи в паспорті не дає повної гарантії того, що закордонна поїздка обов'язково відбудеться. Остаточне рішення про в'їзд до тієї чи іншої держави ухвалюють відповідні імміграційні (прикордонні, поліцейські та ін.) служби безпосередньо на кордоні держави. Подібна практика часто має місце на кордонах мусульманських країн, хоча останніми роками вона дедалі частіше застосовується і на кордонах європейських держав, оскільки є вимогою керівництва Євросоюзу.

Усе більше європейських держав вимагають від іноземних туристів, які в'їжджають на їх територію, пред'явлення при перетині державного кордону, крім візи, ваучера і квитка, грошових засобів, достатніх для цивілізованої поїздки (в середньому з розрахунку 50 дол. США (чи 40 євро) на один день перебування в країні). З метою підтвердження платоспроможності, іноземець при в'їзді до країни може пред'явити необхідну суму, кредитну картку, дорожні чеки або туристичний ваучер, який гарантує туристу повний пансіон. Окремим видом туристичної візи є *Шенгенська віза.* Туристична поїздка декількома європейськими країнами може здійснюватися за умови оформлення лише однієї візи такого зразку. Згідно угоди семи європейських країн, підписаної у Шенгені (Люксембург), яка набула чинності 26 березня 1995 р., віза на в'їзд до однієї з країн Шенгенської угоди надає право туристу вільно пересуватися територіями інших держав.

Документи для одержання шенгенської візи розглядаються переважно протягом 10 днів. Перелік таких документів може змінюватися залежно від країни в'їзду. До нього, як правило, входить стандартний набір документів. При цьому у консульстві звертають увагу на спеціальність, стаж роботи, заробітну плату, наявність родини і дітей, точність поданих відомостей, наявність службових телефонів.

Проблеми з відкриттям візи можуть виникнути у вихідців із країн Північного Кавказу, а також у тих, хто одержує невелику заробітну плату, молодих незаміжніх жінок, молодих програмістів (вони найчастіше зважуються на нелегальну міграцію). Досвід показує, що проблем із отриманням шенгенської візи не буває у туристів, які працюють у відомих фірмах, мають значний прибуток і неодноразово були за кордоном.

У Страсбурзі створений єдиний комп'ютерний банк даних з обліку і контролю іноземців, які в'їжджають на «шенгенську територію». У ньому містяться відомості про «небажаних осіб», які порушили паспортні й візові формальності, режим перебування у країні, вчинили протиправні дії тощо, на підставі яких відповідні особи можуть бути позбавлені права на в'їзд до Шенгену терміном на 10 років. Транзитний проїзд без візи дозволяється туристам, які здійснюють безпересадковий переліт повітряним транспортом через територію країни.

Іншим типом туристичних формальностей є *митні формальності і валютний контроль.* Вони здійснюються при перетині державного кордону і передбачають заповнення митної декларації встановленої форми для кожної особи, яка досягла 16-літнього віку. Митна декларація застосовується при митному контролі за товарами і предметами, що належать фізичним особам. Турист зобов'язаний відповісти на всі запитання митної декларації точно і без виправлень, оскільки спотворення інформації передбачає відповідальність згідно із законодавством відповідної країни.

До такої декларації заносяться відомості про туриста, країну прибуття і країну приїзду, мету поїздки, особистий багаж, наявність валюти, предметів старовини і мистецтва, виробів із дорогоцінних металів та дорогоцінних каменів, диких і домашніх тварин. Вказуються відомості про заборонені для перевезення речі: зброю, боєприпаси, наркотики, вибухові речовини, радіоактивні матеріали, високочастотні радіоелектронні пристрої. До виїзної декларації бажано також внести інформацію про нову дорогу кіноапаратуру, біноклі, фотоапарати, відеокамери. Митна декларація зберігається під час усього періоду тимчасового виїзду чи в'їзду і при поверненні пред'являється митним органам. Після завершення контролю співробітник митниці засвідчує декларацію печаткою і залишає її у архівних документах митниці з терміном зберігання, визначеним місцевим законодавством.

При здійсненні митного контролю митні органи можуть застосовувати спрощений пільговий порядок проходження туристів т.зв. двома коридорами: «зеленим» і «червоним». «Червоний» коридор використовується для декларування товарів у письмовій формі, «зелений» – в усній. Застосування двох коридорів (каналів) забезпечує прискорення руху пасажиропотоку через державний кордон, збільшення пропускної здатності пунктів пропуску, спрощує роботу митних органів. Безпосередньо перед двоканальною системою митного контролю створюється інформаційна зона (стенди, щити, табло, буклети), призначена для того, щоб туристи могли зробити свідомий вибір форми декларування товарів і використання відповідного коридору.

При перетині кордонів усі особи однаково відповідальні за сплату мита, податків на додаткову вартість і акцизів, митних зборів. Предмети особистого споживання, які туристи переміщують через кордон, практично в усіх державах звільнені від митних платежів, якщо їх кількість не перевищує визначені межі. Призначення ввезених товарів зумовлюється врахуванням таких факторів:

- характеру товарів (їх споживчих властивостей, традиційної практики застосування); наприклад, при ввезенні-вивезенні товарів, які звичайно не використовуються у побуті (промислове устаткування, вантажні автомобілі), потрібно довести, що вони необхідні для особистого використання;

- частоти переміщення товарів: якщо турист періодично ввозить/вивозить однорідні товари, він повинен довести, що робить це не з комерційною метою;
- обставин поїздки (мета поїздки, тривалість, країна перебування, сума ввезеної чи вивезеної валюти).

Якщо ввезені товари не відповідають переліченим вимогам, туристу доведеться сплатити митні платежі й збори в розмірах, визначених їхньою митною вартістю та кодом товару. Якщо ввезений товар має вартість більшу, ніж зазначені безмитні норми, то турист також зобов'язаний сплатити відповідні митні платежі.

Паспортні формальності. Паспорт є офіційним документом, який засвідчує особу громадянина під час виїзду за межі країни, перебування за її межами та в'їзду до країни-резиденції. Відповідно до чинного законодавства і конституційних гарантій на право вільного переміщення громадян, паспорт надає право на вільний виїзд за межі країни і повинен зберігатися у його власника, за винятком випадків, передбачених законодавством країни. Так, Римська конференція з міжнародних подорожей і туризму (1963) рекомендувала урядам країн узгодити універсальні вимоги до паспортних формальностей, зокрема, привести закордонні паспорти всіх держав у відповідність до стандартів ІКАО, що уможливить їх перевірку за допомогою комп'ютерних систем.

Крім звичайних закордонних паспортів тієї чи іншої держави, під час міжнародних поїздок з метою туризму можуть використовуватися міжнародні студентські картки – ISC (посвідчення особи), а в окремих випадках (не по лінії туризму) – інші документи, зокрема:

- паспорт (посвідчення особи) іноземця чи особи без громадянства, який видається іноземному громадянину, що постійно проживає у державі;
- дипломатичні, консульські, службові паспорти;
- сімейні паспорти на чоловіка і дружину (з дітьми чи без дітей);
- паспорт (посвідчення особи) дитини;
- паспорт моряка;
- інші спеціальні документи.

Діти, як правило, виїжджають на відпочинок у супроводі хоча б одного з батьків, вихователів чи опікунів. Якщо неповнолітня особа виїжджає до іншої держави з одним із батьків, останній повинен мати при собі, окрім паспорта, нотаріально посвідчену згоду іншого з батьків на її виїзд із зазначенням країни і терміну виїзду. Якщо дитина виїжджає без супроводу батьків, вона повинна мати, крім паспорта, нотаріально посвідчену згоду обох батьків. Якщо ж батьки розлучені, згода другого з них не потрібна, але при цьому необхідно подати копію свідоцтва про розлучення. Якщо ж один із батьків заявить про свою незгоду на виїзд неповнолітньої дитини у туристичну подорож за кордон, питання про можливість її виїзду вирішується у судовому порядку.

Укладаючи договір з туристом, численні турфірми включають пункт, який передбачає, що остання не несе відповідальності за правильність

оформлення закордонного паспорта клієнта. Відповідальність зазвичай покладається на самого туриста. Водночас, приймаючи документи від клієнта, туристична фірма зобов'язана звернути увагу на туристичні формальності: перевірити зовнішній вигляд і зміст паспорта туриста, дату закінчення терміну його чинності, переконатися у наявності підпису в паспорті його власника. Якщо ж до паспорту внесені відомості про дітей, необхідно також перевірити наявність вклеєної в паспорт фотографії дитини. Паспорт туриста повинен бути чинним на дату повернення до країни із закордонної поїздки та не повинен мати технічних дефектів (пошкоджених сторінок, відклеєної фотографії, нечіткої печатки тощо). Якщо турист не пройшов паспортного контролю через наявність перелічених недоліків, туристична фірма відповідальності за можливі наслідки не несе. Посвідчення ISC визнаються у 90 країнах і використовуються, в тому числі, в якості своєрідної перепустки до студентських містечок. На їх підставі можна одержати місце (номер) у молодіжному готелі, пільгові квитки до музеїв, театрів та на виставки, пільги на прокат спортивного інвентарю. Мінімальний розмір знижки за такими посвідченнями становить 5%, максимальний – 100%. Знижки від 10 до 50% власники карток зазвичай одержують при купівлі квитків на літак, потяг, автобус. Деякі бари, кафе, клуби також надають знижки власникам карток (при вході до цих закладів, як правило, розміщено логотип ISC).

Із 1997 р. картки ISC видають на підставі учнівського чи студентського квитка, аспірантського чи викладацького посвідчення школярам віком 12-18 років, студентам, аспірантам та викладачам.

Поліцейські формальності. Під поліцейськими формальностями розуміють процедури, пов'язані із перевіркою дотримання громадянами, які перетинають державний кордон при в'їзді та виїзді з країни, паспортно-візового режиму, з'ясуванням мети прибуття до країни, місцезнаходження й термінів перебування.

Здійснення прикордонного контролю покладено на прикордонні служби, розміщені, як правило, у міжнародних аеропортах, морських та річкових вокзалах, на шляхах міжнародного залізничного й автомобільного сполучення.

У багатьох країнах при проходженні на кордоні паспортного контролю необхідно заповнювати спеціальні картки прибуття. Дуже часто такі картки видаються ще на борту літака або у потязі безпосередньо перед в'їздом до країни. У таких картках турист вказує своє прізвище та ім'я, місце народження (країну), професію, мету поїздки й адресу постійного місця проживання (населений пункт чи країну). Це робиться з метою контролю за в'їздом-виїздом громадян, у тому числі іноземців (нерезидентів), а також отримання інформації для туристичної статистики.

Підставою для пропуску через державний кордон туристів, транспортних засобів, вантажів, товарів і тварин є наявність документів на право виїзду чи в'їзду (паспортів, віз та ін.). Не підлягають пропуску через

державний кордон іноземні громадяни, яким, відповідно до законодавства країни, не дозволений в'їзд чи заборонений виїзд із неї.

Пропуск туристів, їхніх транспортних засобів, товарів і вантажів через державний кордон регулюється законодавством країни-в'їзду. Прикордонний контроль включає перевірку підстав для пропуску через кордон, виявлення і затримку порушників правил перетину кордону, вантажів, товарів і тварин, ввезення чи вивезення яких заборонено законодавством країни, а також порушників митного, міграційного, санітарно-карантинного, ветеринарного, транспортного та іншого видів контролю.

Туристи чи транспортні засоби, які перетинають державний кордон із порушенням встановлених законом правил, визнаються порушниками державного кордону.

Договором між двома і більше сусідніми державами може бути встановлений спрощений порядок пропуску туристів та інших осіб через державний кордон. Позитивний приклад вирішення цієї проблеми подає Європейський Союз.

Поліцейські формальності, пов'язані із процедурою контролю за дотриманням правил і термінів перебування іноземних туристів у державі та виїзду з неї, у численних країнах виконує спеціально створена *туристична поліція***.** Її функції передбачають перевірку наявності у туристичних фірм ліцензій, приймання скарг від туристів, організацію роботи ліній зв'язку термінової допомоги, боротьбу із ввезенням наркотиків і проституцією, охорону пам'ятників та об'єктів туризму. Поселяючись у готелі, кожен іноземний громадянин заповнює спеціальну форму – *картку прибуття*, в якій вказуються паспортні дані: прізвище, ім'я, по-батькові, дата народження, громадянство, мета приїзду, термін перебування, адреса постійного місця проживання та ін. Як правило, у цій же формі наводяться основні правила проживання і режим роботи готелю, включаючи правила пожежної безпеки. Підпис туриста є свідченням того, що він ознайомлений із правилами, цінами на проживання й обслуговування. Відомості з картки прибуття заносяться до журналу реєстрації клієнтів готелю. Журнал та картки прибуття контролюються поліцейськими, міграційними й іншими службами держави.

За порушення правил перебування у країні туристична поліція карає штрафами, ув'язненням чи достроковим виселенням з країни.

Медико-санітарні формальності є одними із найважливіших у практиці міжнародного туризму, оскільки їх дотримання під час здійснення туристичної подорожі безпосередньо пов'язане із безпекою життя та здоров'я туриста. Основними документами, які регулюють медико-санітарні формальності світового туризму, є міжнародні медико-санітарні правила ВООЗ та рекомендації Всесвітньої Туристичної Організації щодо їх дотримання та умов виконання.

У 1995 р. на 10 асамблеї ВТО було заявлено, що Всесвітня Туристична Організація буде домагатися підтримки заходів, які

стосуються охорони здоров'я туристів, безпеки туристичних подорожей, санітарно-епідеміологічного контролю за харчовими продуктами.

Ще у 1951 р. почали діяти правила ВООЗ, яка також розробила і затвердила Вимоги до свідоцтва про щеплення при подорожі за кордон, які є практичною інструкцією для туристичних організацій та самих туристів. Кожного року ВООЗ випускає «Епідеміологічний вісник», у якому подаються рекомендації щодо запобігання можливості розповсюдження небезпечних інфекційних хвороб, у тому числі за посередництва туризму. У відповідності із робочими угодами, укладеними між ВТО та ВООЗ, інформація про медико-санітарні формальності, пов'язані із проходженням санітарного контролю, публікується у щорічному інформаційному бюлетені «Міжнародний туризм – прикордонні формальності». У цьому бюлетені зазначається також перелік країн, для в'їзду на територію яких потрібна вакцинація, підтверджена сертифікатами встановленого міжнародного зразка.

У кожній країні існують визначені медико-санітарні правила, які мають на меті запобігти небезпеці інфікування під час здійснення подорожі людей штамами небезпечних мікроорганізмів.

Туристична фірма повинна також знайомити туристів із медико-санітарними правилами, що допомагають уникнути ураження небезпечними інфекційними хворобами під час туристичних подорожей. Так, санітарно-епідеміологічні правила передбачають:

- забезпечення туристів питною водою та напоями лише гарантованої якості; при цьому особлива обережність необхідна при споживанні напоїв із льодом, який може бути виробленим із неякісної води;
- харчування лише продуктами промислової обробки з непростроченим терміном споживання; при цьому страви мають бути термічно обробленими, а харчі не сирими; також слід відмовитися від вживання несертифікованої їжі, що продається «на вулиці»;
- проживання у готелях із необхідним комунальним обладнанням, водопостачанням, каналізацією та оптимальним санітарним режимом;
- суворе дотримання правил особистої гігієни: миття рук, фруктів та овочів перед споживанням, користування лише особистими засобами гігієни, посудом тощо;
- особливу обережність під час купання у водоймах; зазначається, що краще купатися у басейнах, ніж у неперевірених природних водоймах, належна якість води у яких не може бути гарантована.

Дотримання цих правил допоможе туристам уникнути появи та розвитку небезпечних захворювань й сприятиме запобіганню їх ввезенню до своєї країни.

Безпека у туризмі та страхові формальності. Перебуваючи у незнайомому середовищі, яке відрізняється від місця постійного проживання, турист знаходиться під постійним ризиком. Саме тому важливою складовою туристської подорожі є страхування.

Страхування – це вид цивільно-правових відносин щодо захисту громадян та юридичних осіб у разі настання певних подій (страхових випадків), визначених договором страхування або чинним законодавством, шляхом використання грошових фондів, що формуються за рахунок сплати громадянами та юридичними особами страхових платежів.

Особливості страхування у туризмі стосуються безпосередньо страхування подорожуючих. Застосовуються такі види страхування, як:

- медичне,
- від нещасних випадків,
- майнове,
- на випадок затримки транспорту,
- у разі витрат, пов'язаних із неможливістю здійснити поїздку та інші.

Одним із основних видів страхування у туризмі є медичне, яке в основному покриває всі витрати на медичні послуги, послуги стаціонарного лікування, перевезення машиною швидкої допомоги, придбання ліків, догляд за хворим, а у випадку смерті за кордоном – транспортування тіла померлого на Батьківщину.

Не менш важливим є страхування туристів за кордоном від нещасних випадків. Страховим випадком визнають смерть застрахованого, яка настала внаслідок нещасного випадку, що відбувся із застрахованим під час терміну дії договору страхування; а також інвалідність або ж часткова втрата працездатності, отримана в результаті нещасного випадку, який відбувся під час дії договору страхування.

Інформація про умови обов'язкового страхування повинна бути донесена до туриста до моменту укладання договору про туристичне обслуговування. Обов'язкове (медичне або від нещасних випадків) страхування здійснюється один раз на весь термін туристської подорожі.

На вимогу туриста турагент або туроператор забезпечує страхування й інших видів ризиків, пов'язаних із подорожжю. Так, за бажанням туриста із ним може бути укладено угоду про страхування для покриття витрат, пов'язаних із анулюванням договору на туристичне обслуговування з ініціативи туриста, або про страхування на покриття витрат, пов'язаних із передчасним поверненням до місця постійного проживання з ряду причин. Компенсація будь-якої передбаченої законом шкоди проводиться у визначеному порядку.

Суб'єкт туристичної діяльності, який надає туристичні послуги, зобов'язаний забезпечити страхування туристів та осіб, які їх супроводжують. Для цього договір страхування зі страховою компанією можуть укласти як самі туристи, так і суб'єкт туристичної діяльності, наприклад, агент страхової компанії.

Особливим видом страхування є *асистанс*, який забезпечує туристів або спеціалістів, відряджених за кордон, допомогою на місці у технічній (ремонт автомобіля), грошовій або іншій формі. Об'єктом страхування відповідальності власників автотранспорту є їхня громадянська відповідальність за можливе спричинення шкоди під час ДТП. Завдані

матеріальні збитки та інші витрати, пов'язані із нанесенням тілесних пошкоджень потерпілим громадянам, підлягають відшкодуванню страховою компанією. У міжнародній страховій діяльності страхування відповідальності власників автотранспорту відоме під назвою *«зелена картка»*. «Зелена картка» – це система міжнародних угод про обов'язкове страхування громадянської відповідальності автовласника. Свою назву вона отримала за кольором і формою страхового полісу. Система «зелена картка» була створена у 1949 р. та гарантує вільне пересування автотранспорту у межах 32 держав. Міра відповідальності у зв'язку із заподіяною шкодою регулюється, як правило, законом про обов'язкове страхування громадянської відповідальності автовласників, діючим у даній країні.

Висновки. Отже, за результатами аналізу головних аспектів туристичних формальностей можна стверджувати, що головними видами їх є візові, митні формальності та валютний контроль, паспортні формальності, поліцейські, медико-санітарні, безпека в туризмі й страхові формальності. Зокрема прихильниками застосування такого поділу є Марінін М.М. та Миронов Ю.Б., які виділяють також в якості окремих типів візові та поліцейські формальності. Деякі міжнародні організації дають настанови, щодо впровадження туристичних формальностей, зокрема тих, які не є обов'язковими, або є частково обов'язковими для виконання. До таких можна віднести медико-санітарні формальності. Так, частина медико-санітарних настанов, яка стосується щеплень проти хвороб, що характерних для окремих регіонів, не може бути обов'язковою для виконання. Держава не може нав'язати людині щеплення; таке рішення турист ухвалює самостійно, а міжнародні організації з цією метою лише займаються видавництвом регулярних вісників та листівок, мета яких полягає у поширенні інформації про епідемії та інфекції, що побутують в окремих регіонах світу.

Таким чином, не дотримання туристичних формальностей знижує шанси туриста потратити до країни-слідування, а ретельне їх виконання дає змогу забезпечити безпеку як туристів, так і резидентів.

Наявність чіткої класифікації туристичних формальностей важливе ще й тому, що це значно спрощує процес їх освоєння та дотримання.

Використані джерела:

1. Бгатов А.П. Туристские формальности. Учебное пособие для вузов. / А.П. Бгатов, Т.В. Бойко, М.В. Зубарева. – М.: Академия, 2004. – 304с.

2. Маринин М.Н. Туристические формальности и безопасность в туризме. – М.: Изд-во Финансы и статистика, 2002. – 174 с.

3. Попова Л.И. Туристические формальности. – Тюмень: Изд-во Тюменского гос. ун-та, 2010. – 212 с.

4. Удовиченко В.В., Погоріла Ю.Ю. Правове регулювання туристичних формальностей: питання міжнародного співробітництва // Географія та туризм: Наук. зб. /Ред кол.: Я.Б.Олійник (відп. ред.) та ін. – К.: Альтерпрес, 2012. – Вип. 23. – С. 37-42.

УДК 338.48

Парфіненко А.Ю.

ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ФОРМУВАННЯ ТА РЕАЛІЗАЦІЇ ТУРИСТИЧНОЇ ПОЛІТИКИ ДЕРЖАВИ

У статті досліджено сутність поняття «туристична політика держави». Проаналізовано суб'єктно-об'єктне поле туристичної політики, рівні її формування. Висвітлено цільові установки та методи реалізації туристичної політики. Робиться висновок про необхідність розглядати туристичну політику не тільки як суто галузевий інтерес, а й як механізм розв'язання соціально-економічних проблем.

В статье исследована сущность понятия «туристическая политика государства». Проанализированы субъектно-объектное поле туристической политики, уровни ее формирования. Освещены целевые установки и методы реализации туристической политики. Делается вывод о необходимости рассматривать туристическую политику не только как сугубо отраслевой интерес, но и как механизм решения социально-экономических проблем.

The essence of the concept «tourism policy of the state» has been examined in this article. The subjective and objective field of tourism policy with the levels of its formation have been analyzed. The goals and implementation methods of tourism policy have been highlighted. The author makes a conclusion about the necessity to regard the tourism policy not only as the field's interest but as the mechanism for settling social and economic issues.

Постановка проблеми. Україна щороку чимраз активніше заявляє про себе як про туристичну державу. Це виявляється як у збільшенні кількості іноземців, які відвідують Україну, так і у бурхливому розвитку туристичної інфраструктури, зокрема, засобів розміщення, пересування, шляхів сполучення, об'єктів харчування, рекреаційного, спортивно-оздоровчого, розважального, дозвілевого та іншого призначення.

Одне з найважливіших досягнень останніх років – поступова зміна ставлення до туризму з боку держави та суспільства. Туризм, зрештою, перестав ототожнюватися лише зі сферою відпочинку і розваг, фізичного виховання та політико-ідеологічного впливу. Прийшло усвідомлення того, що туризм – це чинник створення робочих місць, зростання рівня життя населення, поповнення державного та місцевого бюджетів, розвитку соціальної та виробничої інфраструктури, активізації культури та народних промислів тощо. Яскравим свідченням зростання соціально-економічного ваги туризму є активізація суспільного сектору в розвитку туристичного бізнесу, в також розвиток спеціалізованої освіти та помітний сплеск наукових досліджень сфери туризму.

Інтенсифікація розвитку туризму, передусім зростання його ролі в економічному житті країни, є властивим не тільки для України. В умовах глобалізації світової економіки, стрімкого розвитку ринку послуг, міжнародних комунікацій, туризм перетворився на поширену практику лобіювання економічних, інвестиційних, культурних, політичних та інших інтересів держави, став ефективним чинником товаризації рекреаційних ресурсів території. Сьогодні сфера туризму забезпечує 1 трлн. $

експортних надходжень. У понад 40 країн світу туристична індустрія виступає основним джерелом надходжень до національного бюджету.

Високі темпи розвитку ринку туристичних послуг, помітне збільшення ролі туризму в житті суспільства супроводжуються неабияким загостренням конкуренції в галузі. В таких умовах виникає об'єктивна необхідність цілеспрямованого впливу на процеси розвитку туристичної сфери, що втілюється в особливій соціально-економічній політиці держави, яку варто визначити як «туристична політика». Від її ефективності залежить перетворення туризму на дієвий чинник соціально-економічного розвитку, просування національної культури та формування привабливості країни. Зважаючи на це, дослідження сутності туристичної політики держави, визначення методів її реалізації, основних тенденції та пріоритетів розвитку на внутрішньому та міжнародному ринках, оцінка ефективності є актуальним науково-практичним завданням.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Загальні проблеми організації та розвитку туристичної сфери України неодноразово висвітлювалися у працях вітчизняних науковців. Серед найбільш авторитетних дослідників варто назвати праці Антонюк Н., Борущак М., Голікова А., Євдокименка В., Любіцевої О., Мальської М., Писаревського І., Смірнова І., Сокол Т., Ткаченко Т., Школи І., Федорченка В. та ін. Значний науковий доробок становлять праці, присвячені проблемам державного управління туристичною галуззю. Це публікації Біль М., Бирковича В., Козловського Є., Музиченко-Козловської О., Панченко С., Мігущенко Ю. та ін.

На цьому тлі значно менше уваги приділено висвітленню особливостей здійснення туристичною політики України. Так, окремі аспекти реалізації туристичної політки держави аналізуються у працях Василихи Н. [4], Друк В. [9], Іляшенко А. [11], Килина О. [13], Михайліченко Г. [15] та ін. І все ж чимало проблем організації дієвої туристичної політики не знайшли відображення в наукових працях. Це стосується суб'єктно-об'єктної основи туристичної політки, виявлення сучасних тенденцій формування її інституційного та правового забезпечення, поглиблення уявлення про можливості державно-приватного партнерства в цій сфері, визначення ефективності туристичної політики, її впливу на туристичний процес та ін.

Метою пропонованої публікації є розкриття теоретичних основ формування та реалізації туристичної політики держави, зокрема, з'ясування сутності поняття «туристична політика держави», суб'єктно-об'єктного поля туристичної політики, рівнів її формування, цільових установок та методів реалізації, визначення ефективності туристичної політики.

Виклад основного матеріалу. Аналіз відповідної наукової літератури засвідчує, що туристична політика формується і реалізується здебільшого центральними органами державної влади, які формують загальні (інституційні, правові, економічні) умови розвитку туристичної діяльності

в країні. Відповідно, доречно вести мову саме про державну туристичну політику. Нині вона виступає складовою частиною зовнішньої та внутрішньої політики держави, поряд з економічною, соціальною, культурною та іншими напрямками державної політики.

В документах ЮНВТО безпосередньо вказуються на необхідності участі держави у формуванні і реалізації туристичної політики. Зокрема, в Хартії туризму, прийнятою Генеральною асамблеєю Всесвітньої туристичної організації (далі ЮНВТО) у 1985 р., відзначається, що «держави мають розробляти і проводити політику, спрямовану на забезпечення гармонійного розвитку внутрішнього і міжнародного туризму [20]. Характерно, що міжнародне співтовариство закликає національні уряди розглядати туристичну політику не тільки як галузевий інтерес, а й як важливий інструмент для розробки ключових стратегій, пов'язаних із занятістю, регіональним розвитком, скороченням бідності, конкурентоспроможністю та сталістю [18, с. 3].

Варто зауважити, що держава є основним, але не єдиним суб'єктом реалізації туристичної політики. Остання здійснюється також органами місцевого самоврядування, громадськими і професійними організаціями, підприємницькими структурами. Втім, саме держава відіграє ключову роль у визначенні основних пріоритетів та створенні рамкових умов розвитку туристичної сфери країни.

У науковій літературі можна зустріти чимало визначень туристичної політики держави (окремі з них представлено у табл. 1.1). Попри їхню очевидну схожість, між ними існують окремі відмінності, що пов'язані з різним розумінням суб'єктів, об'єктів та цільових установок державної туристичної політики.

Таблиця 1

Базові визначення туристичної політики держави

Автор	*Визначення*
Герасименко В. Г. [7, с. 39].	Система методів, впливів і заходів соціально-економічного, правового, зовнішньополітичного, культурного й іншого характеру, яка здійснюється парламентами, урядами, державними і приватними організаціями, асоціаціями і закладами, що відповідають за туристичну діяльність, з метою регулювання і координації туристичної галузі, створення умов для розвитку туризму
Горбылева З. М. [8, с. 24].	Туристична політика – це система норм, правил та заходів, які застосовуються парламентами, урядами, державними та приватними організаціями, асоціаціями і закладами, що відповідають за туристичну діяльність, з метою її регулювання та координації, створення сприятливих умов для її розвитку.
Квартальнов В.А. [12, с. 217]	Туристська політика держави – це сукупність форм, методів і напрямків впливу держави на функціонування сфери туризму для досягнення конкретних цілей збереження і розвитку соціально-економічного комплексу. Туристська політика держави ґрунтується на стратегії і тактиці.

Любіцева О.О. [14, с. 63]	Державна туристична політика є комплексом заходів правового, економічного і організаційного порядку, підкріплена відповідними управлінськими інститутами, діяльність яких пронизує всі управлінські рівні і спрямована на узгодження державних, бізнесових і місцевих інтересів на ринках туристичних послуг різного порядку.
Михайліченко Г.І. [15, с. 45].	Державна туристична політика – система методів і заходів економічного, політичного, соціального, правового, культурного характеру, що здійснюється як державними, так і недержавними органами, відповідальними за туристичну діяльність.
Решетников Д.Г. [16, с. 86].	Туристська політика – цілеспрямована діяльність державних, суспільних і приватних структур з розробки і реалізації методів, механізмів та інструментів впливу правового, економічного, соціального та іншого характеру з метою забезпечення сталого ефективного розвитку туристського комплексу, задоволення внутрішнього та зовнішнього попиту на туристські послуги і товари при раціональному використанні наявного туристського потенціалу.
Севастьянова С.А. [17, с. 40].	Національна туристична політика являє собою сукупність державних дій та заходів, що визначають створення рамкових умов для розвитку туристичної індустрії, раціональне використання туристичних ресурсів, підвищення економічної ефективності досліджуваної галузі.

Визначення суб’єктів туристичної політики не викликає особливих протиречень. Як відзначалося вище за текстом, це органи державної влади, які відповідальні за формування та реалізацію державної політики в сфері туризму, а також недержавні органи, відповідальні за туристичну діяльність. Зокрема, в Законі України «Про туризм» прямо вказується на те, що визначення основних напрямів державної політики в галузі туризму належить до виключних повноважень Верховної Ради. Відповідно, державне управління та забезпечення реалізації державної політики в галузі туризму належить до компетенції Кабінету Міністрів, центрального органу виконавчої влади в галузі туризму, місцевих державних адміністрацій, виконавчих органів місцевого самоврядування в галузі туризму.

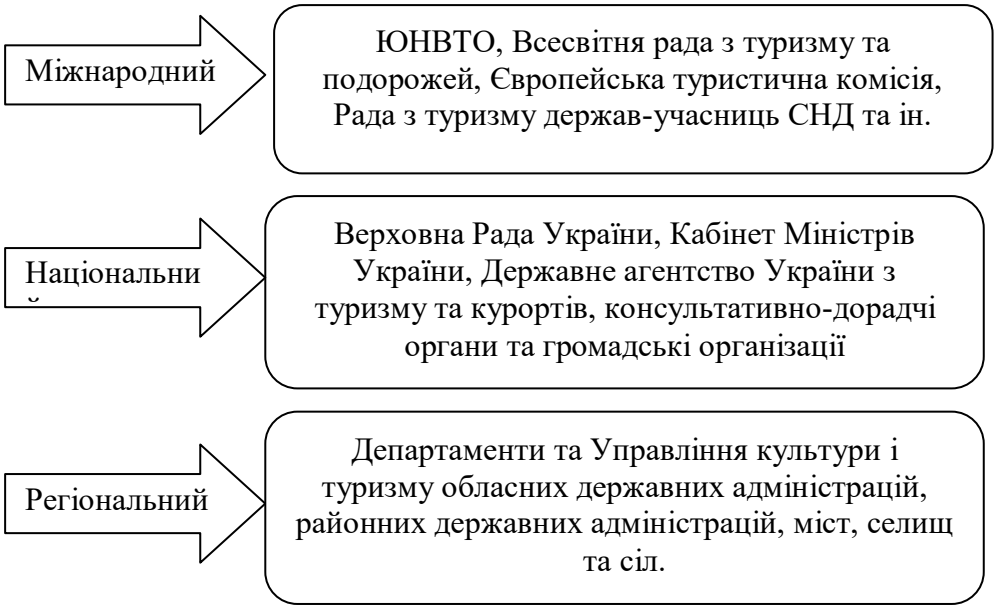


Рис. 1. Рівні формування та реалізації туристичної політики держави

Значно складнішим є проблема визначення об’єктного поля державної туристичної політики, яке не може бути обмежене лише туристичною галуззю. Тобто підприємствами, які створюють і реалізують турпродкут (туроператори та турагенти), підприємствами сфери гостинності та транспортних послуг. Як відомо, об’єктом будь-якого управління є те, на що спрямована управлінська дія суб’єкта управління. Зважаючи на це, об’єктом туристичної політики держави виступає увесь спектр соціально-економічних процесів, що стосуються туристичного комплексу країни. Так, туристична політика може бути спрямована як на розвиток окремих регіонів, видів туризму, туристичні ресурси і об’єкти (процеси їх використання та інформаційного представлення), так і на туристичні потреби населення.

Вибір об’єкту туристичної політики та її цільових установок значною мрію залежить від рівнів її реалізації. В цьому сенсі туристична політика реалізується в діапазоні від міжнародного і національного до регіонального і мікролокального. Кожен із зазначених рівнів фокусується на різній мірі деталізації цільових установок, враховує специфіку кожного з рівнів. В ідеалі процес реалізації туристичної політики має розвиватися від загального до часткового, так щоби загальні рівні забезпечували певні дороговкази для напрацювання часткових рішень і заходів.

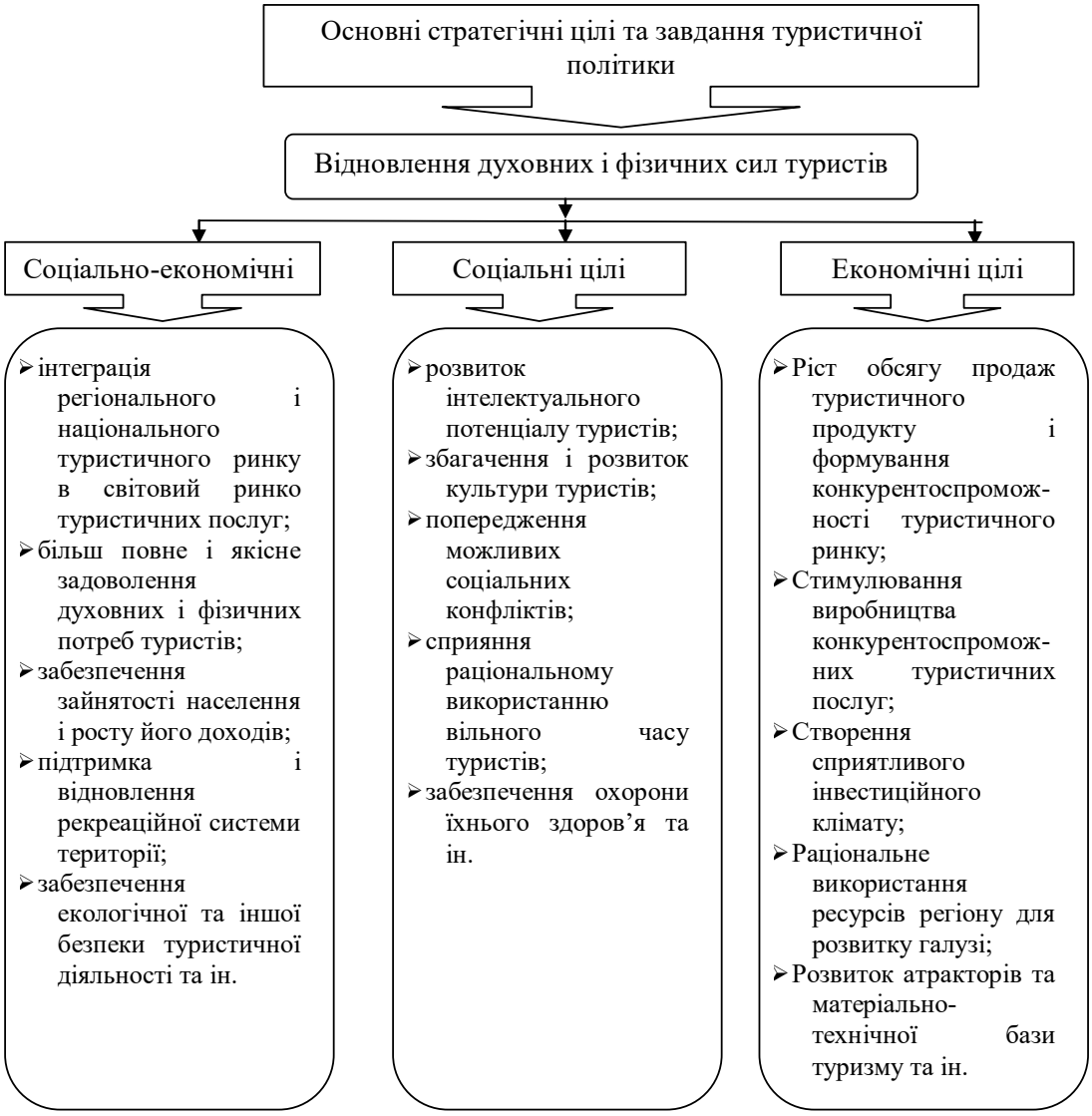


Рис. 2. Цільова структура туристичної політики

На міжнародному рівні туристична політика формується міжнародними організаціями в сфері туризму, такими як ЮНВТО, Об'єднана федерація асоціацій туристичних агентств, Міжнародна асоціація готелів і ресторанів, Всесвітня рада з туризму і подорожей, Міжнародна асоціація повітряного транспорту та ін. Так, в центрі уваги ЮНВТО, як головної міжнародної організації в сфері туризму, є забезпечення сталого розвитку туризму з метою економічного, соціального та культурного розвитку людства, подолання бідності та забезпечення миру. ЮНВТО формулює загальні принципи розвитку міжнародного туризму, опікується проблемами міжнародного співробітництва в галузі туризму, формування його правової бази, забезпечення доступності і безпеки подорожей, екологічної безпеки, уніфікації якості туристичних послуг тощо.

В центрі національної туристичної політики має бути опрацювання принципів, створення рамкових умов та визначення стратегічних орієнтирів розвитку туристичної сфери. Туристична політика держави

знаходить своє втілення в концепціях і цільових програмах розвитку туризму, визначенні шляхів їх реалізації. Вона має створювати підґрунтя для здійснення регіональної туристичної політики.

Регіональна туристична політика спирається на національну туристичну політику і знаходить своє відображення в регіональних програмах розвитку туризму, які створюються з урахуванням специфічних умов і завдань розвитку конкретних територій.

Цільові установки державної туристичної політики значною мірою пов'язані з географічними, економічними та соціальними умовами розвитку країни, а також зі ступенем розвитку сфери туризму. Водночас, слід враховувати, що система туризму має свою загальну стратегічну мету – це відновлення і розвиток духовних і фізичних сил туристів. У свою чергу вона складається з окремих підцілей різного функціонального спрямування – соціально-економічних, соціальних і економічних [18, с. 41]. Оскільки туристична політика являє собою насамперед, як відзначалося вище, політику органів державної влади, то вона є складовою загальної державної політики. Отже вона має бути системно пов'язана з державною економічною, соціальною, гуманітарною, екологічною, аграрною, науково-технічною та ін. політикою держави. Також вона пов'язана з політикою пасажирських перевезень, рівнем міжнародного співробітництва та спрощенням візових формальностей, пов'язаних з в'їздом в Україну. З огляду на вищесказане, можна стверджувати, що одне з найважливіших завдань управління державною туристичною політикою полягає можливості пов'язати та узгодити стратегічні цілі та завдання розвитку туристичної сфери зі стратегічними цілями та завданнями інших напрямків державної політики.

Державна туристична політика реалізується через систему державного управління, застосовуючи різні методи та інструменти впливу. В найбільш загальному вигляді можна виокремити три групи методів, які відрізняються за засобами впливу: 1. адміністративно-правові; 2. фінансово-економічні; 3. соціально-психологічні.

Адміністративно-правові методи: нормативно-правове регулювання, стандартизація, сертифікація, ліцензування, контроль за охороною навколишнього природного середовища та історико-культурної спадщини, митне регулювання, міжрегіональне і міжнародне співробітництво [2, с. 6].

Фінансово-економічні методи державного регулювання є найбільш поширеними. Їх застосування спонукає суб'єктів ринку, з одного боку, діяти в необхідному для суспільства напрямку, з другого – дає можливість суб'єктам ринку зберегти право на вільний вибір своєї поведінки. Основу фінансово-економічних методів державного регулювання сферою туризму становлять фінансово-кредитне, інвестиційне, податкове, митне регулювання, бюджетне фінансування, валютне, цінове регулювання, державні замовлення та закупівлі [2, 3].

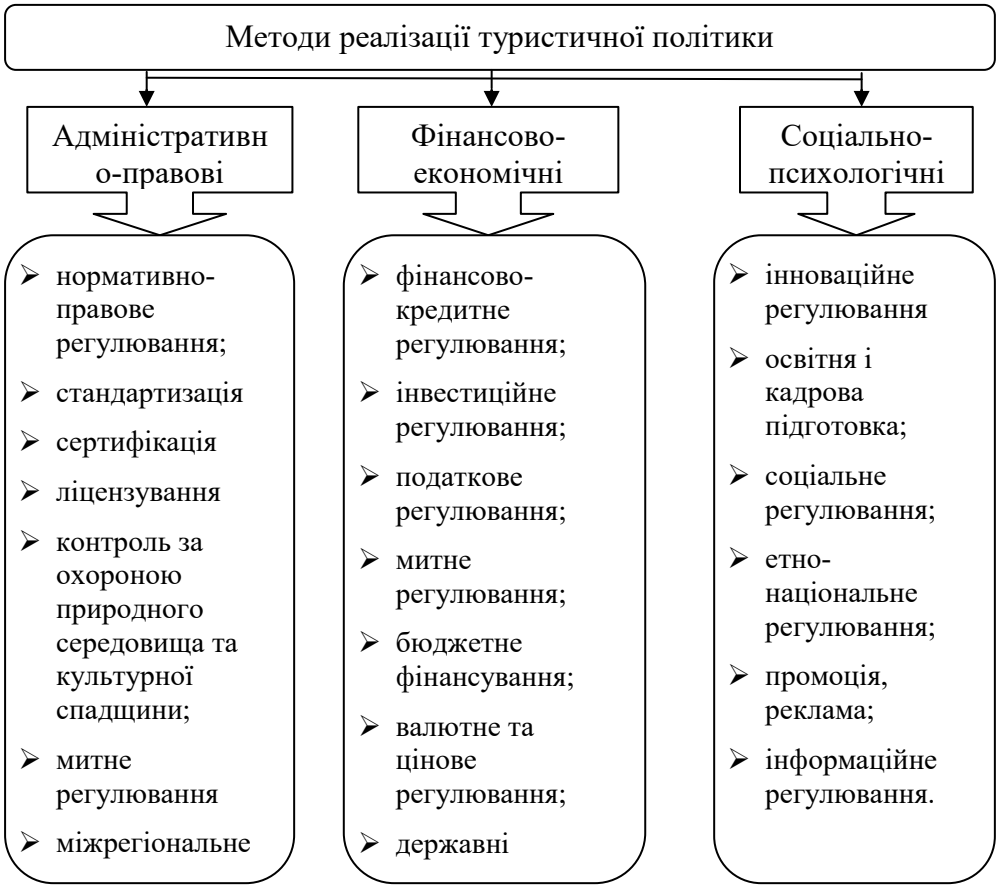


Рис. 3. Узагальнена схема методів та інструментів реалізації туристичної політики держави

Соціально-психологічні методи – інноваційне регулювання, освітня і кадрова підготовка, соціальне, етнонаціональне регулювання, промоція, інформаційне регулювання. Ця група методів заслуговує на особливу увагу, оскільки стимулює безпосереднє споживання туристичного продукту.

Ефективність туристичної політики, справедливо зазначає О. О. Любіцева, відображається в «характері туристичного процесу і позначається місцем, яке займає в ньому національний туристичний ринок, та прибутковістю індустрії туризму, її прямим та опосередкованим внеском в національну економіку» [14, с. 63].

Що стосується безпосередніх індикаторів визначення ефективності туристичної політики, то тут варто скористатися відомим у професійному середовищі рейтингом конкурентоспроможності країн у сфері туризму і подорожей, який щороку оприлюднюється експертами Всесвітнього економічного форуму [21]. Зазначений індекс складається із трьох субіндексів: нормативно-правова база у сфері туризму; туристичне бізнес-середовище та інфраструктура; людські, культурні та природні ресурси кожної країни у сфері туризму. Вони містять 14 груп показників, які об’єднують 73 індикатори. Варто підкреслити, що індекс не є рейтингом прибутковості сфери туризму. Передусім він є оцінкою тих чинників і

заходів, які застосовуються урядом для підвищення привабливості туристичної галузі [21; 10, с. 408].

У даному випадку на першочергову увагу заслуговують такі групи показників рейтингу як: а) державна політика і регулювання у сфері туризму та б) пріоритетність розвитку туристичної сфери для уряду. Перша група показників визначає ступінь сприяння політичного середовища розвитку туристичного сектора в країні. Індикаторами даної групи є: надання переваг зарубіжним власникам; застереження прав власників; вплив бізнесу на нормативну базу для інвестування; необхідність віз і складність їх одержання; відкритість країни для двосторонніх угод про повітряне сполучення; прозорість державної політики у сфері туризму; час та витрати для відкриття бізнесу. Індикаторами другої групи показників є: визнання урядом пріоритетності розвитку туристичної індустрії; бюджетні витрати на туризм; ефективність маркетингу країни; участь у міжнародних туристичних виставках.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Туристична політика держави є складною системою методів і заходів впливу держави на розвиток туристичної сфери, що спирається на адміністративно-правові, фінансово-економічні та соціально-психологічні методи впливу і реалізується через відповідні державні та недержавні інститути. Туристична політика будь-якої країни зумовлена її внутрішніми і зовнішніми специфічними умовами і є складовою частиною загальної політики держави. Водночас, вона ґрунтується на загальноприйнятих імперативах пріоритетного розвитку в'їзного, соціального і самодіяльного туризму на основі сталого розвитку, який передбачає забезпечення збереження, відтворення та відновлення туристичних ресурсів. В сучасних соціально-економічних системах туристична політика держави має бути спрямована не тільки на розвиток туристичного ринку, а й на створення на цій основі умов для розвитку людського капіталу, забезпечення зайнятості населення, росту його доходів, формування національної та регіональної конкурентоспроможності.

Перспективи подальших досліджень пов'язані з опрацюванням основних принців, пріоритетів та механізмів розвитку туристичної сфери України. У тому числі з обґрунтуванням умов та напрямків ефективної співпраці органів державної влади, місцевого самоврядування та приватного сектора щодо розвитку туризму та використання об'єктів туристичної інфраструктури.

Використані джерела:

1. *Закон України про внесення змін до Закону України «Про туризм» // Відомості Верховної Ради України. – 2004. – № 13. – Ст. 180.*
2. *Бедрак Н. О. Адміністративно-правове регулювання туристичною галуззю: автореф. дис. ... канд. юрид. наук / Н.О. Бедрак ; . – К.: Київ. нац. ун-т внутр. справ, 2010. – 16 с.*
3. *Біль М. М. Механізм державного управління туристичною галуззю (регіональний аспект): автореф. дис. ... канд. наук з держ. упр. / М.М. Біль. – Л.: Львів. регіон. ін-т держ. упр. Нац. акад. держ. упр. при Президентові України, 2010. – 19 с.;*
4. *Біль М. Механізм державного управління туристичною галуззю в Україні / М. Біль // Державне управління та місцеве самоврядування: Збірник наукових праць Дніпропетровського регіонального*

інституту державного управління Національної академії державного управління при Президентові України / За ред. С.М. Серьогіна. – 2009. – №3 [Електронне видання] – Режим доступу до журн.: http://www.nbuv.gov.ua/Portal/Soc_Gum/Dums/2009_3/09bmmtgu.pdf.

5. Вишневська О. О. Туристичне країнознавство: підруч. для студ. ВНЗ / Вишневська О.О. Парфіненко А. Ю., Сідоров В.І. – Х.: ХНУ імені В. Н. Каразіна. – 756 с.

6. Василиха Н.В. Регіональна політика як чинник ефективного розвитку ринку туристичних послуг / Василиха Н.В. // Вісник Сумського національного аграрного університету. Серія «Економіка і менеджмент». – 2011. – Вип. 3. – С. 31-35.

7. Герасименко В. Г. Основы туристского бизнеса / Герасименко В. Г. Одесса: Черноморье, 1997. – 160 с.

8. Горбылева З. М. Экономика туризма: Учеб.-практ. пособие / З.М. Горбылева. – Минск: БГЭУ, 2007. – 167 с.

9. Друк В.В. Розвиток гірського туризму як складова державної туристичної політики України // http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/Dums/2012_1/12dvvtpu.pdf.

10. Заячковська Г. Індекс конкурентоспроможності України у сфері подорожей і туризму / Заячковська Г. // Економічний аналіз. – 2010. – Вип. 7. – С. 407-410.

11. Іляшенко А. Х. Державна політика у сфері туристичних послуг / А. Х. Іляшенко // Держава та регіони. Сер. Економіка та підприємництво). – 2010. – № 2. – С. 93–100.

12. Квартальнов В. А. Туризм: Учебник / Квартальнов В. А. – М.: Финансы и статистика. – 320 с.

13. Килин О. В. Державне регулювання туристичної політики / Килин О. В. // Науковий вісник Національного лісотехнічного університету України. – 2011. – Вип. 21.15. – С. 199-203.

14. Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти) / Любіцева О. О. – 3-є вид., переробл. доп. – К.: Альтерпрес, 2005. – 436 с.

15. Михайліченко Г.І. Вектори сучасних трансформацій системи державного регулювання інноваційного розвитку туризму / Михайліченко Г.І. // Інноваційна економіка. – 2012. - №7. – С. 39-45.

16. Решетников Д. Г. Приоритетные направления туристской политики по оптимизации факторов конкурентоспособности туристского комплекса Беларуси / Д.Г. Решетников // Белорус. журн. междунар. права и междунар. отношений. – 2003. – № 1. – С. 86–94.

17. Севастьянова С.А. Региональное планирование развития туризма и гостиничного хозяйства: Учеб. пособие / Севастьянова С.А. – М.: КноРус, 2007. – 256 с.

18. Сеть распространения знаний ЮНВТО: концепции и членство // http://know.unwto.org/sites/all/files/docpdf/conceptsandmembershipprussian.pdf.

19. Туристичний імідж регіону: Монографія / За ред. Парфіненко А. Ю. – Х.: ХНУ імені В. Н. Каразіна. – 315 с.

20. Хартия туризма // http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/995_640.

21. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2011. – [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://www3.weforum.org/docs/WEF_TravelTourismCompetitiveness_Report_2011.pdf.

УДК 338.48:65

Заря І.В.

ТЕОРЕТИЧНІ ЗАСАДИ ЗМІНИ СУЧАСНОЇ ПАРАДИГМИ УПРАВЛІННЯ ТУРИСТИЧНИМ ПІДПРИЄМСТВОМ

Стаття присвячена вивченню процесів управління туристичних підприємством в розрізі існуючої парадигми управління та визначення напрямів переходу на нові імперативи управління сучасними туристичними компаніями для підтримання стабільності та росту їхнього підприємницького та ресурсного потенціалу.

Ключові слова: управління, парадигма менеджменту, управлінські стереотипи

Статья посвящена изучению процессов управления туристическими предприятиями в разрезе существующей парадигмы управления и определения направлений перехода на новые императивы управления современными туристическими компаниями для поддержания стабильности и роста их предпринимательского и ресурсного потенциала

Ключевые слова: управление, парадигма менеджмента, управленческие стереотипы

This article is devoted to the study of management processes tourist enterprise in terms of the existing management paradigm and identify the transition to the new imperatives of modern travel management companies to maintain the stability and growth of their business and resource potential.

Keywords: management, management paradigm, managerial stereotypes.

Постановка проблеми. В умовах загострення геополітичних, економічних, екологічних та інших процесів, що відбуваються в світі, управлінське мислення стає чи не найвагомішим ресурсом і перевагою в конкурентній боротьбі на світовій туристичній арені. Різні компанії застосовують ряд різнопланових заходів з тим, щоб залучити до роботи в своїй компанії найкваліфікованіших спеціалістів управлінської ланки. Значна увага приділяється координації процесів в таких сегментах внутрішньофірмової діяльності туристичної компанії як стратегічне планування, організаційна структура підприємства, залучення інновацій, стимулювання праці співробітників, інформаційна діяльність, діяльність з оптимізації та підвищення ефективності використання ресурсного потенціалу. Серед багатьох чинників впливу на ступінь регулювання даної ситуації управлінський імператив є чи не найважливішим з позиції визначення пріоритетів, оцінки можливостей та ресурсного потенціалу.

Об’ємність процесу управління передбачає як включення в єдине ціле всі процеси в організації, так і постійну координацію, моніторинг і контроль діяльності туристичної компанії з метою подолання перешкод, мінімізації ризиків та виходу на оптимальні темпи росту основних показників економічної діяльності.

Літературні джерела та публікації. Чисельні публікації наукової, науково-методичної та методологічної спрямованості з науки управління, які постійно друкуються в різноманітних наукових виданнях покликані не тільки досліджувати процес впровадження в світову та вітчизняну практику сучасних методів менеджменту, а також запропонувати передові, прогресивні інструменти боротьби з нестабільністю, ризиками, конфліктами і т.д. Теоретико-методологічні, економічні та управлінські аспекти впливу на туризм менеджменту знаходяться в полі зору широкого кола дослідників – І. Смирнова, О. Любіцевої, Т. Бондаренко, І. Герчикової, В. Квартальнова, И. Зорина, А. Чудновського, Т. Ткаченко, Т. Вахненко, П. Дойля, С. Чарльз Джейкобса, Дж. Баркера, І. Ансоффа, П. Кругмана, К. Омає та інших.

Метою статті є розглянути процес управління туристичним підприємством, проаналізувати позитивні та негативні прояви застарілої парадигми управління туристичною компанією в умовах загострення світової економічної кризи та визначити засади переходу на новий управлінський імператив.

Виклад основного матеріалу. Туристичний сезон в Україні у 2011 р. має позитивну динаміку і характеризується такими показниками як збільшення загальної кількості туристів, обслугованих туроператирами і

турагентствами на 17%, зростання обсягів наданих послуг в туризмі на 10% та підвищення кількості платежів до бюджету – на 14%. Динаміка соціально-економічних показників туристичної діяльності в Україні за 2007-2011 роки наведена в таблиці 1.

Таблиця 1.

Динаміка соціально-економічних показників туристичної діяльності в Україні за 2007–2011 рр.[8]

Роки	*Кількість ліцензіатів, які надавали туристичні послуги, од.*	*Кількість працівників, тис. осіб*	*Надходження до бюджету, млн. грн.*	*Обсяг наданих турпослуг, млрд. грн.*
2007	2 828	21,0	112,9	2,8
2008	3 052	21,7	131,3	3,8
2009	3 833	22,7	174	5,5
2010	4 631	23,6	208,1	8,052
2011	4 829	22,8	196,5	9,388

Як свідчать дані таблиці 1, кількість підприємств, які надають послуги в сфері туризму постійно зростає, хоча стрімкі темпи росту дещо уповільнилися у 2011 р. Дійсно, значний ріст кількості туристичних підприємств на початку кризового періоду не є релевантних ситуації в економіці країни. Але така ситуація стала можливою внаслідок перетікання капіталу зі сфер в яких почалися процеси стагнації, а це стосується більшості сфер виробництва, у сфери, де спостерігається значний потенціал для росту обсягів виробництва продукції або надання послуг. Наразі, підвищення ефективності роботи туристичних компаній потребує використання певного набору управлінських інструментів. Що стосується наявних на ринку туристичних фірм, що становлять його розвиток, то кількість ліцензованих туристичних підприємств малого та середнього бізнесу постійно зростає, хоча постійно працюють на ринку тільки 68% з них. Найкрупнішими підприємствами на ринку туристичних послуг виступають туристичні фірми «САМ», «ЯНА», «Феєрія», «Супутник» та «УкрПрофТур». Саме вони становлять більшу частку ринку туристичних послуг України. За допомогою саме цих підприємств відбувається більш 40 % туристських поїздок. Територіальна концентрація туристичних підприємств тісно кореспондується з територіальною структурою попиту на ринку туризму: максимальною ця концентрація є у Києві та в Криму, порівняно високою в Одеській, Херсонській, Волинській, Закарпатській, Тернопільській областях, і мінімальною — у Кіровоградській, Хмельницькій, Донецькій та Луганській областях. Серед туристичних організацій, які надають перевагу роботі на внутрішньому туристичному ринку та розвиткові екскурсійної діяльності в Україні, слід відзначити таких туроператорів і туристичних агенцій як «Сентоза тур», «Караван», «Експрес тур», «Ласпі», «ЯРД», «Сервіс тур», «Глобал тур», «Сам», «Вояж сервіс» та ін. Управління підприємством – це постійний і системний вплив на діяльність його структурних підрозділів для забезпечення узгодженої роботи і досягнення кінцевого позитивного результату [11,с.56].

Найважливішою проблемою управління підприємством є збереження вектору розвитку в умовах безперервної змінності зовнішнього середовища. Особливо актуальна ця проблема для України, де підприємства змушені адаптуватися до швидких і глибоких зовнішніх змін, пов'язаних з економічною нестабільністю в країні. Метою управління туристичним підприємством є забезпечення життєздатності та сталого функціонування підприємства за будь-яких економічних, політичних, соціальних та інших змін у його зовнішньому середовищі.Система управління туристичним підприємством має базуватись на виділенні орієнтованого на розвиток та стабільність контуру управління, має цільовий поступальний характер, дозволяє вчасно враховувати і реагувати на зміни у зовнішньому та внутрішньому середовищі підприємства, і тим самим забезпечити високий рівень його комплексної адаптивності до динамічних умов середовища; систематизувати вхідні і вихідні інформаційні потоки за векторами управління, оперативно використовувати отриману інформацію в системі управління туристичним підприємством. На нашу думку, факторами, які на сьогодні визначають темпи стійкого розвитку туристичного підприємства є такі:

1. Якість турпродукту – від якості туристичного продукту залежить попит на нього, прихильність споживачів, підкреслення іміджу.
2. Імідж – чим більш відомий імідж компанії, тим більша довіра споживачів до компанії, більша цінність компанії, і тим більша можливість охопити більший сегмент ринку.
3. Якість обслуговування – від якості обслуговування залежить прихильність та лояльність споживачів до вибору компанії, економія коштів і часу.
4. Оперативність виконання замовлення – багато споживачів даної продукції потребують економії часу, тому оперативність виконання замовлення є одною із найголовніших пунктів у виборі продукції.
5. Ефективність роботи персоналу – співпраця з новими клієнтами, з метою набуття статусу постійного, оскільки робота з постійними клієнтами є запорукою успіху в просуванні продукції компанії на ринок до кінцевих споживачів.
6. Наявність інвестицій для розширення ринку – можливість займати лідируючі позиції на ринку, залучення та прихильність клієнтів, розвиток виробництва нових продуктів, займання нових сегменті ринку.
7. Цінова політика – ціни встановлено для товарів, що є лідерами на ринку та належать до вищого цінового сегменту.
8. Асортимент – широкий асортимент туристичних послуг дає змогу для кожного споживача вибору саме того туру, який задовольнить його потреби та бажання. Також широкий асортимент дає можливість розширити цільову аудиторію споживачів туристичних послуг.

Влада, ініціатива та відповідальність є чи не найголовнішими інструментами, якими користуються лідери та керівники в прагненні досягти поставленої перед ними та колективом мети. Цьому сприяє

усвідомлення того факту, що в результаті отриманого провідними компаніями досвіду в сфері менеджменту туристичних підприємств, вони можуть використовувати в практиці чисельні моделі та концепції впливу на туристичний бізнес, такі як інсорсинг та аутсорсинг, життєвий цикл продукту та бізнесу, конкуренція за часом та конкурентні переваги та інші.

Дослідженнями work.ua встановлено, що 35% працівників офісів витрачають час на незаплановані перерви – від 15 до 30 хвилин на день – 20%, до 1 години на день - 27% працівників, більше 1 години – 33%.

Виходячи з вищенаведеного, головними завдання менеджменту туристичного підприємства є наступне:

1. Збереження системи керування.
2. Підвищення гнучкості і ефективності комунікацій.
3. Збереження працездатності кадрів.
4. Оптимізувати систему маркетингу на підприємстві.
5. Визначити пріоритетні напрями рекламної діяльності.
6. Встановити підвищений контроль за використанням та розподілом фінансових ресурсів.
7. Здійснювати постійний моніторинг ситуації як на ринку так і всередині організації.

Як свідчать дослідження, ранжування пріоритету цінності при виборі туристичного підприємства споживачем туристичних послуг відбувається в такій послідовності: 1) якість послуги; 2) асортимент; 3) обслуговування; 4) ціна [12,с. 741]. В компаніях, які прагнуть забезпечити високий рівень якості, маркетологи повинні вирішити два найважливіших завдання. По-перше, вони мусять брати участь в розробці стратегії, за допомогою якої компанія зможе забезпечити втілення в життя системи загального управління якістю. Маркетологи повинні стояти на варті інтересів споживача та більш наполегливо ніж інші звертати увагу керівництва на недоліки товарів та послуг. По-друге, маркетологи повинні забезпечувати не тільки технічні параметри якості товарів (послуг), але й їх маркетингову якість. Для цього їм потрібно якомога краще виконувати свої обов’язки - проводити маркетингові дослідження, навчати торговий персонал, працювати над рекламою, вирішувати питання з приводу обслуговування споживачів тощо. Наразі сьогодні ми маємо можливість переконатися в тому, що при критичному аналізі виявляться як певні диспропорції в управлінні так і очевидні недоліки, до яких, серед інших, можна віднести наступні:

- підлеглі не інформовані про справи в компанії, інформацією, як елементом влади, володіє лише керівництво компанії;
- нові ідеї, запропоновані менеджерами до впровадження зустрічають опір, або взагалі ігноруються;
- застаріла парадигма мислення;
- самостійність співробітників компанії щодо організації та планування знаходиться у критичному стані – відсутня або обмежена жорсткими межами;

- матеріальне стимулювання напряму залежить від відносин з вищим керівництвом, а не від продуктивності праці. Винагорода керівництва знаходиться у диспропорції з такою у підлеглих;
- професійне навчання доступне незначній кількості співробітників, що обумовлено відсутністю прогресивних поглядів керівництва на перспективний розвиток компанії і знижує рівень компетентності кадрового потенціалу компанії;
- процес вертикальної взаємодії співробітників з керівництвом є досить складним;
- відповідальність за виконання поставлених завдань несе лише вище керівництво.

З вищенаведеного випливає висновок, що незважаючи на досягнутий прогрес науки управління і вклад у розвиток різноманітних компаній, у тому числі і туристичних, залишається чимало питань з приводу удосконалення процесів управління компаніями. До цього слід додати негативний вплив застарілого мислення та управлінських стереотипів поведінки, які виявляються у наступному:

- зовнішня мотивація співробітника: продуктивність праці напряму залежить від величини винагороди;
- прагнення керівництва відкласти зміни у компанії на невизначений термін, що може призвести до неготовності протистояти труднощам та кризовим явищам;
- керівництво не визнає своїх помилок, що відображається на зниженні його авторитету та поваги з боку підлеглих;
- досі значною популярністю користується метод кнута і пряника, незважаючи на можливість використання низки соціально-економічних та психологічних методів;
- просування корпоративної культури залишається другорядним питанням, яке вирішиться без втручання керівництва.

Отже, в умовах переходу до постіндустріального суспільства, підхід до управлінської діяльності має бути адаптований до вимог нових економіко-соціальних процесів, що стає можливим при зміні застарілої парадигми управління на таку, яка відповідатиме рівню виконання поставлених перед керівництвом завдань. До основних елементів нової парадигми управління туристичною компанією, на наш погляд, слід віднести такі:

- активація людського фактору – адаптивний гомеостаз (потрібні люди з системними знаннями щоб правильно адаптуватися до нових умов життя);
- створення системних цінностей компанії, участь в процесі формування беруть всі співробітники, адже сьогодні менеджмент визнає лише один критерій результату діяльності – наявність клієнта, який бажає придбати послугу;
- внутрішня мотивація, як чинник приналежності працівника до кадрового потенціалу, що розкривається зацікавленістю у виконанні

поставлених завдань, що розширює горизонт розробки нових бізнес підходів та моделей управління;

- спонукання співробітників до ініціативи є важливим елементом заохочення працівників, розвитку організації та залучення інновацій в процес створення нового продукту;
- визначення кола керівників, рішення яких є цінними для організації, з тим, щоб надати їм додаткові повноваження у ключових сегментах діяльності компанії;
- корпоративна культура – розвиток нових стосунків у колективі на основі розробки єдиних правил, що базуються на принципах толерантності, креативності, адаптивності, ієрархічності;
- відповідальність – визначає свідоме ставлення до роботи і кожен співробітник несе відповідальність в межах своєї компетенції за виконання поставлених завдань;
- управлінське мислення – погляди на сферу підприємницької діяльності, розвиток компанії є однаковими як для керівництва так і для співробітників компанії, для покращення процесу комунікації та розуміння основного напряму розвитку;
- промисловий інжиніринг: комп'ютеризація та автоматизація процесів на підприємстві, забезпечення гнучкості виробничого процесу. Застосування програмного забезпечення дозволить скоротити час в десятки разів, особливо при дослідженнях, проектуванні, розробці документації, нових туристичних пакетів, а фактор випередження у часі є одним з найважливіших у конкурентній боротьбі на сучасному ринку. Автоматизація бізнес-процесів, застосування гнучких виробничих систем сприятиме підвищенню продуктивності та покращенню системи менеджменту на туристичному підприємстві.

Висновки. Отже, нами було розглянуто принципи зміни сучасної парадигми за допомогою ряду нових елементів системи менеджменту і це дає підстави стверджувати, що такі впровадження потребують зміни свідомості людини для адекватного сприйняття даних змін. У той же час керівники зобов'язані переглянути існуючі методи керівництва і розробити нові з урахуванням стратегії, розвитку, навчання та засад корпоративної культури.

Використані джерела:

1.Баркер Дж. Парадигмы мышления: Как увидеть новое и преуспеть в меняющемся мире/ Джоэл Баркер; Пер. с англ – М.: Альпина Бизнес Букс, 2007. – 187 с.

2.Бондаренко Т.М. Точки зростання виробництва: поняття, критерії та методика визначення // Економіка і прогнозування, 2008. - №1. – С. 136 – 144.

3.Джейкобс С. Чарльз. Нейроменеджмент. Пер с англ. – К.: Companion Group, 2010. – 208 с.

4.Зорин И.В., Каверина Т.П., Квартальнов В.А. Туризм как вид деятельности // Учебник. М.: Финансы и статистика. 2005. – 288с.

5.Клок К., Голдсмит Дж. Конец менеджмента. – СПб.: Питер, 2004. – 368 с.

6.Омае К. Мышление стратега: Искусство бизнеса по-японски / Кеничи Омае; Пер. с англ. – М.: Альпина Бизнес Букс, 2007. – 215 с.

7.Ткаченко Т.І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: монографія / Т.І. Ткаченко. – К.: КНТЕУ, 2006. – 537 с.

8. Трохимець О.І. Розвиток туризму в Україні та його стратегічне значення для національної економіки // Держава та регіони. Серія: економіка та підприємництво, 2012. - № 3. – С. 62-66.
9. Чудновский А.Д. Управление индустрией туризма. – М.: Аспект Прес, 2005. – 448 с.
10. Федулова Л.І. Концептуальні засади економіки знань // Економічна теорія, 2008. - №2. – С. 37-59.
11. Шваб Л.І. Економіка підприємства: Навчальний посібник для студентів вищих навчальних закладів. 2-е вид. – К.: Каравела, 2005. – 568 с.
12. Пригожин А.И. Методы развития организаций. - М.: МЦФЭР, 2003. - 863 с.

УДК 911.3

Манько А.О.

МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ФОРМУВАННЯ СТРАТЕГІЧНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Розглядаються методичні підходи до формування стратегічного менеджменту туристичних підприємств. Охарактеризовано теоретико- методичні підходи до процесу формування стратегічного менеджменту.

Рассматриваются методические подходы к формированию стратегического менеджмента туристических предприятий. Охарактеризованы теоретико-методические подходы к процессу формирования стратегического менеджмента.

We consider the methodological approaches to strategic management of tourism enterprises. Characterizes the theoretical and methodological approaches to the formation of strategic management.

Постановка проблеми. Фундаментальним основам якісних перетворень, що сьогодні відбуваються в національній економіці, притаманна суперечлива динаміка. Для того, щоб успішно функціонувати підприємству насамперед, необхідні: передбачення, адекватні міри пристосування і конкурентні переваги. Значною мірою такі можливості обумовлюються властивістю підприємства адаптувати стратегію розвитку до зовнішніх ринкових умов. Відповідно й управління повинно бути максимально пристосовано до ринкової самоорганізації.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідженнями проблем стратегічного менеджменту туристичних підприємств відображено у працях вітчизняних та зарубіжних вчених. Серед них А. Богданов, І. Ансофф, І. Балабанов, А. Балабанов, Є. Ільїна, У. Кінг, Д. Кліланд, Н. Мойсеєва, М. Портер. Слід зазначити, що проблеми стратегічного менеджменту туристичних підприємств потребують досліджень сучасних науковців.

Постановка завдання. Метою статті є дослідження методичних підходів до формування проблем стратегічного менеджменту туристичних підприємств, визначення виду стратегій на основі ситуаційного підходу, дослідження теоретико-методологічних підходів до процесу формування стратегічного менеджменту туристичних підприємств.

Виклад основного матеріалу дослідження. Приклади використання стратегічного підходу в господарській практиці підприємств

простежуються ще у 20-х рр. XX ст. Проте поняття стратегії увійшло в економічну теорію лише в 50-і рр. як відповідь на нові умови функціонування підприємства, зростання значущості факторів зовнішнього середовища для життєдіяльності підприємства.

Багато з концепцій, що складають основу сучасного розуміння стратегії розвитку, було розроблено у першій половині XX ст., коли прискорення темпів науково-технічного прогресу зумовило ускладнення господарських зв'язків, диференціацію споживацького попиту та глобалізацію ринків збуту. Відповідно назріла необхідність у створенні компенсаційних управлінських механізмів, які б дозволили підприємствам адаптуватися до нових умов господарювання.

Важливим теоретичним здобутком є поширене розуміння "стратегії" у контексті формального процесу планування діяльності, це: "визначення основних довгострокових цілей та завдань підприємства, прийняття курсу дій та розподілу ресурсів, необхідних для досягнення цілей"; "всебічного плану, завдяки якому підприємство досягає поставленої мети"; "детального комплексного плану, призначеного для того, щоб забезпечити здійснення місії організації і досягнення її цілей" [1, с.168]; як "набору правил для прийняття рішень, якими організація керується у своїй діяльності"[2, с.68].

Близькі до наведених й інші визначення стратегії. Так, А. Томпсон і А. Стрікленд вважають, що стратегію краще за все розглядати як «план управління фірмою, спрямований на зміцнення її позиції, задоволення споживачів і досягнення поставлених цілей. Вона визначає, як підприємство буде функціонувати і розвиватися, а також які підприємницькі, конкурентні та функціональні заходи будуть здійснені, щоб підприємство досягло бажаного результату» [3, с.11]. Вчені акцентують увагу на розумінні стратегії як «комбінації із запланованих дій і швидких рішень з адаптації до нових досягнень промисловості і нової диспозиції на полі конкурентної боротьби» [4, с.20]. Цінність праць цих науковців і в тому, що вони усвідомлювали тісний зв'язок між типами поведінки підприємств та видами їх управління.

Певний розвиток принципу системності у розумінні "стратегії", характерний для поглядів Г. Мінцберга, який визначає стратегію як сукупність п'яти структурних елементів, до складових якої належать: план (свідомо обраний курс дій, орієнтир), стратагеми (маневри, за допомогою яких компанія приховує свої дійсні наміри від конкурентів), позиція (прийнята зі стратегічних міркувань позиція компанії), принципи поведінки (поточні процеси, що мають місце при реалізації стратегічних намірів) та перспектива (основний спосіб дії організації, її «теорія бізнесу») [5, с.168].

Паралельно з розглянутими, успішно розвивається ресурсна теорія визначення стратегії розвитку підприємства. Наприклад, Р. Грант, розглядав стратегію як «відповідність, якої намагається досягти

організація між її внутрішніми ресурсами та навичками і зовнішнім оточенням».

Проведений аналіз поняття «стратегія» показав, що в економічній науці не відпрацьована узагальнююча точки зору на її розуміння і, відповідно, на підходи щодо формування стратегічного менеджменту підприємств. Це обумовлює доцільність аналізу великого інформаційного масиву, систематизацію набутих знань і відображення їх у певній формі.

Складність полягає ще й у тому, що процес формування стратегії при різних підходах здебільшого досліджується в якомусь одному аспекті, як: процес осмислення; формальний процес; аналітичний процес; процес передбачення; ментальний процес, процес, що розвивається; колективний процес; реактивний процес; процес трансформації [6, с.168].

Водночас реальна практика вироблення стратегій розвитку потребує їх синхронного й комплексного застосування. Не можна не враховувати, що існуючі основні підходи до цієї проблеми побудовані на належності до відповідної школи чи напряму менеджменту.

Проведене дослідження сутності терміну “стратегія” та позицій щодо її формування зумовлює необхідність аналізу підходів до її класифікації, яка є неоднозначною. Це пояснюється тим, що це складне поняття, можна розмежувати на конкретні та локальні стратегії за різноманітними ознаками. Тому в наукових надбаннях можна зустрітися із різними найменуваннями і призначеннями численних стратегій.

Одним із найбільш коректних підходів до класифікації стратегій, який віддзеркалює і відображає рівні управління підприємства та характер взаємозв'язку із зовнішнім оточенням є ієрархічний підхід. Як варіант теорії, на основі якої є можливим пояснення ієрархії, може бути використано дослідження цього процесу, проведеного науковцями Т. Сааті та К. Кернсем. Учені відзначали: «Ієрархія виникає, коли системи, які функціонують як ціле на одному рівні, функціонують як частини системи більш вищого рівня, стаючи підсистемами цієї системи» [7, с. 122]. Тому якщо в туристичному підприємстві є декілька рівнів керування, то в ній складається ієрархія цілей, що являє собою декомпозицію цілей більш високого рівня в цілі більш низького рівня.

Отже, стратегічний менеджмент туристичного підприємств може формуватися за ієрархічним принципом. Відповідно ієрархія будується з вершини (мети – з точки зору управління) через проміжні рівні (критерії, від яких залежать наступні рівні) до низького рівня (який зазвичай є переліком альтернатив). При цьому рівні стратегій, їх комплексність, інтеграція є різними залежно від типу та розміру підприємства. Науковці Ч. Хілл та Д. Джонсон виділяють три ієрархічні рівні стратегії: загальна (корпоративна) стратегія підприємства бізнес-стратегія (позиція), функціональні стратегії (портфель).

Подібного підходу дотримується і науковець М. Алексєєва, яка класифікує стратегію як сукупність загальної стратегії організації (магістральної лінії її розвитку), ділової стратегії (стратегії досягнення

конкурентних переваг у даній сфері бізнесу) та функціональних стратегій (стратегії реалізації конкретних функцій управління) [3, с. 16].

Н. Моісеєва також розрізняє аналогічні види стратегій: корпоративну (загальна для всього підприємства), стратегію сфери бізнесу, функціональні стратегії, стратегії лінійних відділень, підрозділів та інших структур, наголошуючи при цьому, що така декомпозиція зумовлена рівнем прийняття рішень на підприємстві [8 ,с. 83].

Інший підхід знаходимо в дослідженні О.І. Богданова, відповідно до нього стратегія – це інтеграційне ціле, що поділяється на загальну і ділову стратегії [9, с. 42]. Зрозуміло, що в ситуації, коли підприємство здійснює тільки один конкретний вид підприємницької діяльності вони можуть збігатися.

Позитивною рисою розглянутих вище підходів є те, що стратегія розглядається як ієрархічна система, тобто є продуктом синтезу стратегій ієрархічних рівнів та відповідних субстратегій. У такому контексті поліфонічність формування стратегії є не тільки реально можливою, але головне – корисною і результативною.

Очевидно, що загальна стратегія є найважливішою, яка, здебільшого, формується на основі прогнозів, оскільки пов’язана з двома основними показниками економічної діяльності підприємства – ефектом масштабу і ефектом освоєння – та становить довгостроковий план розвитку підприємства, який можна трактувати як «змодельований потік рішень та дій». Різноманітні комбінації загальних стратегій достатньо широко описані у спеціальній літературі. Підходи до формування цих стратегій ґрунтуються на основних способах розвитку підприємства.

І. Ансофф досліджуючи сучасні концепції в процесі формування загальної стратегії вважає, що для успіху компанії істотно важливими є: стратегія максимізації частки ринку; стратегія зростання, що забезпечує майбутній розвиток підприємства; стратегія диверсифікації ринку (ринкової ніші), пов'язана зі створенням у покупців позитивного іміджу товарів (послуг) підприємства; стратегія диференціації товарів (послуг) (продуктової ніші), спрямована на розуміння споживачами відмінності товарів (послуг) від продуктів конкурентів [3, с. 56].

Виокремлення ділових стратегій підприємств у межах окремої галузі відповідно до стану зовнішнього середовища та підтримання конкурентного статусу здійснив М. Портер [10, с.168]. Як відомо, це – стратегія фокусування, стратегія диференціації, стратегія мінімізації витрат.

Вище означені види стратегій є базовими або еталонними, вони апробовані практикою і висвітлені в спеціальній літературі. Крім того, ці стратегії стосуються всього підприємства і відображають різноманітні підходи до його зростання, пов’язані із зміною одного або декількох елементів: продукт, ринок, галузь, технологія. Теорія і практика довели доцільність врахування стадії «життєвого циклу» при визначенні загальних стратегій.

Концептуальні підходи до диференціації функціональних стратегій закладені А.Файолем, який виділив шість груп операцій, що здійснює підприємство в процесі управління власною діяльністю: технічні, торговельні, фінансові, безпеки, обліку, адміністративні [11, с. 200].

Туристичне підприємство може розробляти стільки окремих функціональних стратегій, скільки необхідно для ефективного його функціонування. Проте при цьому доцільно дотримуватися принципу розумної достатності для стратегії [12, 118].

Відповідно до цього та з урахуванням логістичного підходу до управління підприємством, що відбиває фізичний аспект ланцюга «забезпечення – виробництво – розподіл – збут», специфіки функціонування туристичного господарства та суб'єктивного представлення їх складу на підприємства, можна виокремити наступні функціональні стратегії, які доцільно розробляти залежно від зовнішніх та внутрішніх умов для «кожного функціонального простору організації» [3, с. 116]: фінансову, соціальну.

Фінансова стратегія займає провідне місце серед функціональних стратегій, оскільки очевидно, що фінансові можливості і обмеження – це найважливіший критичний фактор для будь-якої стратегії. До її сфери належить питання оптимального ресурсного забезпечення, нарощування продуктових активів, досягнення максимального економічного ефекту від розміщення фінансових ресурсів. Функціональна фінансова стратегія розробляється у вигляді плану або програми конкретних дій з використання власних та залучення зовнішніх фінансових ресурсів організації з урахуванням необхідних змін у структурі капіталу [12, с.168].

Розроблення фінансової стратегії дає можливість: моделювати фінансову ситуацію на підприємстві на основі його внутрішніх можливостей; оцінювати параметри результативності діяльності підприємства; визначати шляхи підвищення прибутковості і рентабельності, прискорення оборотності різноманітних груп активів; обгрунтовано використовувати найбільш ефективні інструменти впливу на фінансову ситуацію, що склалася на підприємстві; формувати навички використання результатів фінансового аналізу для прийняття управлінських рішень.

Сферою застосування соціальної стратегії є людські ресурси підприємства, від яких насамперед залежить ефективність втілення стратегії і створення іміджу туристичної організації. В межах соціальної стратегії передбачено створення ефективної системи мотивації діяльності персоналу, підвищення їхньої зацікавленості у роботі на підприємстві. Мотивація до праці є важливим фактором успіху будь-якого підприємства, а особливо туристичного. Вихідними категоріями для мотивації є потреби й винагорода або, за іншою класифікацією, потреби – інтереси – стимули – зацікавленість.

Завершуючи огляд підходів до визначення ієрархічних рівнів процесу формування стратегії, можна зазначити, що при даній логіці не

береться до уваги розуміння та інтерпретація ситуації конкретного підприємства, можливість їх розмежування за форматами господарської діяльності, сильні та слабкі сторони господарської діяльності, позитивні та негативні наслідки впливу підприємницького середовища на діяльність підприємств.

Тому у контексті проблеми, що розглядається, надзвичайно важливо зрозуміти і природу ситуаційного підходу до визначення стратегій, які безпосередньо формуються під впливом факторів зовнішнього середовища і внутрішнього потенціалу підприємства. Саме через ситуаційний підхід реалізується принцип адаптивності, що є основним принципом стратегічного управління. Його суть полягає в тому, що всі рівні внутрішньої архітектоніки (культура організації, оргструктура, система планування тощо) є реакцією туристичного підприємства на відповідні зміни в зовнішньому оточенні та у внутрішньому середовищі.

Визначення виду стратегій на основі ситуаційного підходу дозволяє найбільш ефективно розробляти конкретні прийоми роботи, інструменти управління з урахуванням специфіки конкретної ситуації для забезпечення досягнення загальних цілей та завдань туристичного підприємства. Керуючись цією логікою, чітко виражений ситуаційний характер мають стратегії проміжного ієрархічного рівня, тобто ділові стратегії (стратегії, які слугують досягненню конкурентних переваг у даній сфері бізнесу).

Висновки. Підводячи підсумки дослідження теоретико-методологічних підходів до процесу формування стратегічного менеджменту підприємств можна зазначити, що цей процес передбачає наявність складної системи міжфункціональних взаємодій, яка не може існувати окремо від моніторингу зовнішнього середовища та сукупності комплексу факторів, що впливають на координацію внутрішньої діяльності та адаптацію підприємств до зовнішнього оточення. Таким чином етап створення аналітичної основи стратегічного вибору заслуговує на більш детальний розгляд.

Використані джерела:

1. *Как работают японские предприятия: Пер. с англ. – М.: Экономика,1989.– 262с.*
2. *Богданов А. И. Стратегическое НТП на предприятии.– М,: 1991*
3. *Ансофф И.Стратегическое управление: Пер.с англ.– М.: Экономика, 1989.-496с.*
4. *Балабанов И.Т., Балабанов А.И. Экономика туризма: Учебное пособие.- М.: Финансы и статистика, 1999. – 176с.*
5. *Ильина Е.Н. Туроперейтинг: организация деятельности: Учебник. – М.: Финансы и статистика, 2000. – 368с.*
6. *Ефремова М.В. Основы технологии туристского бизнеса: Учебное пособие. – М.: Ось-89, 1999. – 192с.*
7. *Кинг У., Клиланд Д. Стратегическое планирование и хозяйственная политика: Пер. с англ.– М.: Прогресс, 1990. – 339 с.*
8. *Моисеева Н.К. Стратегическое управление туристкой фирмой.– М.: Финансы и статистика, 2001. – 202 с.*
9. *Богданов А. И. Стратегическое НТП на предприятии.– М,: 1991.*
10. *Портер М. Стратегія конкуренції: Пер. с англ.– К.: Основи, 1997. – 390 с.*
11. *Основы туристской деятельности: Учебник / Г.И.Зорина, Е.Н.Илиина, Е.В.Мошняга и др., сост.Е.Н.Ильина – М.: Советский спорт, 2000. – 224с.*
12. *Осовська Г. В., Осовський О. А. Менеджмент організацій. Навч. нос. - Київ: Кондор, 2005.-860с.*

УДК 910.4:796.5

Колотуха О.В.

КЛАСТЕРНА ПАРАДИГМА СПОРТИВНОГО ТУРИЗМУ

В статті розглядаються методологічні та просторові особливості важливого сегменту рекреаційно-туристської діяльності – спортивного туризму – з точки зору кластерного підходу.

В статье рассматриваются методологические и пространственные особенности важного сегмента рекреационно-туристской деятельности – спортивного туризма – с точки зрения кластерного подхода.

The methodological and spatial features of important segment of recreational-tourist activity are examined in the article – sporting tourism – from the point of view of cluster approach.

Постановка проблеми. Бурхливий розвиток туризму в світі в другій половині XX – на початку XXI ст. сформував соціальне замовлення на вивчення даної сфери людської діяльності. Актуальність рекреаційно-туристських досліджень пов'язана, перш за все, з тим, що основні наукові категорії в області туризму в нашій країні формувалися в умовах планової економіки. Перехід на ринкові відносини вніс істотні корективи у розвиток туристсько-рекреаційних процесів.

Тому у географії туризму, як важливої складової соціально-економічної географії, в середині XX ст. з'явилася необхідність єдиної методологічної основи, що дозволяло б об'єднувати різні наукові підходи в загальну концепцію. На сьогоднішній день, туристсько-географічні дослідження проводяться за трьома основними напрямками (підходами). Це – системний підхід, просторовий підхід та кластерний підхід.

Рекреаційно-туристську діяльність як соціально-економічну систему, економічні аспекти розвитку туризму, в першу чергу, висвітлює *кластерний підхід*.

Актуальність розробки даної теми випливає із недостатнього наукового обґрунтування спортивного туризму як соціально важливого напрямку рекреаційно-туристської діяльності, необхідності вибору парадигми його дослідження, забезпечення теоретико-методологічними дослідженнями просторову організацію і розвиток спортивного туризму у відповідності з вимогами сьогодення, прогнозування розвитку спортивного туризму в нашій країні та в світі.

Аналіз попередніх досліджень. В спеціальній літературі поняття «кластер» має різні тлумачення, але головна його ознака – об’єднання окремих елементів і компонентів в єдине ціле для виконання у взаємодії певної функції або реалізації поставленої мети. У перекладі з англійської мови «кластер» означає «пучок», «скупчення», «група». Методологічним основам кластеризації у сфері туризму присвячені праці Майкла Портера [1], який визначив чинники кластерної моделі, що створюють реальну

можливість поліпшення загального рекреаційно-туристського стану території.

Теоретичні аспекти кластерного підходу досить детально розроблені М.Портером і його послідовниками – М.Енрайтом, С.Розенфельдом, В.Прайсом, Б.Далумом, К.Педерсоном та іншими. Існує багато видів і визначень кластерів, вони розрізняються за масштабами, спрямованістю, але в цілому суть кластерів єдина. Під кластерами, згідно з визначенням, запропонованим М. Портером, розуміють «сконцентровані за географічною ознакою групи взаємозалежних компаній, спеціалізованих постачальників послуг, фірм у споріднених галузях, а також пов'язаних з їх діяльністю організацій у певних областях, що конкурують, але при цьому ведуть спільну роботу» [1].

Мета дослідження. Метою дослідження є обґрунтування методологічних та просторових особливостей важливого сегменту рекреаційно-туристської діяльності – спортивного туризму – з точки зору кластерного підходу, розробка соціально-географічної моделі функціонування і розвитку цього важливого сегмента туристської галузі.

Виклад основного матеріалу дослідження. Світовий досвід показує, що в умовах ринку кластери – найбільш ефективні і гнучкі структури. У їх основі лежить два принципи – кооперація і конкуренція. Головна теза М.Портера полягає в тому, що перспективні конкурентні переваги створюються не ззовні, а на внутрішніх ринках. На ранньому етапі, вважає М.Портер, головне завдання державних інституцій – поліпшення інфраструктури і усунення несприятливих умов, потім їх роль повинна концентруватися на усуненні обмежень до розвитку інновацій. Критерієм для виділення базової галузі кластера є її здатність виробляти продукцію, конкурентоздатну на світовому ринку [1].

Російський географ С.М. Соколов запропонував поняття географічних кластерів. У основі географічних кластерів лежать цикли ринкової економіки. Одним з таких циклів є рекреаційний. На його основі формується ряд рекреаційних географічних кластерів, у тому числі рекреаційно-екологічні, рекреаційно-спортивні, рекреаційно-культурні та ін. На думку С.М. Соколова, *рекреаційний географічний кластер* (просторово-часовий відтворювальний кластер) – це географічно сконцентрована група взаємозв'язаних компаній і організацій, що конкурують, але при цьому ведуть спільну діяльність на території, яка відрізняється від інших не лише економічною спеціалізацією, але і особливостями розвитку господарства і його територіальної організації, своєрідним економіко-географічним положенням, природно-ресурсним потенціалом, населенням і просторовою структурою розселення [2, с. 34]. При цьому, частина території регіонів знаходиться за межами таких кластерів.

Різновидом рекреаційного географічного кластера виступає туристський кластер. *Туристський кластер* – це система інтенсивної виробничо-технологічної та інформаційної взаємодії туристських

підприємств, постачальників базових та додаткових послуг із приводу створення спільного туристського продукту. Якщо спільним туристським продуктом є туристсько-спортивний продукт то можна говорити про *туристсько-спортивний кластер.* Узагальнена структура туристсько-спортивного географічного кластера відображена на рис. 1.

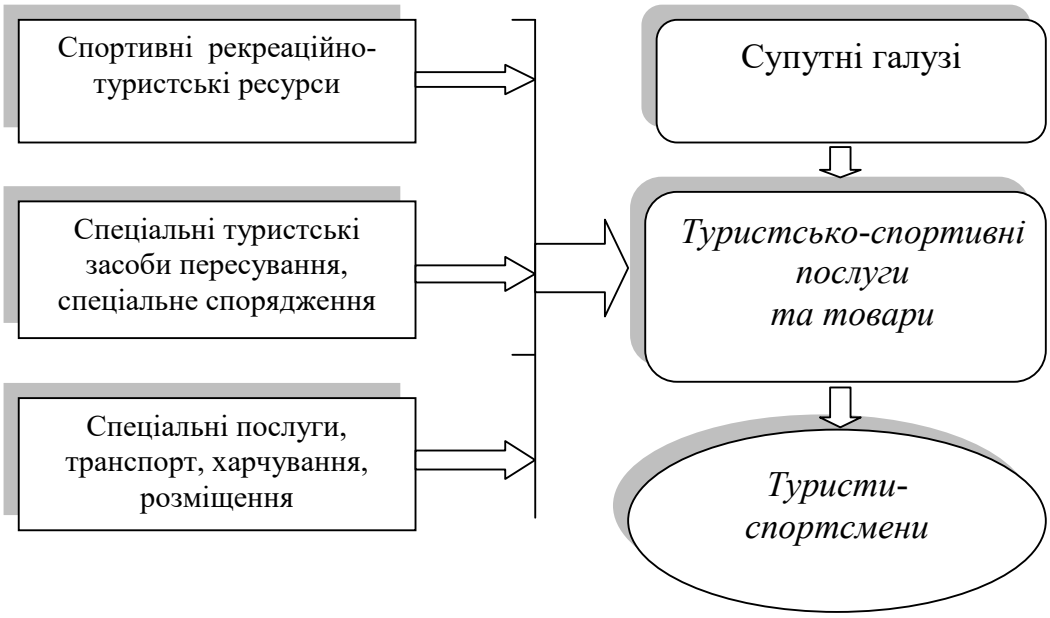


Рис. 1. Структура туристсько-спортивного географічного кластера
(за матеріалами С.М.Соколова)

До туристських кластерів відносяться групи туристських та інших обслуговуючих підприємств, що сконцентровані географічно в межах регіону, які спільно використовують туристські ресурси, спеціалізовану туристську інфраструктуру, локальні ринки праці, здійснюють спільну маркетингову та рекламно-інформаційну діяльність [3]. Туристський кластер – це, в першу чергу, спільнота різних підприємств і організацій на певній території, що напряму або опосередковано пов’язані із наданням туристських послуг [3]. Якщо основним сегментом таких послуг виступають специфічні туристсько-спортивні послуги, то знову можна говорити про *туристсько-спортивний кластер.*

Таким чином, туристський кластер є великим самостійним міжгалузевим господарським комплексом, який лежить не у звичній вертикальній площині, а охоплює певний горизонтальний простір, що включає підприємства та організації різної галузевої приналежності. Він являє собою сукупність взаємопов'язаних галузей і виробництв регіональної економіки, єдиної функціональної завданням яких є діяльність по задоволенню потреб людей у різних видах відпочинку і подорожей при раціональному використанні всіх наявних туристських ресурсів регіону.

Чим відрізняється туристський кластер від кластерів інших видів? Головна відмінність кластера в туристській сфері від всіляких інших (виробничих, агропромислових, сервісних тощо) – в його маршрутної територіальної організації. Туристський маршрут і відповідний йому туристський потік пов'язує об'єкти, перетворюючи їх з тих, що конкурують у взаємодіючі елементи системи. Саме завдяки туристському потоку формується кластер. Якщо туристський маршрут є туристсько-спортивним, а туристський потік – туристсько-спортивним, то знову можна говорити про *туристсько-спортивний кластер.*

Основними перевагами кластерної моделі організації туристської діяльності є:

- підвищення економічної ефективності і конкурентоспроможності спільної діяльності об’єднаних у туристський кластер підприємств порівняно з відокремленою діяльністю;
- зменшення собівартості послуг за рахунок спільного використання туристських ресурсів та туристської інфраструктури, розширення кола конкуруючих між собою постачальників та споживачів туристських послуг, розвитку кооперування, договірної спеціалізації;
- стимулювання інноваційного розвитку, розширення доступу до інновацій шляхом збільшення потоків ідей та інформації;
- формування локального спеціалізованого ринку праці (гіди-провідники, інструктори, рятувальники тощо), що дозволяє здійснювати обмін співробітниками, їх стажування, підвищення кваліфікації;
- покращення інвестиційної привабливості регіонів;
- кластеризація туристської діяльності при правильній організації стимулює зростання і розвиток інших виробництв.

У структурі типового туристського кластеру фахівці виділяють чотири основних сектори:

- сектор виробництва туристських послуг;
- сервісний сектор;
- допоміжний сектор;
- сектор забезпечення життєдіяльності туристського кластеру [4].

Адаптуємо структуру типового туристського кластеру (рис. 2) до спортивного туризму.

Сектор виробництва туристських послуг включає підприємства, що безпосередньо виробляють та реалізують специфічні туристсько-спортивні послуги: турфірми, які спеціалізуються на активних турах, туристські клуби, асоціації, спеціалізовані заклади з розміщення (туристські бази, приюти, гірські хижі, кемпінги тощо), оздоровлення, перевезення, харчування та організації дозвілля туристів.

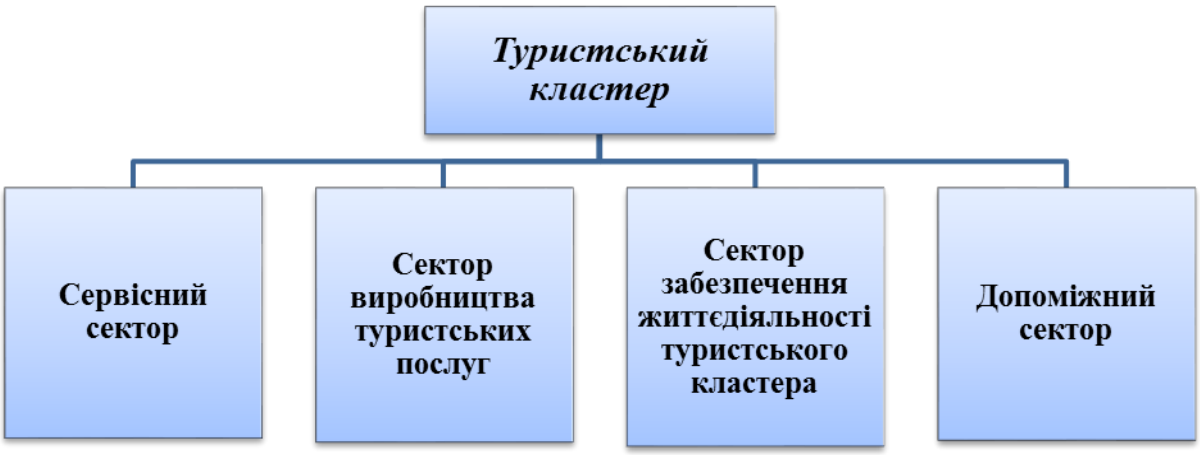


Рис. 2. Структура типового туристського кластеру

Сервісний сектор включає туристські інформаційні центри, страхові установи, навчальні заклади туристського профілю, наукові установи тощо. Допоміжний сектор, по-перше, включає різноманітні підприємства з виробництва туристського спорядження, сувенірів, специфічних для певної місцевості товарів; по-друге, поліграфічні підприємства (видавництво путівників), картографічні фабрики (видавництво карт, картосхем маршрутів), спеціалізовані періодичні видання; по-третє, місцеві органи державної влади, дирекції національних природних парків та інших природоохоронних територій, агенції регіонального розвитку, міжнародні та державні фонди і програми. Сектор забезпечення життєдіяльності туристського кластеру зв’язує між собою інші сектори і координує їх діяльність. Він включає маркетинговий, рекламно-інформаційний, логістичний відділи. Наявність усіх вищеперерахованих елементів туристського кластеру не є обов’язковою. Склад його учасників може розширюватись залежно від тісноти зв’язків, рівня сформованості кластеру. З частиною компаній сервісного та допоміжного секторів туристський кластер може укладати угоди про співробітництво, що можуть не передбачати їх входження до кластеру.

Таким чином, *туристсько-спортивний кластер* ми визначаємо як об'єднання активних елементів специфічної територіальної рекреаційної туристсько-спортивної системи в тимчасову взаємодію, що призводить до активізації туристсько-спортивної діяльності (рис. 3). При цьому виникають нові туристсько-спортивні маршрути, потоки, центри. Маршрутна організація характерна для структури туристсько-спортивного кластера. Центральним поняттям кластера виступають специфічні туристсько-спортивні ресурси, саме їм належить вирішальна роль в розвитку спортивного туризму, оскільки вони більшою мірою є основним мотивом і причиною участі туристів в туристсько-спортивних подорожах. Туристські ресурси можуть бути як природні, так і штучно створені. Для створення штучних туристських ресурсів притягуються великі інвестиції. До складу кластера також входять туристські фірми, головними

завданнями діяльності яких є створення привабливих туристських продуктів, відповідних потребам туристів, підтримка стандарту обслуговування.

Рис. 3. Складові туристсько-спортивного кластера

Головна ланка кластера – турист-спортсмен, саме на нього направлена вся діяльність, при цьому важливо щоб новий туристсько-спортивний продукт був йому цікавий. Під час подорожі турист споживає різні послуги – загальні, специфічні туристсько-спортивні і супутні. Перш за все, він потребує послуг з підтримки своєї життєдіяльності – розміщенні, харчуванні, транспорті, дозвіллі. Саме тому основними з елементів кластера є постачальники спеціалізованих туристських послуг. Розвиток кластера залежить також від економічних, природних, соціокультурних і політичних умов, які мають тенденцію змінюватися.

При формуванні туристського кластера необхідно ідентифікувати його географічні кордони і враховувати кліматичні чинники, які відносяться до природних умов. Географічні кордони багато в чому створюють транспортні комунікації на під'їздах до туристсько-спортивних районів (стан автомобільних доріг, розвиток малої авіації, водного транспорту), які сполучають між собою основні центри тяжіння туристів.

Важливо враховувати традиції і культуру місцевого населення – соціокультурні умови, які безпосередньо впливають на індустрію гостинності. До соціальних чинників слід віднести і сферу професійної підготовки, яка є потенціалом для розвитку кваліфікованого персоналу для потреб спортивного туризму.

На думку А.Ю.Александрової [5], особливу увагу при формуванні туристського кластера необхідно приділяти взаємозв'язкам між його елементами. Даний зв'язок не лише ґрунтується на економічній вигоді учасників, але і орієнтований на створення і реалізацію якісних

туристських послуг, що задовольняють потреби як туристів, так і території. Це виражається у взаємозв'язку («транспорт - засоби розміщення – харчування») як основних послуг кластера, так і у взаємозв'язках («державне управління – комерційні організації – науково-освітні установи»). Взаємозв'язок підприємств, що входять в кластер, здійснюється за рахунок ланцюжків доданої вартості і системи накопичення.

Як різновид кластерного підходу, російський географ О.І.Зирянов запропонував *кластерно-домінантний підхід*. Домінанта, на думку автора, формує навколо себе туристський кластер, але в будь-якому випадку головна умова розвитку туристського кластера – це наявність або поява маршрутів і туристських потоків [7]. Яскравими прикладами туристських кластерів, що виникають, є активізація туризму на території у зв'язку з відвідуванням унікальних атрактивних, в першу чергу – природних, об'єктів, що викликає специфічні туристські потоки.

Кластерна форма територіальної організації спортивного туризму особливо починає проявлятися в тому випадку, коли в туристсько-рекреаційної середовищі з'являється якась явна домінанта, яка виражає спеціалізацію території. Домінантою може бути як об'єкт туристсько-спортивного та екскурсійного інтересу, так і об'єкт туристської інфраструктури, туристська подія. Домінанта – це, в першу чергу, атрактивний об'єкт. А роль атракцій є надзвичайно важливою в спортивному туризмі, адже вони є приваблюючими об'єктами, центром формування туристсько-спортивних районів (г.Говерла – в Карпатах, г.Ельбрус – на Кавказі, г.Монблан – в Альпах, Великий Каньйон – в Криму, Ніагарський водоспад – в Північній Америці, Південний полюс тощо). Кластерно-домінантний підхід до розвитку туризму в регіоні на думку О.І.Зирянова полягає в наступному [8].

1. Важливо знайти основні конкурентні туристські переваги, в нашому випадку – туристсько-спортивні, регіону серед інших регіонів в країні та в світі, і позначити його внутрішні території, де ці виділені переваги виявляються найбільш яскраво.
2. Слід здійснити туристсько-спортивне районування регіону (виділити внутрішньорегіональні райони) з урахуванням його основних конкурентних переваг. Треба виділити райони, які відрізнялися б виразом певної основної переваги – горосходження, туристський сплав, трекінг тощо. У такому випадку кожен район міг би пропонувати особливі турпродукти і взаємодоповнювати інші райони в регіональній системі. У такому випадку на основі туристських районів складаються або можуть скластися тимчасові територіальні поєднання підприємств – туристські кластери, які могли б здійснювати тематичні туристсько-спортивні проекти. У зв'язку з цим на основі сітки туристських районів слід визначити просторову структуру майбутніх туристсько-спортивних кластерів – протокластерів (потенційних кластерів), і

здійснити їх зонування для розуміння насиченості туристськими ресурсами.

3. Необхідно виділити домінанти в протокластерах. В це завдання входить визначення географічного місця та функції майбутнього об'єкта, який здатний своєю появою і розвитком внести новий розвиток в існуючому туристському середовищі та сформувати ефективну і корисну туристсько-рекреаційну систему, об'єднавши проектно і маршрутно різноманітні елементи. На основі цього слід перейти до проектування туристсько-спортивного кластера.

У межах протокластеру О.І.Зирянов та С.Е.Мишлявцева виділяють три зони. Перша – центральна зона, ядро, своєрідний атракційний центр, розподільник туристських потоків. Друга зона – базова, опорна. Це територія – концентрація основних туристських об'єктів і маршрутів. Третя зона – ареал перспектив туристського розвитку. Третя зона кластера може виходити за межі адміністративних кордонів регіону, охоплюючи території міжрегіонального туристського співробітництва. Це далека зона впливу кластера, поширювана на області перекриттів із сусідніми подібними системами [8].

Таким чином, туристський кластер формується в межах туристського району та характеризується наявністю бізнес-компоненти (туристських підприємств), що має тісні зв'язки. Береться до уваги можливість розвитку спеціалізованого туристського підприємництва в кожному кластері для збалансованого розвитку усієї туристсько-рекреаційної системи. Кожен кластер повинен мати можливість створення особливих туристських брендів. Кожен кластер має виконувати свої особливі функції в регіональній туристсько-рекреаційної системі, виділятися своїми видами туризму та рекреації.

Важливим вбачається визначення територіальних меж туристського кластера. Виходячи з розуміння туристського кластера, його географічні межі закінчуються там, де не має діяльності туристських фірм, де не прокладені туристські маршрути, відсутня хоча би елементарна туристська інфраструктура. Натомість традиційні туристсько-рекреаційні райони «перекривають» всю територію регіону повністю. А кластери, що розвиваються на їх засадах, охоплюють лише їх частину, виступаючи, по суті, їх економічно активними ядрами. При цьому спортивний туризм може також охоплювати території, які не мають навіть елементарної туристської інфраструктури, прокладених та промаркованих туристських маршрутом, абсолютно незаселені.

Говорячи про простір туристського кластера, російський географ О.І.Зирянов має на увазі його кордони, склад об'єктів, що у нього входять. Говорячи про географічне поле туристсько-спортивного кластера, ми маємо на увазі не тільки просторові межі та склад елементів, але і всю відповідну діяльність. Це поле діяльності даного профілю – туристсько-спортивної. Отже, географічне поле туристсько-спортивного кластера – це поле специфічного виду туристсько-рекреаційної діяльності – спортивного

туризму – з географічним змістом. Географічне поле в даному випадку – це не просто своєрідний аналог понять «географічний простір» і «територія», а термін, що виражає поле діяльності, поле креативу, легендування, девелопменту [6]. Туристська специфіка і особливість кожного району повинні висловитися в тематиці турпродуктів і продукції туристського сервісу. У зв'язку з цим виникає одне з генеральних завдань - завдання туристського легендування території. Формування ефективної туристської легенди є важливою основою різноманітної проектної туристської роботи в районі. Це сприяє утворенню туристського кластера, де яскравим виразником легенди території є туристська домінанта.

Російський географ А.В.Митрофанова на основі зіставлення вітчизняних і зарубіжних підходів до аналізу просторової організації туризму вводить поняття особливого виду територіальних суспільно-географічних систем у сфері туризму – «регіонального туристського кластеру». Під регіональним туристським кластером розуміється форма просторової організації туризму, представлена сукупністю підприємств сфери туристського обслуговування і сполучених галузей, об'єднаних горизонтальними зв'язками, синергія яких призводить до підвищення ефективності функціонування сукупності в цілому та її окремих підприємств [9].

В межах регіонального туристського кластеру найбільш розвиненим є центральний вузол – сполучна ланка в загальній мережі, який виконує координуючу і об'єднуючу функцію, характеризується високим рівнем розвитку інфраструктури. На периферії вузли, в порівнянні з центром, мають найбільш виражений і привабливий туристський потенціал [9].

Зонування регіонального туристського кластеру виконується за допомогою складання і аналізу матриці туристських маршрутів, відображає рівень взаємодії між внутрішньорегіональними туристськими кластерами, динаміку їх формування та розвитку. Виділяється активна зона, зона росту, зона розвитку і пасивна зона. Прогноз подальшого розвитку регіонального туристського кластера доцільно пов'язувати з появою нових внутрішньорегіональних кластерів та їх інтеграцією до складу регіонального туристського кластера: зона першої, другої і третьої черги освоєння. Залежно від регіональних особливостей, таких зон може бути більше. Ієрархічна ж структура туристського кластера має такий вигляд: мікрорівень (внутрішньорегіональний туристський кластер), мезорівень (регіональний туристський кластер), макрорівень (міжрегіональний, транскордонний туристський кластер) [9].

Важливим моментом дослідження туристських кластерів виступає їх класифікація. Економіст А.Є.Шастітко [10] розглядає наступну класифікацію кластерів. Одним з критеріїв цієї класифікації є наявність ядра: ядерні і без'ядерні кластери. Другий критерій – локалізованість зв'язків – споживання продукту в межах кластера і за його межами.

Ще один критерій в цій класифікації – варіант розвитку кластера. Існує три варіанти розвитку кластера: 1) «з нуля», це означає, що в місці

його локалізації раніше не існувало явно вираженого попередника; 2) варіант – за рахунок модифікації або розвитку вже існуючого кластера. Ще один варіант розвитку кластера – трансформація ринкових зв'язків убік стійкіших стосунків між компаніями.

Також необхідно розрізняти кластер галузевий і регіональний. При створенні галузевого кластера посилення конкурентних переваг здійснюється за рахунок неформальної взаємодії організацій саме даної галузі, яка виступає як об'єднуючий чинник. Тоді як в регіональному кластері всі підприємства регіону взаємодіють на основі конкурентно-партнерських стосунків заради досягнення загальної мети – розвиток регіону в цілому як кластера.

З усіх можливих класифікацій кластерів до туристської галузі найбільш підходить трирівневий розподіл, який дозволяє виділити на території потенційного розвитку туризму три утворення: локальний, регіональний і транскордонний туристські кластери [11].

За оцінками фахівців у туристській сфері кластерний підхід може забезпечити підвищення економічної ефективності господарської діяльності кластерів на регіональному рівні через:

- розвиток та удосконалення туристської та рекреаційної інфраструктури для формування якісних туристських продуктів;
- створення та розвиток туристських продуктів і територій у регіоні з урахуванням збереження навколишнього середовища та відродження природного потенціалу;
- розвиток підприємництва у туристській сфері, підвищення якості та забезпечення конкурентоспроможності регіональних туристських продуктів та пропозицій на світовому ринку послуг у сфері туризму [12].

Висновки. Підводячи підсумок, відзначимо, що кластерний підхід має ефективне застосування при вирішенні проблем розвитку туристської сфери в певному регіоні і в світі взагалі та спортивного туризму зокрема. При цьому роль географічних досліджень первинна, тому що пов'язана з усіма етапами роботи: визначенням конкурентних переваг регіону, районуванням на основі переваг, плануванням туристських кластерів, їх зонуванням, пошуком і проектуванням кластерних домінант і формуванням туристських маршрутів і потоків.

Використані джерела:

1.Портер М. Конкуренция: Учебное пособие. Пер. с анг. / М.Портер. – М.: Издательский дом «Вильямс», 2001. – 496 с.

2.Соколов С.Н. Рекреационные географические кластеры и проблемы их конкурентноспособности / С.Н.Соколов. // Вестник Нижневарт. гос. гуманит. ун-та. Серия «Естественные науки и науки о Земле». 2009. № 1. С. 32-42.

3.Гонтаржевська Л.Г. Ринок туристичних послуг в Україні: Навчальний посібник / Л.Г.Гонтаржевська. – Донецьк: Східний видавничий дім, 2008. – 180 с.

4.Кальченко О.М. Кластеризація в туристичній галузі. / О.М.Кальченко. – Електронний ресурс. Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/natural/Vcndtu/Ekon/2009_39/22.htm

5.География туризма: учебник / кол. авторов; под ред. А.Ю.Александровой. – М.: КНОРУС, 2008. – 592 с.

6.Зырянов Географическое поле туристского кластера. / А.И. Зырянов. – Географический вестник. Научный журнал Пермского университета. – 2012. – № 1 (20). – С. 96-98
7.Зырянов А.И.Регион: пространственные отношения природы и общества / А.И. Зырянов – Пермь: Перм. гос. ун-т, 2006. – 372 с.
8.Зырянов А.И. Туристские кластеры Пермского края / А.И. Зырянов , С.Э. Мышлявцева. // Туризм в глубине России: сб. тр. конф. Пермь, 2010. – С. 3-10
9.Митрофанова А.В. Региональный туристский кластер как форма пространственной организации туризма: Автореф. дис… канд. геогр. наук: 25.00.24. / А.В.Митрофанова. – Калининград, 2010. – 24 с.
10. Шаститко А.Е. Кластеры как дискретная институциональная альтернатива управления трансакциями / А.Е.Шаститко. // Балтийский регион. – 2009. – №2. – С. 26-43
11. Пятина Д.А. Туристский кластер как понятие / Д.А. Пятина. // Туризм в глубине России: сб. тр. конф. Пермь, 2010. – С. 23-29
12. Безпарточний М.Г. Кластерна модель забезпечення конкурентоспроможності суб'єктів господарювання у контексті регіонального функціонування / М.Г Безпарточний. // Экономические инновации. – 2007. – №30. – С.24-32

УДК 911.3

Пендерецький О.В.

ІНФОРМАЦІЙНИЙ ЦЕНТР ПРОМИСЛОВОГО ТУРИЗМУ

У даній статті досліджується структура інформаційного центру промислового туризму, основним завданням якого є надання інформаційних послуги для туристів, управління туристичним процесом та налагодження функціональних взаємозв'язків між туристичними суб'єктами і адміністративними одиницями. Складовою інформаційного центру є туристичний паспорт промислового туру, який поєднує кадастрову, екологічну та технічну інформацію про промислові туристичні ресурси.

Ключові слова: Інформаційний центр, промисловий туризм, тури, промислові туристичні ресурси, туристичний паспорт, структура.

This article examines the structure of industrial tourism information center whose primary purpose is to provide information services for tourists, travel management process and establish functional relationships between travel agents and administrative units. As part of the Information Center is a tourist passport Industrial tour that combines cadastral, environmental and technical information about tourist industry resources.

Keywords: Information center, industrial tourism, tours, industrial tourism resources, tourist passport, structure.

Постановка проблеми. На сьогоднішній день найважливішим елементом туристичної інфраструктури є туристично-інформаційні центри (ТІЦ) різного рівня діяльності, які сприяють налагодженню взаємодії її складових: закладів розміщення та харчування, місцевого транспорту, об'єктів торгівлі, розважальних закладів, виробництва сувенірів. Тому становлення ТІЦ є одним із першочергових заходів, зумовлених необхідністю більш ефективного використання туристичних ресурсів та подальшого розвитку туристичної сфери в цілому. Основна функція ТІЦ – повідомляти гостям країни і місцевим мешканцям про найцікавіші туристичні ресурси, події, заходи, що можуть зацікавити туриста, а в

першу чергу допомогти порадою та довідковими матеріалами приїжджих мандрівників.

Для промислового туризму [1] характерною особливістю таких центрів повинна бути наявність кадастрової, екологічної та технічної інформації про стан промислових підприємств, використання сировини для виготовлення готової продукції, а також системи маркетингу. Основна задача промислового туризму – вирішення багатьох соціально-економічних завдань місцевих громад, найважливішими серед яких є збільшення робочих місць, наповнення місцевих бюджетів, забезпечення соціокультурного розвитку краю та поліпшення якості життя. Організація турів на осередки промислового туризму може зацікавити бізнесменів, промисловців, громадських та державних діячів (VIP туристів). При цьому основна задача тур операторів – надати повну інформацію про вказані об'єкти, їх технічний, екологічний та економічний потенціал. Згідно А.Тофлеру, поруч з основними факторами виробництва, його важливим ресурсом стають інформація та знання, які дозволяють знизити всі інші вкладення, необхідні для зростання національного багатства [6].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Серед останніх досліджень і публікацій з окресленої теми слід насамперед назвати навчальний посібник О. О. Любіцевої «Методика розробки турів» [4], де автор охарактеризувала тур як програму, в межах якої реалізується мета перебування людини поза постійним місцем проживання, складена з урахуванням індивідуальних побажань і комплекс заходів по її реалізації на відповідному якісному рівні, роботу Александрової А. Ю. про зміст та механізм функціонування туристичних кластерів [5], а також авторські дослідження [1;2].

Мета статті. Метою даного дослідження є на основі кластерного підходу розробити структуру Інформаційного центру промислового туризму для покращення інформованості туристів.

Основний виклад матеріалу. Туристично-інформаційний центр – це місце де надається інформація про туристично-рекреаційні можливості, в тому числі місця, ресурси, обраного туристами регіону. Тут вони можуть купити сувеніри, отримати безкоштовні карти та путівники, отримати інформацію про промислові туристичні об'єкти, пораду щодо готелю або транспорту і навіть записатися на безкоштовну екскурсію.

Є різні типи центрів – міські центри, екологічні, маркетингові, презентаційні, культурницькі, дорожньо-інформаційні, допоміжні офіси та ін. Головні завдання ТІЦ: отримання та надання інформації про сектор розміщення, транспортні послуги, культурні заклади та події, природне середовище. Мандрівникам надають тут загальну туристичну інформацію про регіон: туристичні карти, базовий план місцевості, туристичну літературу, креативність тур індустрії, якість людських ресурсів в тур індустрії, ставлення влади та населення щодо туризму і т.д.

У кожному цікавому місті країни має бути як мінімум два туристично-інформаційні пункти: один – на вокзалі, а інший – в центрі.

Його роботу слід побудувати так, щоб турист міг дізнатися, що ж саме подивитися в місті та його околицях, а також замовити екскурсію на вибраний об’єкт. Так в Словенії дуже розгалужена система туристично-інформаційних центрів, які є навіть у крихітних гірських містечках, де можна англійською мовою отримати інформацію про місто, регіон, які ще є цікавинки неподалік, інформаційні матеріали: мапи, як туди проїхати, фотографії, коротка історія. Всюди у таких пунктах працює система безкоштовної інформації. Це дуже зручно, не треба хвилюватися, що в тебе немає маршруту, чи думати куди їхати далі. Вони тебе направляють. Тут мандрівник завжди буде зорієнтований та отримає інформаційну допомогу [7].

У Відні туристичний інформаційний центр розташований в центрі міста, недалеко від Опери – саме там, де багато туристів. Центр обладнаний сучасними комп'ютерами, в нім багато барвистих буклетів і карт. Співробітники розмовляють на кількох мовах.

Дуже грамотно організована робота туристичного інформаційного центру в Ніцці. Просторе приміщення, оформлене з використанням сучасних матеріалів. Тут вам запропонують безліч видань туристичної спрямованості, гарячу каву, індивідуального екскурсовода.

Добре працюють інформаційні центри в Барселоні. За суттю, це навіть не центри, а «інфо-будки», в яких зібрана прекрасна продукція. До речі, мало хто знає, що ціни на книги і буклети тут значно нижчі, ніж на звичайних сувенірних розкладках, а багато корисних книжечок взагалі віддаються безкоштовно. На питання туристів завжди готові відповісти фахівці з відповідною підготовкою і знанням кількох мов. Причому співробітники інформаційних центрів орієнтовані на результат, а не на процес – навіть з мінімальним знанням англійського будь-який наш турист зможе дізнатися все, про що питав.

Креативно працюють туристичні інформаційні центри в Парижі. Туристові вручать карту, буклет, розкажуть, як найшвидше дійти до Лувру або іншого музею. Втім, кожен паризький готель туристичного класу можна вважати туристичним інформаційним центром, оскільки тут є безліч рекламно-інформаційної продукції, а також карт міста з вказівкою найпопулярніших туристичних ресурсів.

У нашій країні туристичних інформаційних центрів в тому розумінні, до якого звикли західноєвропейські туристи, просто немає. У ситуації недостатньої уваги держави до питань розвитку сучасної туристичної інфраструктури вирішити проблему розвитку центрів туристичної інформації намагаються керівники окремих міст. За рахунок місцевих бюджетів в різних містах України вже відкриті такі центри, де туристи можуть отримати інформацію, купити сувеніри і буклети, навести довідки про ліцензовані тур фірми і сертифіковані готелі.

Для промислового туризму, як складової загально туристичного процесу, характерним є те, що для туристів бізнесменів, науковців та державних діячів важливо мати інформацію про екологічний стан об’єкту,

техногенну безпеку, а також кадастрові і економічні показники. Такі туристи ставлять собі за мету ознайомитися з особливостями технологічного процесу виготовлення продукції, налагодити партнерські стосунки, укласти договори купівлі-продажу товарів, наукових розробок та інвестувати кошти у обране виробництво. Для промислового підприємства і народних промислів запровадження турів на власному виробництві створює сприятливі умови для покращення реклами своєї продукції, іміджу компанії і галузі загалом, а для туристів – це можливість побачити на власні очі виробничі потужності, ознайомитися з історією розвитку виробництва, налагодити контакти і перспективи подальшої співпраці. Важливим, при цьому, є завчасна інформованість таких туристів, реклама промислового туристичного підприємства. Таку функцію повинен виконувати інформаційний центр промислового туризму, який може працювати як у складі туристичного інформаційного центру так і самостійно.

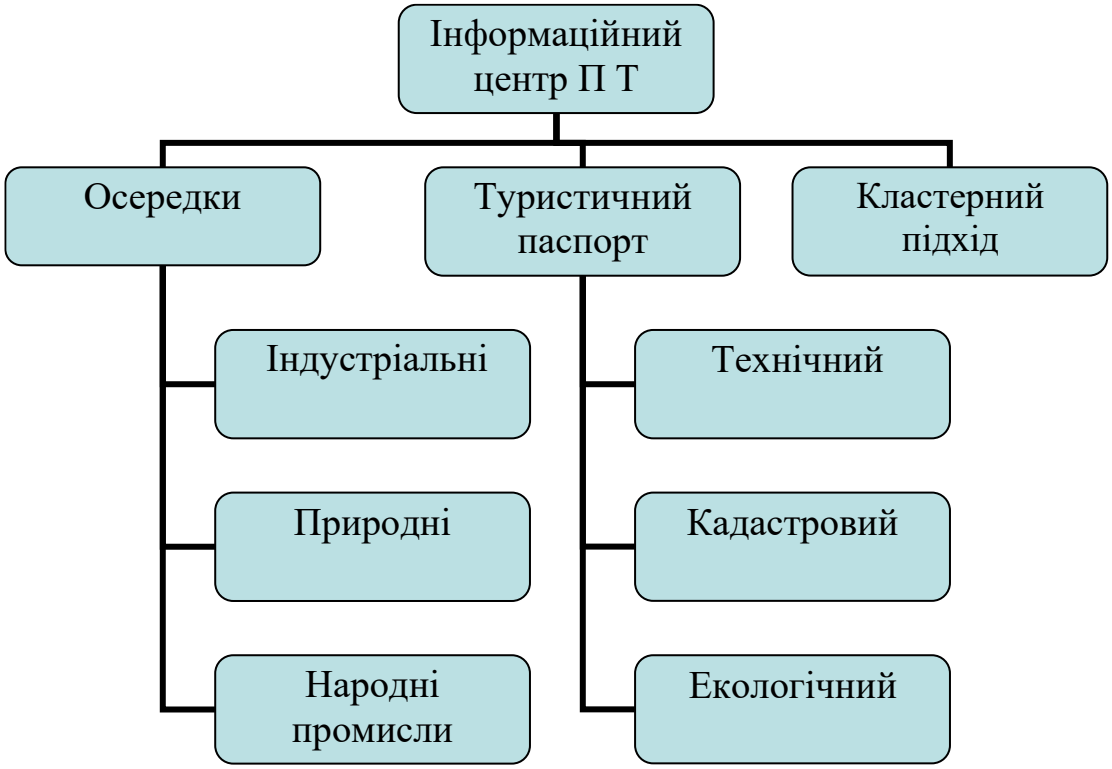


Рис. 1. Структура Інформаційного центру промислового туризму

За своїм призначенням інформаційні центри промислового туризму, завдяки своїм комунікаційним технологіям, виконують роль осередків розвитку туризму, надають консалтингові послуги, інформують не лише безпосередніх відвідувачів, а й потенційних туристів. Тут можна отримати інформацію про туристично-рекреаційні можливості і ресурси промислового туризму обраного регіону.

Ресурсний потенціал промислового туризму складають індустріальні та природні осередки, а також народні промисли [2, с.17]. Індустріальні:

заводи, фабрики, електростанції, комбінати, летовища; природні: соляні промисли, карстові утворення, озокеритові утворення, нафтові промисли, промислові кар'єри, зоо-і фіто промисли, грязьовий вулкан, лікувальні грязі, мінеральні води; народні промисли: килимарство, ткацтво, вишивання, різьба по дереву, кістці, рогу, лозоплетіння, художня обробка шкіри, декоративний розпис, гончарство, склороби-гутники, золотарі-ювеліри, ковалі.

Всі ресурси промислового туризму відповідають одній умові – отримання готової продукції відбувається завдяки технології виготовлення з допомогою технічного устаткування та обладнання. З метою підвищення інвестиційної привабливості регіону, формування механізмів стимулювання підприємницької ініціативи, створення сприятливого підприємницького клімату, залучення підприємців до формування туристичних інформаційних центрів в індустрії туризму використовують кластерний підхід. Туристичний кластер [5] – це ключова організаційна основа, яка поєднує підприємства туристичної та інших суміжних галузей у єдину систему, що дає змогу реалізувати пріоритетні задачі, які стоять перед підприємствами, установами, організаціями та сприятиме посиленню конкурентних переваг цього регіону. Формування туристичного кластера – логічно продумана, чітко впорядкована діяльність, яка передбачає консолідований механізм дій усіх учасників об'єднання, завдяки якому можна забезпечити фінансування та виконання навіть дуже амбіційних проектів у туристичній галузі, які були б непосильними для одного окремо взятого з них. Кластер дає можливість вести моніторинг промислового туризму, який полягає в аналізі динаміки показників діяльності туристичної галузі впродовж останніх років і на цій основі приймати необхідні рішення та визначати пріоритети розвитку промислового туризму на перспективу.

Інформацію про екологічний стан об'єкта містить в собі екологічний паспорт підприємства [3, с.21] – нормативно-технічний документ, який має характеристику взаємин підприємства з навколишнім середовищем, загальні відомості про підприємство, використовуваному сировину, опис технологічних схем вироблення основних видів продукції, схем очищення стічних вод та викидів в повітря і т.д., а також перелік планованих заходів, спрямованих на зниження навантаження на навколишнє середовище. Він також повинен містити детальну інформацію, що стосується потужності та спеціалізації виробництва, технічної оснащеності, отриманої сировини і випущеної продукції. У інформації, що відбиває виробничу діяльність підприємства, необхідно виділити ту її частину, яка пов'язана з природоохоронними проблемами. Характеристика промислового майданчика, особливостей її природних компонентів дуже важливі, тому що в значній мірі впливає на характер розповсюдження або накопичення викидів, визначає гостроту екологічної ситуації та спрямовує на вирішення вказаних проблем. Ресурси промислового туризму та туристичний паспорт туру [2, с.18], який поєднує кадастровий, технічний і екологічний паспорти

об'єктів маршруту, є основними складовими Інформаційного центру промислового туризму (ІЦПТ), завдання якого – сприяння ефективнішому використанню та розвитку туристичних ресурсів, підвищення їх конкурентоспроможності, надання необхідної інформації і консалтингових послуг. Реалізацію своїх завдань ІЦПТ здійснює через створення бази даних та налагодження зв'язків між власниками туристичної інфраструктури. Інформаційні центри працюють як осередки розвитку промислового туризму і повинні володіти достовірною інформацією про туристичні ресурси, зберігати їх технічні, функціональні, правові та юридичні дані. Важливе значення мають оптимальні взаємозв'язки з різними суб'єктами туризму та державними органами влади, вихідні дані яких формують інформацію про промислові ресурси, їх кількісний і якісний стан, підвищення рівня ефективності управління та раціонального використання. Робота Інформаційного центру повинна бути динамічною, вести безперервно контроль за процесами, які впливають на вихідний продукт. Основні завдання реалізуються через створення бази даних та налагодження зв'язків між власниками туристичної інфраструктури і надання туристам необхідної інформації.

Висновки та перспективи. Розроблена структура Інформаційного центру промислового туризму дозволить підвищити якість туристично-екскурсійного обслуговування, рівень його сервісу, а також покращить туристичний імідж території. Це дає можливість вести моніторинг нових інформаційних показників, враховувати зміни структурних та функціональних зв'язків між різними туристичними ресурсами, збору, аналізу і поширення даних про них, що є так необхідно для приїжджих туристів. Інформаційні центри промислового туризму створять сприятливі умови для залучення прихильників цього нового виду туризму в нашу країну, що значною мірою сприятиме створенню належних умов для розвитку сфери промислового туризму та суміжних галузей економіки. Це допоможе першочерговому стимулюванню в'їзного та внутрішнього туризму, збільшенню надходжень до державного та місцевих бюджетів і, відповідно, зростанню добробуту та зайнятості населення, підвищить міжнародний авторитет України як туристичної держави.

Використані джерела:

1. Пендерецький О.В. Промисловий туризм в Україні: стан, перспективи розвитку. Український географічний журнал. / О. В. Пендерецький. – 2010. – № 3. – С. 48 – 51.

2. Пендерецький О.В. Територіальна організація промислового туризму Карпатського суспільно-географічного району та основні напрямки її вдосконалення. Монографія / О.В. Пендерецький. – Івано-Франківськ: ІФНТУНГ. – 2011. – 225 с.

3. Білявський Г.О. Основи екології: теорія та практикум. Навчальний посібник / Г.О. Білявський, Л.І. Бутченко. – К. Лібра. – 2006. – 368 с.

4. Любіцева О.О. Методика розробки турів. Навчальний посібник / О.О. Любіцева. – К.: Альтерпрес. – 2003. – 104 с.

5. Александрова А.Ю. Туристские кластеры: содержание, границы, механизм функционирования // Экономические проблемы развития сервиса и туризма. – 2007. – № 2 – С. 51 – 61.

6. http://www.geograf.com.ua/geoinfocentre/20-human-geography-ukraine-world/269-ref22041103.

7. http://aratta-ukraine.com/text_ua.

УДК 911.3

Чеченя О.В.

ОЦІНКА РІВНЯ РОЗВИТКУ ІНДУСТРІЇ НАЦІОНАЛЬНОГО ТУРИЗМУ

Проаналізовано основні складові індустрії національного туризму. Здійснено оцінку рівня розвитку індустрії національного туризму за основними показниками.

Ключові слова:індустрія національного туризму, рівень розвитку, інтегральна оцінка

Проанализированы основные составляющие индустрии национального туризма. По главным показателям осуществлена оценка уровня развития индустрии национального туризма.

Ключевые слова: индустрия национального туризма, уровень развития, интегральная оценка

The main components of the national tourism industry were analyzed. The level of development of the national tourism industry was valued by the main indicators.

Key words: national tourism industry, level of development, the integral estimation

Постановка проблеми. Національний туризм України перебуває на етапі свого становлення та є чутливим до змін, що відбуваються як у національній економіці так і в світовій. Невід'ємною складовою національного туризму є індустрія національного туризму, саме тому важливим є дослідження її рівня розвитку протягом 2005-2011 рр.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. У своїх працях зарубіжні та вітчизняні науковці досліджували багато питань, присвячених індустрії туризму. Окремі аспекти знайшли своє відображення у працях таких науковців як М.Б. Біржаков, С.М. Бондар, І.І. Мельник, М.І. Нікіфоров, С.Г. Фришев. (теоретичні засади транспортних пасажирських перевезень), А.Ю. Александрова (теоретичні та прикладні питання розвитку індустрії туризму), О.О. Любіцева (теорія, методологія та методика дослідження національної індустрії туризму), Ю.С. Занько, М.П. Мальська, І.Г. Пандяк, І.В. Поплавська (теоретико-методологічні та прикладні розробки в готельному господарстві) та ін.

Формулювання цілей, постановка завдання. Метою даної статті є визначення рівня розвитку індустрії національного туризму в розрізі регіонів України.

Виклад основного матеріалу. Під індустрією туризму розуміємо сукупність галузей господарства щодо виробництва та реалізації товарів (складає 75-80% в загальному обсязі діяльності) і послуг в туризмі [3]. В основу оцінки рівня розвитку індустрії національного туризму України було покладено оцінки готельного господарства, ресторанного господарства, санаторно-курортних закладів, дитячих закладів оздоровлення та відпочинку, транспортної системи.

Індустрія національного туризму оцінювалася за період з 2005 р. по 2011 р., для зручності були вибрані 2005 р. (характеризує період до кризи), 2008 р. (кризовий період), 2011 р. (сучасний період). Показниками, за якими здійснювалася оцінка готельного господарства, ресторанного

господарства, санаторно-курортних закладів, дитячих закладів оздоровлення та відпочинку є: 1) рівень споживання послуг; 2) рівень зайнятості в галузі; 3) рівень розвитку галузі.

Рівень споживання послуг визначаємо як відношення обсягу споживання послуг в області до чисельності населення в області. Як відношення кількості зайнятих в певній галузі та в певній області до чисельності населення в області визначаємо рівень зайнятості. Рівень розвитку мережі визначаємо як відношення кількості місць в закладах (що досліджуються) області до чисельності населення в області. Інтегральна оцінка рівня розвитку певної галузі для регіонів України визначалася як відношення суми складових балів 3 показників (рівня споживання, рівня зайнятості, рівня розвитку мережі) до кількості показників [2].

При визначенні балу рівня споживання послуг готельного господарства виходили з того, що: 1 бал – до 20; 2 бали – 21-40; 3 бали – 41-60; 4 бали – 61-80; 5 балів – 81 і більше грн./1 особу.

Найвищий (5) бал рівня споживання готельних послуг протягом 2005-2011 рр. спостерігався в м. Києві [1]. Найнижчий (1) – у Вінницькій, Житомирській, Кіровоградській, Луганській, Рівненській та Тернопільській областях. Збільшення рівня споживання у 2008 р. порівняно з 2005 р. та його зниження у 2011 р. до рівня 2005 р. спостерігається для Волинської та Херсонської областей. При визначенні рівня зайнятості в готельному господарстві виходили з того, що: 1 бал – до 0,386; 2 бали – 0,387-0,586; 3 бали – 0,587-0,786; 4 бали - 0,787-0,986; 5 балів – 0,987 і більше осіб. Стабільно високий (5) бал рівня зайнятості протягом 2005-2011 рр. спостерігався для Автономної Республіки Крим, м. Києва та м. Севастополь. Стабільно низький (1) бал рівня зайнятості – для Вінницької, Кіровоградської та Тернопільської областей. У Волинській, Дніпропетровській, Рівненській та Сумській областях спостерігається тенденція до зниження рівня зайнятості в готельному господарстві. Протилежною є ситуація в Івано-Франківській, Київській, Львівській, Хмельницькій та Чернігівській областях.

При визначенні рівня розвитку мережі готельного господарства виходимо з того, що: 1 бал – до 1,752; 2 бали – 1,753-2,669; 3 бали – 2,670-3,586; 4 бали – 3,587-4,503; 5 балів – 4,504 і більше. Для Автономної Республіки Крим та м. Києва протягом 2005-2011 рр. спостерігається найвищий бал (5) рівня розвитку мережі готельного господарства. Найнижчий (1) бал – для Вінницької, Донецької, Кіровоградської областей.

Інтегральна оцінка рівня розвитку готельного господарства визначалася як відношення суми складових балів 3-х показників (рівня споживання, рівня зайнятості, рівня розвитку мережі готельного господарства) до кількості показників.

Рівень розвитку готельного господарства для Автономної Республіки Крим та м. Києва протягом 2005-2011 рр. є високим (5 балів). Найнижчим (1 бал) є рівень розвитку для Вінницької та Кіровоградської областей. Зростання рівня розвитку спостерігається для Івано-Франківської,

Львівської, Одеської та Хмельницької областей. Зниження – для Волинської, Рівненської та Тернопільської областей. Незначне зростання у 2008 р., порівняно з 2005 р., яке в 2011 р. змінюється на спад спостерігається для Дніпропетровської, Житомирської, Луганської, Миколаївської, Сумської, Херсонської та Чернівецької областей. Для решти областей характерним є зростання рівня розвитку готельного господарства у 2008 р., порівняно з 2005 р. та його стабілізація у 2011 р. на рівні 2008 р.

При визначенні рівня споживання послуг ресторанного господарства виходили з того, що: 1 бал – до 20; 2 бали – 21-40; 3 бали – 41-60; 4 бали – 61-80; 5 балів – 81 і більше грн./1 особу. Київська область та м. Київ мають найвищий (5) бал рівня споживання послуг ресторанного господарства протягом 2005-2011 рр.. Для решти областей спостерігається поступове, але стабільне зростання рівня розвитку споживання. При визначенні рівня зайнятості в ресторанному господарстві виходили з того, що: 1 бал – 0,001; 2 бали – 0,002; 3 бали – 0,003; 4 бали – 0,004; 5 балів – 0,005 і більше осіб.

Рівень зайнятості в ресторанному господарстві протягом 2005-2011 рр. є найвищим (5 балів) для м. Києва. Для Волинської, Донецької, Київської, Львівської, Одеської та Чернівецької областей характерним є зростання рівня зайнятості. В м. Севастополь спостерігається зниження рівня зайнятості у 2011 р. порівняно з 2005-2010 рр. (на 1 бал), тоді як рівень для Автономної Республіки Крим залишається стабільним на рівні 2 балів. Для решти областей характерним є низький (1 бал) рівень зайнятості в ресторанному господарстві. При визначенні рівня розвитку мережі ресторанного господарства виходили з того, що: 1 бал – до 0,027; 2 бали – 0,028-0,035; 3 бали – 0,036-0,042, 4 бали – 0,043-0,050, 5 балів – 0,051 і більше. Протягом 2005-2011 р. стабільно високий (5) бал рівня розвитку мережі ресторанного господарства спостерігається для Волинської області. Стабільно низький (1) бал – для Херсонської та Черкаської областей. Рівень розвитку мережі ресторанного господарства для Донецької та Чернігівської областей протягом 2005-2011 рр. залишався на рівні 2 балів. Для Київської та Тернопільської областей характерним є зменшення рівня розвитку у 2008 р. порівняно з 2005 р. та досягнення у 2011 р. до кризового рівня. Аналіз інтегральної оцінки ресторанного господарства свідчить про те, що найвищу (5 балів) оцінку отримало м. Київ. Найнижчу оцінку (1 бал) отримала Херсонська область.

При визначенні рівня споживання послуг санаторно-курортних і оздоровчих закладів, виходили з того, що: 1 бал – до 20; 2 бали – 21-40; 3 бали – 41-60; 4 бали – 61-80; 5 балів – 81 і більше грн../1 особу.

Для Автономної Республіки Крим та Львівської області протягом 2005-2011 рр. бал рівня споживання послуг санаторно-курортних і оздоровчих закладів є найвищим (5). Для Івано-Франківської, Кіровоградської, Луганської, Сумської, Тернопільської, Черкаської, Чернівецької та Чернігівської бал є найнижчим (1). Збільшення балу рівня споживання послуг характерним є для решти областей.

При визначенні рівня зайнятості санаторно-курортних і оздоровчих закладів, виходили з того, що: 1 бал – до 0,820; 2 бали – 0,821-1,641; 3 бали – 1,642-2,462; 4 бали – 2,463-3,283; 5 балів – 3,284 і більше осіб.

Протягом 2005-2011 рр. найвищий (5) бал рівня зайнятості спостерігається для Автономної Республіки Крим та Львівської області. Трохи нижчий (4) бал, але стабільний спостерігається для Запорізької області. Також стабільним протягом 2005-2011 рр. залишився рівень зайнятості для Волинської, Дніпропетровської, Житомирської, Закарпатської, Івано-Франківської, Кіровоградської, Сумської, Тернопільської, Хмельницької, Черкаської та Чернівецької областей. Для решти областей характерним є зниження рівня зайнятості. Виключенням є лише Полтавська область, для якої спостерігається збільшення рівня зайнятості у 2008 р. порівняно з 2005 р., та зниження в 2011 р. до рівня 2005 р.

При визначенні рівня розвитку мережі санаторно-курортних і оздоровчих закладів, виходили з того, що: 1 бал – до 0,004; 2 бали – 0,005-0,009; 3 бали – 0,010-0,014; 4 бали – 0,015-0,019; 5 балів – 0,020 і більше.

Щодо рівня розвитку мережі санаторно-курортних і оздоровчих закладів, то для Чернігівської області спостерігається його зниження, а для м. Севастополя – збільшення. Для решти областей рівень розвитку мережі протягом 2005-2011 рр. залишався незмінним.

Найвищий (5) бал інтегральної оцінки розвитку санаторно-курортних і оздоровчих закладів протягом 2005-2011 рр. отримала Автономна Республіка Крим. Найнижчий (1) бал – Івано-Франківська, Кіровоградська, Луганська, Рівненська, Сумська, Тернопільська та Чернівецька області. Незмінним залишився бал інтегральної оцінки для Дніпропетровської (2),Черкаської (2), Закарпатської (3) та Львівської (4) областей.

При визначенні рівня споживання послуг дитячих закладів відпочинку та оздоровлення виходили з того, що: 1 бал – до 6,00; 2 бали – 6,01-12,00; 3 бали – 12,01-18,00; 4 бали – 18,01-24,00; 5 балів – 24,01 і більше грн./1 особу. Бал рівня споживання послуг дитячих закладів відпочинку та оздоровлення є найвищим (5) протягом 2005-2011 рр. для Автономної Республіки Крим, Запорізької та Херсонської областей. Найнижчим (1) бал є для м. Києва. Для решти областей України та м. Севастополя характерним є поступове зростання рівня споживання послуг протягом 2005-2011 рр.

При визначенні рівня зайнятості в дитячих закладах відпочинку та оздоровлення виходили з того, що: 1 бал – до 0,005; 2 бали – 0,006; 3 бали – 0,007; 4 бали – 0;008 5 балів – 0,009 і більше осіб.

Протягом 2005-2011 рр. найвищий (5 балів) рівень зайнятості в дитячих закладах відпочинку та оздоровлення спостерігається для Херсонської області. Незважаючи на високий рівень споживання послуг в Запорізькій області протягом 2005-2011 рр., бал рівня зайнятості в області за даний період є найнижчим (1). Такий же рівень зайнятості спостерігається і для Дніпропетровської, Донецької, Житомирської,

Київської, Луганської, Львівської, Тернопільської, Чернігівської областей та м. Києва. Стабільним є рівень розвитку для Закарпатської області (4 бали) та м. Севастополя (2 бали). Поступове зростання балу рівня зайнятості протягом 2005-2011 рр. спостерігається для решти областей.

При визначенні рівня розвитку мережі дитячих закладів відпочинку та оздоровлення виходили з того, що: 1 бал – до 0,002; 2 бали – 0,003-0,005; 3 бали – 0,006-0,008; 4 бали – 0,009-0,012; 5 балів – 0,013 і більше.

Найвищий (5) бал рівня розвитку мережі дитячих закладів відпочинку та оздоровлення протягом 2005-2011 рр. спостерігається для Автономної Республіки Крим та Херсонської області. Стабільно низьким є рівень розвитку мережі у Львівській, Рівненській, Тернопільській, Хмельницькій областях та в м. Київ. Зростання рівня розвитку мережі спостерігається в Житомирській, Київській областях та в м. Севастополь. Протилежною є тенденція для Дніпропетровської, Донецької, Закарпатської, Запорізької, Кіровоградської та Луганської областей. Для решти областей рівень розвитку мережі протягом 2005-2011 рр. є незмінним (2 бали).

Аналіз інтегральної оцінки рівня розвитку дитячих закладів відпочинку та оздоровлення свідчить про те, що найвищу оцінку (5 балів) отримала Херсонська область, а найменшу (1 бал) – Львівська, Тернопільська області та м. Київ. Для решти областей спостерігається зростання рівня розвитку протягом 2005-2011 рр.. Виключенням є лише Закарпатська, Запорізька та Луганська область, для них рівень розвитку протягом даного періоду залишався на рівні 3 (для Закарпатської та Запорізької області) та 2 (для Луганської області) балів.

Показниками за якими здійснювалася оцінка рівня розвитку транспорту є: 1) рівень транспортної мережі, 2) рівень транспортної роботи. Рівень транспортної мережі (щільність) – довжина шляхів сполучення певного виду транспорту на одиницю площі території. Рівень розвитку транспортної роботи (пасажирооборот) розраховується як добуток кількості перевезених пасажирів певним видом транспорту на відстань їх перевезення. Інтегральна оцінка рівня розвиту певного виду транспорту розраховувалася як відношення суми 2 показників (1) рівень розвитку транспортної мережі, 2) рівень розвитку транспортної роботи) до їх кількості. При визначенні рівня розвитку транспортної мережі автомобільного транспорту виходили з того, що: 1 бал – до 208; 2 бали – 209-245; 3 бали – 246-282; 4 бали – 283-318; 5 балів – 319 і більше.

Протягом 2005-2011 рр. найвищий (5) бал рівня транспортної мережі автомобільного транспорту спостерігався для Вінницької, Львівської, Тернопільської, Хмельницької та Чернівецької областей. Найнижчий (1) бал – для Миколаївської та Херсонської областей. Для Полтавської області спостерігається зростання рівня розвитку автомобільної мережі, а для решти областей України протягом 2005-2011 рр. рівень не змінювався. При визначенні рівня розвитку транспортної роботи автомобільного транспорту

виходили з того, що: 1 бал – до 1030; 2 бали – 1031-2031; 3 бали – 2032-3032; 4 бали – 3033-4033; 5 балів – 4034 і більше.

Найвищий (5 балів) рівень розвитку роботи автомобільного транспорту протягом 2005-2011 рр. спостерігається для Дніпропетровської, Донецької областей та м. Києва та м. Севастополя. Для Сумської, Чернівецької, Чернігівської областей рівень є найнижчим (1 бал). Зростання рівня розвитку роботи автомобільного транспорту спостерігається для Автономної Республіки Крим, Волинської, Житомирської, Київської та Кіровоградської областей. Зниження – Запорізької, Луганської та Хмельницької області. Зростання рівня розвитку роботи автомобільного транспорту в 2008 р. порівняно з 2005 р. та його зниження в 2011 р. характерно для Закарпатської, Львівської, Полтавської та Тернопільської областей. Для решти областей України рівень розвитку автомобільного транспорту протягом 2005-2011 рр. залишався стабільним.

Аналіз інтегральної оцінки рівня розвитку автомобільного транспорту свідчить про те, що найвищу (5 балів) оцінку отримала Дніпропетровська, Донецька та Львівська області. Також висока оцінка (4 бали) спостерігається для Вінницької області. Для Закарпатської, Полтавської та Тернопільської областей спостерігається збільшення рівня розвитку в 2008 р. порівняно з 2005 р., потім його зниження в 2011 р. до рівня 2005 р.. Зменшення рівня розвитку автомобільного транспорту спостерігається для Запорізької, Луганської та Хмельницької областей. Протилежною є тенденція для Автономної Республіки Крим, Волинської, Житомирської, Київської та Кіровоградської областей. Для решти регіонів України рівень розвитку автомобільного транспорту протягом 2005-2011 рр. не змінювався.

При визначенні рівня розвитку мережі залізничного транспорту виходили з того що: 1 бал – до 24; 2 бали – 25-33; 3 бали – 34-42; 4 бали – 43-51; 5 балів – 52 і більше км шляхів на 1 тис. км2 території.

Протягом 2005-2011 рр. рівень транспортної мережі залізничного транспорту залишався незмінним для всіх регіонів України. Найвищим (5 балів) рівень транспортної мережі є для Донецької та Львівської області, а найнижчим (1 бал) – для Автономної Республіки Крим та Херсонської області.

При визначенні рівня транспортної роботи залізничного транспорту виходили з того, що: 1 бал – до 1062,2; 2 бали – 1062,3-1912,3; 3 бали – 1912,4-2762,4; 4 бали – 2762,5-3612,5; 5 балів – 3612,6 і більше.

Рівень роботи залізничного транспорту є найвищим (5 балів) для Дніпропетровської, Донецької, Київської та Харківської областей. Зменшення рівня протягом 2005-2011 рр. спостерігається для Вінницької, Закарпатської та Хмельницької областей. Збільшення – для Львівської області. Для Автономної Республіки Крим характерним є збільшення рівня в 2008 р. порівняно з 2005 рр. та його зменшення в 2011 р. до рівня 2005 р. Для решти областей України рівень роботи залізничного транспорту є стабільним.

Стабільно високою (5 балів) є інтегральна оцінка рівня розвитку залізничного транспорту для Дніпропетровської, Донецької та Львівської та Харківської областей. Стабільно низьким (1) є бал лише для Херсонської області. Для Автономної Республіки Крим характерним є збільшення рівня розвитку у 2008 р. порівняно з 2005 р. та його зменшення у 2011 р. до рівня 2005 р. Рівень розвитку залізничного транспорту для інших регіонів протягом 2005-2011 рр. не змінювався. Виключенням є лише Хмельницька область. Для неї характерним є зниження рівня на 1 бал у 2011 р., порівняно з 2005-2008 рр..

При визначенні рівня транспортної роботи морського транспорту виходили з того, що: 1 бал – до 8,0; 2 бали – 8,1-12,1; 3 бали – 12,2-16,2; 4 бали – 16,3-20,3; 5 балів – 20,4 і більше. Рівень транспортної роботи морського транспорту є найнижчим (1 бал) для Запорізької та Миколаївської областей. Зниження рівня спостерігається для Автономної Республіки Крим, м. Києва (підприємства, які зареєстровані в м. Києві) та м. Севастополя. Протилежною є тенденція для Одеської області.

При визначенні рівня транспортної роботи річкового транспорту виходили з того, що: 1 бал – до 1,5; 2 бали – 1,6-3,0; 3 бали – 3,1-4,5; 4 бали – 4,6-6,0; 5 балів – 6,1і більше.

Протягом 2005-2011 рр. спостерігається зниження рівня транспортної роботи річкового транспорту для Запорізької, Миколаївської та Херсонської областей. Підвищення рівня в 2008 р. порівняно з 2005, та його зниження в 2011 р. до рівня 2005 р. спостерігається для Дніпропетровської області. Для решти областей (Київської, Одеської, Полтавської, Тернопільської, Чернігівської) та м. Києва рівень залишається стабільним протягом 2005-2011 рр..

При визначенні рівня транспортної роботи авіаційного транспорту виходили з того, що: 1 бал – до 70; 2 бали – 71-271; 3 бали – 272-472; 4 бали – 473-673; 5 балів – 674 і більше.

Найвищим рівнем (5 балів) транспортної роботи авіаційного транспорту протягом 2005-2011 рр. є рівень Київської області та м. Києва. Зростання рівня спостерігається для Дніпропетровської та Луганської областей. Зменшення – для Львівської та Одеської областей. Для Автономної Республіки Крим, Запорізької, Івано-Франківської, Кіровоградської, Полтавської, Рівненської, Харківської, Хмельницької та Чернівецької областей та м. Севастополя рівень є найнижчим (1бал). Зростання рівня транспортної роботи авіаційного транспорту у 2008 р. порівняно 2005 р. та його зниження у 2011 р. характерно для Донецької області.

Інтегральна оцінка розвитку транспортної системи регіонів України визначалася як відношення суми складових балів оцінки автомобільного, залізничного, морського, річкового, авіаційного транспорту та додаткових балів (по 1 балу за наявність міжнародного аеропорту в області та за наявність річкового чи морського порту) до кількості досліджуваних видів транспорту.

Зростання інтегральної оцінки розвитку транспортної системи у 2008 р. порівняно з 2005 р., та його зниження у 2011 р. до рівня 2005 р. спостерігається для Автономної Республіки Крим, Запорізької та Тернопільської областей. Тенденція до зменшення рівня спостерігається для Донецької, Львівської, Херсонської, Хмельницької областей та м. Севастополя. Для решти областей характерним є стабільний рівень розвитку транспортної системи протягом 2005-2011 рр..

Інтегральна оцінка рівня розвитку індустрії національного туризму визначалася як відношення суми складових балів готельного, ресторанного господарства, санаторно-курортних і оздоровчих закладів, дитячих закладів відпочинку та оздоровлення, транспортної системи до кількості складових. Рівень розвитку індустрії національного туризму (рис. 1) для Автономної Республіки Крим протягом 2005-2011 рр. є високим (4 бали).

Також незмінним залишився рівень розвитку для Вінницької, Волинської, Полтавської, Рівненської, Сумської, Харківської (на рівні 2 балів), Львівської, Херсонської областей та м. Києва й м. Севастополя (на рівні 3 балів). Спостерігається зростання рівня розвитку на 1 бал у 2011 р. порівняно з 2008 р. для Закарпатської, Київської, Одеської та Чернівецької областей. Рівень розвитку у 2008 р. порівняно з 2005 р. збільшився для Дніпропетровської та Тернопільської областей, проте вже у 2011р. знизився до рівня 2005 р.. Для решти областей характерним є зростання рівня розвитку індустрії національного туризму на 1 бал у 2008 р. порівняно з 2005 р., та його стабілізація у 2011 р. на рівні 2008 р.

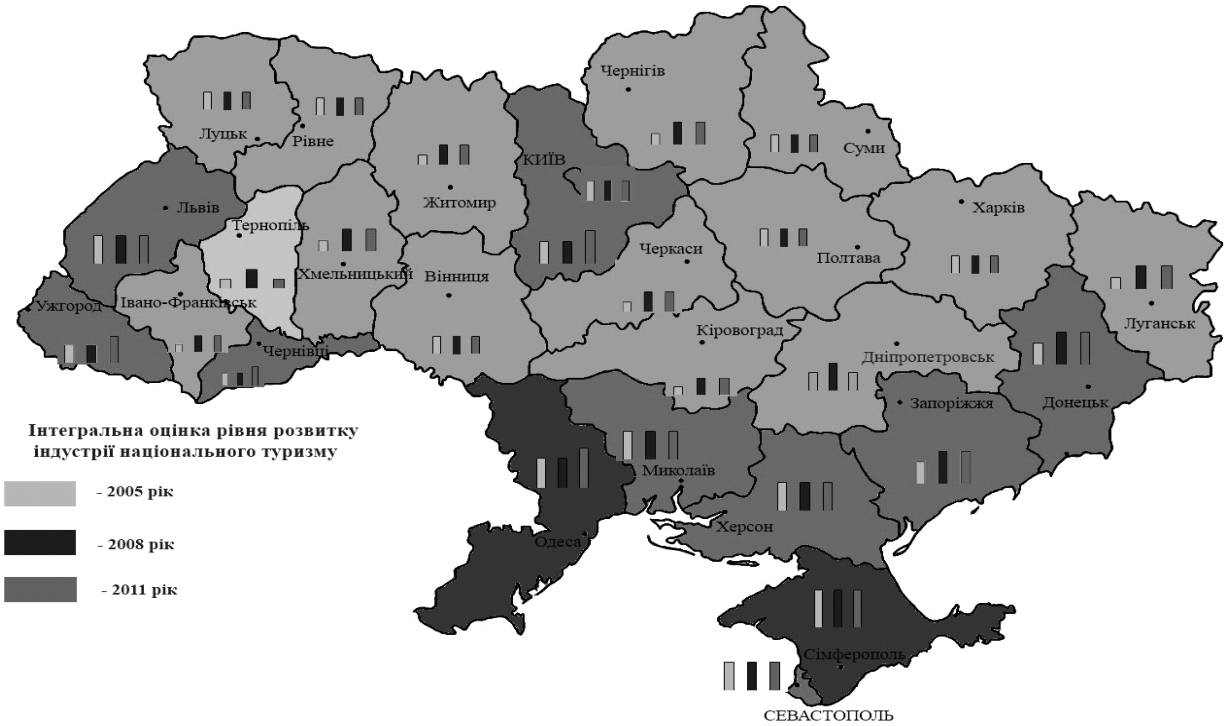


Рис. 1. Рівень розвиту індустрії національного туризму, 2011 р.

Висновки і перспективи подальших розвідок. Отже, протягом 2005-2009 рр. рівень розвитку індустрії національного туризму в середньому по Україні залишався стабільним (на рівні 3 балів), проте вже у 2010 р. рівень розвитку зріс на 1 бал, та стабілізувався у 2011 р. на рівні 2010 р. Територіальну диференціацію рівня розвитку індустрії туризму можна пояснити диференціацією розвитку туристичної інфраструктури та економічного розвитку регіонів, різною туристичною привабливістю регіонів. Подальші дослідження будуть спрямовані на пошук напрямків вирішення проблем розвитку індустрії національного туризму.

Використані джерела:
1. Державна служба статистики України. Режим доступу: - http://www.ukrstat.gov.ua/;
2. Любіцева О. О. Територіальна організація соціальної інфраструктури сільського адміністративного району/ О. О. Любіцева// Вісник Київського університету. Серія Хіміко-біологічні науки та науки про Землю. – К.: Альтерпрес, 2003. – 436 с.;
3. Туристична сфера, готельне господарство та форми їх організації у світі: Конспект лекцій/ Київський держ. торгівельно-економічний ун-т/Любіцева О.О. (укл.). – К., 1995. – 52 с. – С. 10.

УДК 338.48-52 (477)

Засєдка І.В.

РОЗВИТОК ВЕЛОСИПЕДНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ ЯК СПЕЦІАЛІЗОВАНОГО ВИДУ ТУРИЗМУ

Розкрито суть велосипедного туризму, проаналізовано особливості розвитку та територіальну організацію велосипедного туризму, висвітлено думки щодо необхідності розвитку цього виду відпочинку, розкрито основні проблеми, з якими зіткнулась Україна, та наведено приклади можливих веломаршрутів.

Ключові слова: велосипедний туризм, велосипедні маршрути, туристична інфраструктура.

Раскрыта суть велосипедного туризма, проанализировано особенности развития и территориальной организации велосипедного туризма, поданы мысли относительно необходимости развития этого вида отдыха, раскрыты основные проблемы, с которыми столкнулась Украина, и приведены примеры возможных веломаршрутов.

Ключевые слова: велосипедный туризм, велосипедные маршруты, туристическая инфраструктура.

The essence of cycling tourism was examined, the features of the development and the territorial organization of cycling tourism were analyzed, thoughts regarding the necessity to develop this type of recreation are given, the main problems faced by Ukraine are examined, the examples of possible bicycle routes are shown.

Keywords: cycling tourism, bicycle routes, tourist infrastructure.

Постановка наукової проблеми. На сьогодні велосипедний туризм стає дуже популярним, все більше країн «пересідає» на цей вид транспорту. І не лише тому, що останніми десятиліттями спостерігається тенденція до збереження навколишнього природного середовища. Основною причиною є піклування про стан здоров’я, випробування своїх

сил та можливостей. В Україні велосипедний туризм поки ще не став масовим видом відпочинку, відсутня належна інфраструктура та бракує коштів. Проте є можливості для розвитку, серед яких чудова ресурсна база, зростає частка волонтерів (асоціації та гуртки), тому необхідно проаналізувати сучасний стан велосипедного туризму, наявні проблеми та запропонувати шляхи подальшого розвитку в сфері велотуризму.

Літературні джерела та публікації. При написанні статті використовувалися наступні джерела: це енциклопедична література, яка склала теоретичну основу, наукові статті у періодичних журналах з досліджуваної проблематики, зокрема вони стосувалися проблем та перспектив розвитку вело туризму [1-9], а також спеціалізовані веб-сайти організацій, де розміщена інформація щодо сучасного стану розвитку та нових проектів, які розробляються [10-12].

Мета та завдання статті. Вивчити сучасний стан велосипедного туризму в Україні та його витоки, проаналізувати особливості територіальної організації даного виду туризму, дослідити основні проблеми і визначити перспективні напрямки розвитку та запропонувати можливі маршрути для популяризації велосипедного туризму в Україні.

Виклад основного матеріалу. Велосипедний туризм – один із видів туризму, в якому велосипед є головним або єдиним засобом пересування. Велосипедний туризм розглядають як активний спеціалізований вид туризму [2, с. 15].

Спеціалізований туризм – термін, що використовується для позначення туристів, які купують спеціалізований тур і виїжджають з метою вивчення специфічних особливостей того чи іншого місця, для придбання особистого досвіду, здачі нормативів, активного відпочинку і т. п. У рамках спеціалізованого туру особлива увага приділяється широкому діапазону питань, пов'язаних з вивченням культури, природи місця відвідування, а також професійного і різного виду спортивного та оздоровчого туристського інтересу мандрівників з обов'язковим дотриманням правил безпеки [3, с. 43].

Велосипедний туризм – популярний вид активного відпочинку, що має безліч різновидів: від невеликих прогулянок і екскурсій до складних велосипедних подорожей. Його можна розглядати і як один із видів спортивного туризму – масового і популярного спорту. На сьогодні велосипед відіграє ще одну важливу роль – він став складовою громадського транспорту, адже пересуватися ним зручно, швидко та не дуже затратно (рис.1)

Велосипедний туризм має свої особливості в порівнянні з іншими видами туризму. Велотурист для подорожі використовує більш складну техніку – велосипед, а велосипедна група і кожен її спортсмен окремо, є учасником дорожнього руху, і зобов'язана підкорятися Правилам Дорожнього Руху. Велосипедний туризм полягає у проходженні велосипедних маршрутів, які містять загально туристичні та специфічні для велотуризму об’єкти екскурсійного характеру. Складність таких

походів може коливатися від простої до вкрай складної, маршрути прокладаються з урахуванням усіх можливостей, які дає велосипед для швидкого пересування. На відміну від спортивного велотуризму, маршрути не ускладнюються навмисно та немає ділення походів на категорії [5, с. 75].

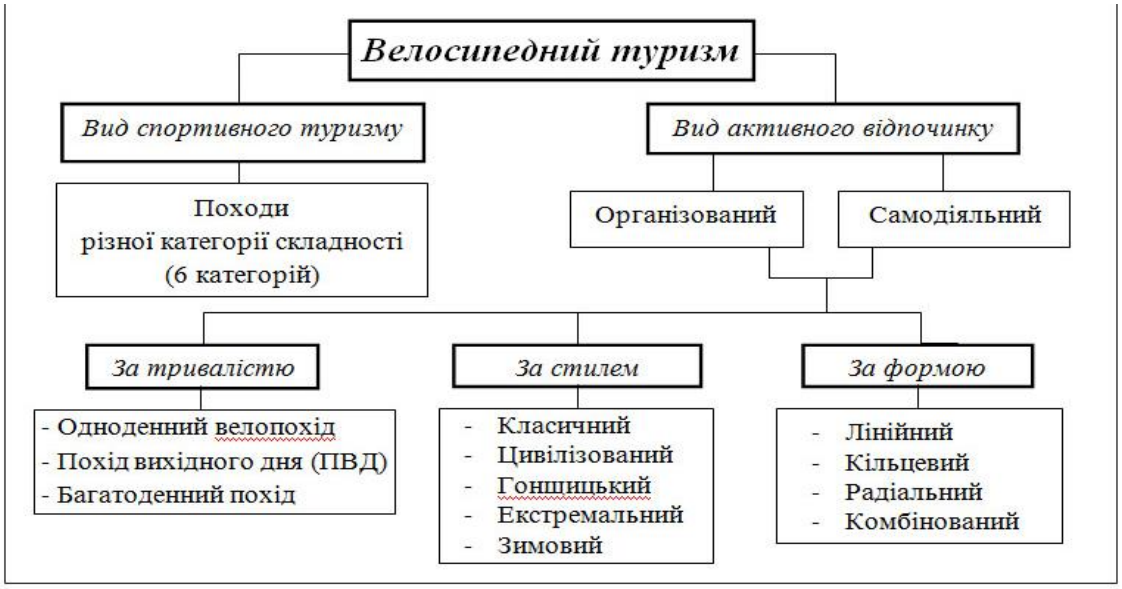


Рис. 1 Класифікація велосипедного туризму за власною розробкою**

Для велосипедного туризму характерні швидкі динамічні походи з різноманітними перешкодами, часта зміна вражень, долання значних відстаней. Велосипедні походи можуть проходити практично в будь-якому районі і в будь-який час року. Цей вид туризму доступний дітям, молоді, людям похилого віку – що робить його масовим. А оскільки велоспорт є одним з найбільш екологічних і корисних для здоров'я видів туризму, то в останні роки велосипедний туризм стає все більш популярним видом відпочинку [4, с. 29]. Велосипедний туризм в Україні має давню традицію. З матеріалів українських часописів перші «Спілки велосипедистів-аматорів» були засновані у Харкові, Севастополі та Одесі у 1887 р., а у Києві тільки через п’ять років – у 1892 р. Проте деякі дослідники роком становлення даного виду туризму вважають 1895, коли в Петербурзі було організовано спілку туристів-велосипедистів Російського туринг-клубу з відділеннями в Москві, Києві, Ризі та інших містах [1, с. 98]. З тих часів були зльоти та занепади у велосипедному русі в Україні, але найбільшого поширення велотуризм набув у Радянські часи. Так, мандрівник А. Панкратов в 1911-13 роках самостійно здійснив кругосвітню подорож на велосипеді. У 1928-31 році велотурист Г. Травін подолав важкий шлях по горах і пустелях, лісах і тундрі уздовж кордонів СРСР. У 1924 р. в Харкові почався серійний випуск вітчизняних велосипедів, що сприяло активізації велотуризму в державі [6].

Секції велотуризму при клубах та підприємствах почали з’являтися у 50-ті роки. Перша комісія велосипедного туризму виникла в Клубі туристів

Харкова у 1969 р. і вона ж залишалася Головною до 1981 р., поки не «переїхала» до Києва. У 70-і рр. почали засновуватися комісії у Житомирський області, Донецьку, Запоріжжі, Києві, Дніпропетровську, Сімферополі, Одесі та інших містах. В 1979 р. вперше в Україні, м. Харків, були проведені республіканські змагання з техніки велосипедного туризму. До середини 1990-х рр. склалося кілька різних напрямів у використанні велосипеда. Всі вони зводяться до їзди на двох колесах, але відповідні обладнання та техніка дуже спеціалізовані.

З підвищенням у Європі та США інтересу до велосипеда виникла ціла індустрія велосипедного туризму. На даний час в Україні десятки, якщо не сотні комерційних компаній і некомерційних організацій пропонують велотури різного масштабу – від одноденних поїздок до тривалих екскурсій по різних країнах. Окремі організації влаштовують велосипедні походи, учасники яких самі везуть все своє туристське спорядження і ночують у наметах, але, як правило, комерційні велотури обставляються досить комфортабельно: весь багаж перевозиться на автофургонах, а туристи отримують відмінне харчування і ночують у готелях [9].

Головними чинниками розвитку велотуризму в Україні є: різноманітність та висока привабливість природних та історико-культурних рекреаційних ресурсів, різноманітний рельєф території України, серед негативних сторін: недостатній розвиток інфраструктури велосипедного туризму. Найсприятливіші умови для подорожі в Західній Україні – там знаходиться найбільше велосипедних стоянок, пунктів ремонту та велоготелів.

Сезон велотурів в Україні починається в квітні – травні і триває до середини жовтня. Існує також і зимовий велотуризм. Велосипедні подорожі можуть бути як одноденними – в околицях міста, так і багатоденними. Більшість туристів організовує маршрути самостійно, визначаючи кількість днів, район подорожі та складність. Усі необхідні речі, в тому числі і палатки, туристи везуть самі. Організовані велотури пропонуються туристичними фірмами, часто у складі комбінованих турів, поєднуючись з рафтингом. Середня група, що відправляється в велоподорож – 7 – 10 осіб. Вік учасників від 18 до 40 років. Оптимальне навантаження під час велотуру – близько 40 км на день [8].

Всі маршрути, які пропонуються туристичними фірмами, промарковані, за основу взята Карпатська колірна система, хоча існує і Альпійська – цифрова. Так, на Закарпатті за підтримки швейцарсько-українського проекту розвитку лісового господарства FORZA промарковано близько 230 км туристських маршрутів під загального назвою Закарпатський Туристичний Шлях. Також маркуванням займається громадськість, погоджуючи цю роботу з органами місцевої влади. Так працюють на Львівщині, Івано-Франківщині, Закарпатті, Криму та решті регіонів, які зацікавлені розвивати активний туризм. У Криму за основу маркування туристських шляхів взято австрійську двоколірну системи.

Вона прийнята, як єдина географічна система маркування та картографування туристичних трас, стоянок та місць активного відпочинку гірсько-лісової зони Криму. В останні роки в Україні здійснюються проекти для розвитку велотуризму: «ВелоКраїна», «Зелений маршрут», «ЄвроВело», що супроводжуються розбудовою інфраструктури. Все це призвело до більш інтенсивного розвитку велотуризму в Карпатському регіоні [8].

Загалом в Україні виділено 4 регіони, кожен з яких має свої особливості для розвитку велосипедного туризму. Більш складними та екстремальними маршрутами характеризується Крим, західне та східне узбережжя якнайкраще підійдуть для довгострокових подорожей. Західна Україна відзначається мальовничими пейзажами, численними озерами та водоспадами, розвиненою велосипедною інфраструктурою. Центральна Україна ознайомить з визначними пам’ятками культури та архітектури, маршрути пропонуються різної складності та за будь-якої пори року, виключення становить Полісся, куди не бажано відправлятись ранньою весною та жарким літом. Південно-Східна Україна характеризується незвичайними ландшафтами, соляними шахтами та стародавніми пам’ятками, які нагадують про добу козаччини. Рельєф даного регіону, порізаний балками та ярами, що дасть можливість туристам удосконалити технічний рівень катання, а турфірмам – пропонувати екстремальні велотури.

Найбільша частка велосипедних туристів за регіонами припадає на Дніпропетровську область (зареєстровано велосипедних походів) – в межах області діє ДнепроВелоКлуб, висока частка велосипедистів у Одеській, Полтавській, Харківській, Луганській та Запорізькій областях (в даних регіонах активно працюють об’єднання велосипедистів). Категорійні вело походи не були зареєстровані в межах Закарпатської, Хмельницької, Чернігівської та Черкаської областей, проте наявність цікавих історико-культурних та природних об’єктів може спонукати до сторження нових веломаршрутів. За темпами зростання кількості велопоходів лідирують Дніпропетровськ та Київ (рис.2).

Розбудова мережі міжнародних транспортних коридорів може істотно пришвидшити розвиток туризму. Україна має найвищий коефіцієнт транзитності: з 13 тис. км автошляхів державного значення понад 9 тис. км є магістральними, зв’язаними з міжнародними транспортними коридорами [7, с.339]. В Європі активно функціонує проект ЄвроВело – розгалужена мережа велосипедних шляхів, які проходять територією європейських держав, один з маршрутів якої (Роскофф - Київ) з'єднує українські міста Київ і Львів.

Важливий крок для розвитку велотуризму було зроблено у 2008-2010 рр. – в Карпатах успішно реалізовано проект «ВелоКраїна». Головна мета – створення інфраструктури для рекреаційних велосипедних поїздок у гори і популяризація цього виду відпочинку серед українських та іноземних туристів. Територія проекту включає Івано-Франківську, Закарпатську та

Чернівецьку області, а центри розташовані в популярних серед туристів населених пунктах – Яремче, Ворохті, Яблуниці, Верховині, Косові, Рахові і селищі Глибокому на Буковині. Станом на 1 січня 2013 року, «ВелоКраїна» може запропонувати 45 промаркованих маршрутів в Українських Карпатах. Частиною «Велокраїни» є велопрокат та проживання туристів. У приватних садибах і готелях із позначкою «Велокраїна», велотурист може знайти веломийку, приміщення для нічного зберігання велосипеда, мапи, набір інструментів. Усі ці послуги – безкоштовні, причому незалежно від того, живе він у цій садибі чи ні.

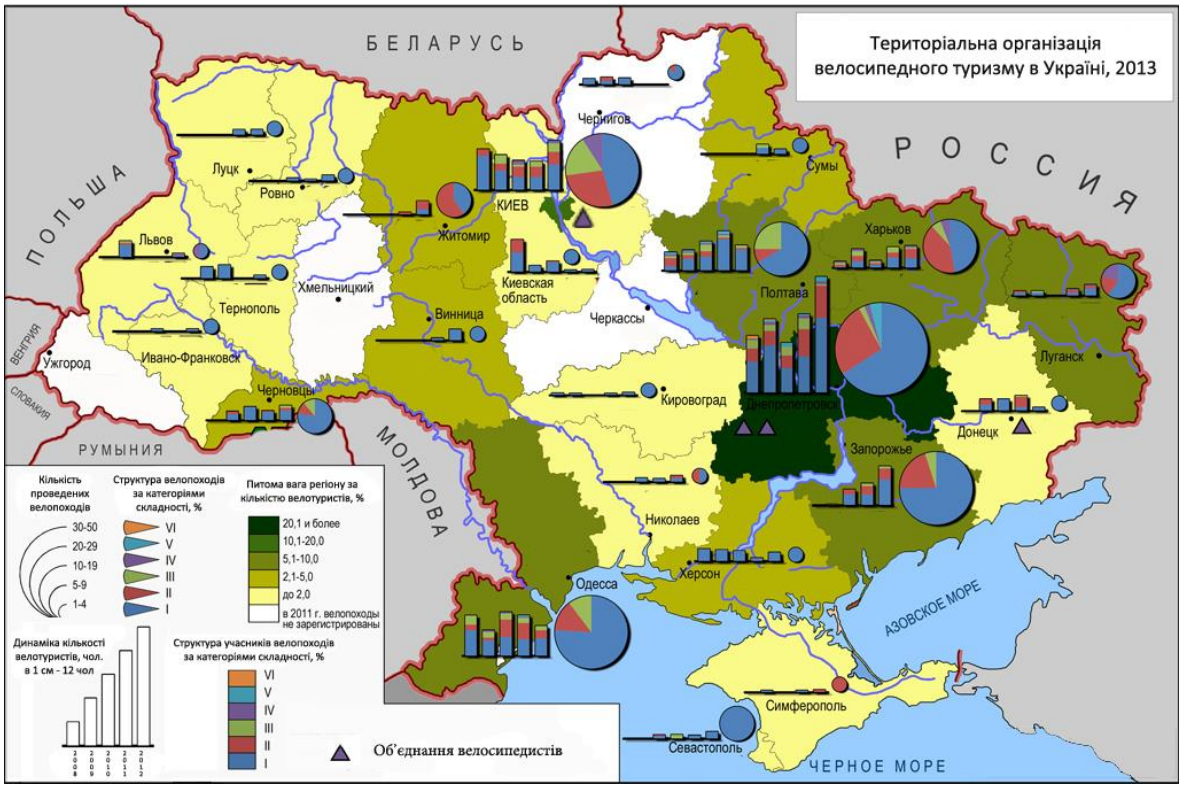


*Рис. 2 Територіальна організація велосипедного туризму в Україні**

**за даними ЦМКК ФСТУ, 2013 р.*

Проводиться активна рекламна кампанія, друкуються буклети та карти з описаними в них визначними пам'ятками, які можна побачити під час подорожі [10]. 10 листопада 2010 р. у м. Яремча було закладено основу для незвичайного, але дуже важливого проекту, за сприяння Канадського фонду підтримки місцевих ініціатив, «Маршрут доброти Івано-Франківщиною». Цей маршрут розроблено для туристів з особливими потребами і на меті – облаштування велодоріжок, якими можна буде подорожувати на кріслі-візку [12]. З кожним роком все більше волонтерів приєнується до Асоціації велосипедного туризму. За їхньої ініціативи був створений проект Free bike – безкоштовний прокат велосипедів в містах. Суть його дуже проста – взяти велосипед, доїхати до необхідного Вам місця, і залишити поблизу автобусної зупинки. Перші безкоштовні велосипеди з'явилися 4 квітня 2013 р. у м. Дніпропетровську [11]. На

добровільних засадах створюються велосипедні доріжки та парковки в містах, створено мережу вело прокату. Проте це не вирішує основних проблем – погано розвинена інфраструктура: велодоріжок дуже мало, пунктів прокату, ремонту, медичних пунктів та велостоянок у громадських місцях практично немає, нестача промаркованих та організованих маршрутів. Проводиться неефективна рекламна кампанія, випускається мало путівників та карт з позначеними на них маршрутами, і головною проблемою є відсутність підтримки даного виду туризму з боку уряду [9, с. 92].

Багата природа нашої країни дає можливість для створення нових велосипедних турів. Мальовничі пейзажі, чисте повітря, визначні пам'ятки культури та архітектури, скельні міста та глибокі шахти – це неповний перелік, який здатен привабити туристів. Зі Львова доречно відправитися в один з веломаршрутів «ВелоКраїни», проїхатися «Золотим кільцем» або ж насолодитися красою Шацьких озер. З Києва дороги можуть розходитися у будь-якому напрямку – це і чудові парки на чолі з «Софіївкою», і тематичний маршрут Полтавщиною – «Стежками Гоголя». Храми та старовинні садиби Харківщини, прогулянки вздовж р.Сіверський-Донець прийдуться до душі гостям Харкова. З Донецька можна вирушити до ландшафтного парку «Клебан-бик», побачити соляні шахти та крейдяні скелі [8]. До Криму, де дуже розгалуджена мережа веломаршрутів, можна дістатися з будь-якого куточку України. Тому нашій державі є що показати, потрібно лише бажання.

Висновки. Велотуризм, на сучасному етапі розвитку, спрямований на людей будь-якого віку, які бажають мандрувати та активно проводити вільний час, піклуються про своє здоров'я та прагнуть до нових вражень. Велосипед використовується для подорожей вихідного дня, походів різної тривалості та складності. Є можливість як самостійно відправитися у подорож, так і організувати її з допомогою туристичних операторів, які спеціалізуються на даному виді активного відпочинку. Проте відсутність належної інфраструктури, невелика кількість функціонуючих туристичних веломаршрутів, недієва рекламна кампанія та недостатнє фінансування стримує розвиток велосипедного туризму в Україні. Поширення велосипедів в містах, прокладення велодоріжок, розроблення нових веломаршрутів сприятиме формуванню значних соціально-економічних та екологічних переваг в країні. Вони пов'язані з формуванням здорового способу життя у населення, це дасть можливість розвантажити центральну частину населених пунктів від автомобілів, а також сприятиме зниженню антропогенного навантаження на навколишнє природне середовище. Використання велосипедного транспорту сприятиме урізноманітненню дозвілля туристів, може стати додатковим джерелом грошових надходжень та важливим кроком у майбутнє.

Використані джерела:

1. Антипов В.В. Психологическая адаптация к экстремальным ситуаціям - М.: ВЛАДОС-ПРЕСС, 2002. – 176 с.

2. *Велосипедный туризм / Сост. А.А. Булгаков. – М.: Ключ, 2008. – 624 с.*
3. *Гуляев В.Г. Организация туристической деятельности. - М.: Нолидж, 2008. – 312 с.*
4. *Гуревич И., Вишневский А., Рассукованый А. Велосипед и путешествия. - СПб.: Компьютербург, 2004. – 262 с.*
5. *Лебедев В.И. Экстремальная психология. - М.: Наука, 2008.- 432 с.*
6. *Лебедев В.И. Личность в экстремальных ситуациях. - М.: Наука, 2008. – 303 с.*
7. *Смирнов І.Г. Логістика туризму / І.Г. Смирнов: Навч. пос. – К.: Знання, 2009. – 444 с.*
8. *Тулулюк Н.Л. ВелоУкраина. 55 лучших маршрутов. – Х.:АССА, 2011.– 368 с., ил.*
9. *О.Ю.Каширіна, Д.Г.Луценко, О.П.Ільченко, Г.Г.Жемерова. Україна. Відпочивай активно! – 2-е вид., перероб. та доп. – Х.:АССА, 2011.– 480 с., іл.*
10. *За підтримки Європейського Союзу – проект ВелоКраїна // http://bikeland.com.ua/main_ua.php*
11. *Проект FreeBike. Прокат бесплатных велосипедов // http://veliki.ua/ru/novosty-i-akcii/54-veliki-zapuskayut-proekt-freebike-prokat-besplatnih-velosipedov.html*
12. *Маршрут доброти Івано-Франківщиною: інва-туризм у м. Яремче // http://clid.if.ua/seminari*

УДК 911.3

Бейдик О.О., Сировець С.Ю., Булюк В.Є.

ПОРІВНЯЛЬНИЙ АНАЛІЗ СУСПІЛЬНО-ГЕОГРАФІЧНИХ ОСОБЛИВОСТЕЙ РЕКРЕАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ЛУГАНСЬКОЇ ТА ХАРКІВСЬКОЇ ОБЛАСТЕЙ

За допомогою SWOT-аналізу та паспортів регіонів подана порівняльна характеристика суспільно-географічних особливостей рекреаційного потенціалу двох промислових областей Східної України - Луганської та Харківської. В межах цих регіонів висвітлені абсолютні переваги та розкрита сутність їх найбільш оптимального турпродукту.

Ключові слова: рекреаційний потенціал, паспорт регіону, SWOT-аналіз, турпродукт, абсолютні переваги.

С помощью SWOT-анализа и паспортов регионов и представлена сравнительная характеристика общественно-географических особенностей рекреационного потенциала двух промышленных областей Восточной Украины - Луганской и Харьковской. В пределах этих регионов выявлены абсолютные преимущества и раскрыта сущность их наиболее оптимального турпродукта.

Ключевые слова: рекреационный потенциал, паспорт региона, SWOT-анализ, тур продукт, абсолютные преимущества.

Comparative characteristic of the social and geographical features of the recreational potential of the two industrial regions of Eastern Ukraine (Luhansk and Kharkiv) is submitted with SWOT-analysis and regions' passports. The absolute benefits are highlited within these regions and discover the essence of the optimal tourism products.

Key words: recreational potential, regions' passports, SWOT-analysis, tourism products, absolute benefits.

Постановка проблеми та аналіз основних досліджень та публікацій. Східна Україна вирізняється потужним промисловим розвитком, низкою гострих екологічних проблем, щільним та багатомільйонним населенням, життєвий цикл якого проходить в трьох сферах: сфері праці (виробничий простір), сфері побуту (селитебний простір) та сфері дозвілля (рекреаційний простір). Зважаючи на те, що організація рекреаційно-туристського простору була і залишається актуальною для цих регіонів, *метою статті* є порівняльний аналіз суспільно-географічних

особливостей рекреаційного потенціалу Луганської та Харківської областей. Зазначимо, що потенціал рекреаційної галузі (виходячи з етимології поняття «потенціал» – можливість) традиційно включає розвідані та ті, що знаходяться в експлуатації, природні рекреаційні ресурси. Заради об'єктивності слід зауважити,що природні та суспільні рекреаційні ресурси, що знаходяться в експлуатації, є не потенціалом, а актуалом. Таким чином, потенціал рекреаційної галузі або рекреаційно-туристський потенціал містить можливості як природно-географічних, так і суспільно-економічних ресурсів рекреації та туризму. В якості важелів досягнення мети застосовані два підходи: аналіз паспортів регіонів [3] і SWOT-аналіз. Останнім часом SWOT-аналіз достатньо широко застосовується не тільки в економічних дослідженнях, регіоналістиці, а й в суспільно-економічній географії [1-7].

Виклад основного матеріалу. SWOT-аналіз – метод стратегічного планування, що використовується для оцінки факторів та явищ, які впливають на проект або підприємство. Всі фактори поділяються на чотири категорії: **s**trengths (сильні сторони), weaknesses (слабкі сторони), **o**pportunities (можливості) и **t**hreats (загрози). Метод включає в себе визначення цілі проекту та виявлення внутрішніх та зовнішніх чинників,які сприяють її досягненню або ускаднюють його. Акронім SWOT був вперше введений у 1963 р. в Гарварді на конференції по проблемам бізнес-політики профессором Кеннетом Ендрюсом. У 1965 р. чотири професора Гарвардського університету — Леранед, Кристенсен, Эндрюс та Гут – запропонували технологію використання SWOT-моделі для розробки стратегії поведінки фірми. Була запропонована схема LCAG (за початковими літерами прізвищ авторів), яка заснована на послідовності кроків, які приводять до вибору стратегії. Завдання SWOT-аналіза — дати структурований опис ситуації, відносно якої необхідно прийняти якесь рішення. Висновки, зроблені на його основі, носять описовий характер без рекомендацій та розподілу пріоритетів. Оскільки SWOT-аналіз в загальному вигляді не містить економічних категорій,виявляє не кількісні, а якісні аспекти об'єкту або явища, його можна застосовувати до будь-яких організацій, підприємств, країн, регіонів, адміністративно-територіальних одиниць для побудови відповідних стратегій. Якщо розглянути SWOT-аналіз та його наповнення у вигляді певної ієрархії або піраміди, то можна розділити за інтенсивністю прояву або впливу кожну зі складових на три рівні: низький вплив → середній вплив → високий вплив.

Абсолютні переваги – можливості певної країни виробляти і реалізовувати продукцію (послуги) за нижчою вартістю, ніж в інших країнах. Абсолютна перевага має важливе значення у міжнародній торгівлі. Країни, де сприятливі природно-кліматичні умови, які мають поклади корисних копалин та інші ресурси, зручне географічне розташування, здатні зайняти більшу частку на міжнародних ринках. Абсолютна перевага у витратах стосується також монополістичних

підприємств, які монополізували кращі джерела сировини, технології, об'єкти інтелектуальної власності і здатні здійснювати нижчі середні витрати, ніж інші підприємства[4]. Останнім часом позиції абсолютних та відносних переваг, методику SWOT-аналізу широко застосовують в суспільно-географічних дослідженнях, при вирішенні завдань рекреаційно-туристського природокористування. Такої ж позиції притримується автор [1-2], який вказує на те, що в сучасних суспільно-цивілізаційних умовах розвитку, під впливом потужних чинників глобалізації та транснаціоналізації, регіональні системи природокористування, особливо такі, що можуть вважатися традиційними, відчувають суттєвий зовнішній вплив, продовжують існування на умовах конкуренції як із зовнішніми, так і з внутрішніми фактор-впливами. Для планування їх подальшого розвитку є необхідним залучення методів комплексного «середовищного аналізу», які б дозволяли врахувати як можливості, так і загрози, які існують в глобальному середовищі. Одним із таких методів є SWOT-аналіз – популярна у менеджменті й стратегічному маркетингу методика оцінки впливів на суб'єкт розвитку (в т.ч. й територіальний) з позицій внутрішнього і зовнішнього середовища. .Таким чином, для характеристики сучасного стану регіонального природо- та соціокористування у межах Східної України складена матриця SWOT, за якою можливо провести якісний аналіз та виявити найактуальніші завдання і стратегічні напрями подальшого розвитку. SWOT-аналіз внутрішніх (сильні та слабкі сторони) та зовнішніх (сприятливі можливості та загрози) чинників розвитку регіону – це аналітичний інструмент для підготовки реалістичних планів дій, у яких будуть визначені середньострокові стратегічні та короткострокові оперативні цілі (проекти).

Таблиця 1

SWOT-матриця ресурсно-рекреаційного потенціалу Луганської області

Сильні сторони	*Слабкі сторони*
• унікальні об'єкти заповідного фонду України (Луганський природний заповідник та його 3 відділи: Стрільцівський Степ, Станично-Луганський та Провальський степ; 87 територій та об'єктів природно-заповідного фонду загальною площею 6,5 тис. га) та біосоціальні гомогенні ресурси (Карл Гаскойн, В.І.Даль) • через територію області проходять транзитні магістралі, що з'єднують російські міста з іншими обласними центрами України. • граничне положення регіону (650 км кордону з Росією), а загальна протяжність кордонів становить 1060 км, з них 650 км (61% довжини кордону) – кордон з	• периферійне положення регіону • критичний екологічний стан довкілля в ряді промислових міст регіону • практична відсутність туристського іміджу • рекреаційноресурсодефіцитний (комплексна оцінка) та природно-ресурснодефіцитний регіон • низький рівень розвитку туристичної інфраструктури • незадовільний стан пам'яток історико-архітектурної спадщини • низька якість та недостатній асортимент туристичних послуг • недостатність інформаційно-рекламного забезпечення у туристсько-екскурсійній сфері • відсутність покладів лікувальної грязі,

Росією, 410 км (39% довжини кордону) – границя з Донецькою та Харківською областями • територіальна та ментальна близькість до Росії, значна кількість туристів з Росії • унікальні об'єкти індустріальної спадщини (міста Луганськ, Лисичанськ, Сєвєродонецьк, Алчевськ, Брянка, Стаханов) та меморіал «Молода гвардія» (м. Краснодон) • на території області знаходиться найвища точка Донецького кряжу – Могила Мечетна (367м) • унікальні традиції розведення верхових коней (Біловодський р-н, с Данилівка, Деркульський кінний завод, XVIII ст.)	цілющих озер, виходу до моря
Можливості	*Загрози*
• використання індустріальної спадщини в туризмі • посилення культурного обміну із Росією та залучення транзитних туристів до туристсько-екскурсійної діяльності • впровадження нових туристичних маршрутів і тематичних екскурсійних програм, підготовка якісної рекламної продукції та сувенірів. • використання атрактивних об'єктів архітектури в туризмі та екскурсіях (с. Данилівка, м. Олександрівськ, с. Весела Гора) • подальше залучення об'єктів Великої Вітчизняної війни до туристсько-екскурсійної діяльності (інтереси України і Росії, українців і росіян – найбільшої національної меншини Луганщини) • зарубіжні компанії, зацікавлені у співробітництві з регіоном, де добувають енергетичне та коксівне вугілля, яке використовується в металургії.(це стимулює діловий туризм) • подальший розвиток індустріального (промислового) туризму, виявлення та консервація об'єктів індустріальної спадщини	• загроза сепаратизму (з'їзд в Сєвєродонецьку у березні 2008 р.) • виключно формальний інтерес до розвитку туристичної індустрії з боку органів регіональної влади та місцевого самоврядування, слабка взаємодія місцевих органів виконавчої влади та органів місцевого самоврядування щодо забезпечення розвитку туризму і рекреації в регіоні • недостатність методичної, організаційної, інформаційної та матеріальної підтримки з боку держави, суб'єктів туристичної діяльності, які здійснюють прийом туристів та екскурсантів • надмірна промислова завантаженість території ускладнює екологічний стан навколишнього середовища

Таблиця 2

SWOT-матриця ресурсно-рекреаційного потенціалу Харківської області

Сильні сторони	*Слабкі сторони*
• унікальні біосоціальні ресурси: 5 нобелівських лауреатів (Лев Ландау, Ілля Мєчніков, Саймон Кузнец, Нільс Бор, Фрітьоф Нансен) та пам'ятники двом Двічі Героям Соціалістичної Праці (Тихонов М.О., Юр'єв В.Я.),	• периферійне суспільно-географічне положення • відсутність значних озер, крупних річок, виходу до моря • загрозливий екологічний стан довкілля

діяльність яких пов'язана з регіоном • ресурси індустріального туризму (заводи «Турбоатом», завод ім. Малишева, Ізюмський оптико-механічний), унікальні об'єкти архітектури та містобудування (будинок Держпрому – перший хмарочос в СРСР, найбільша площа Європи – майдан Свободи) • суспільно-географічне положення (260 км кордону з Росією) • поховання Григорія Сковороди (помер в с. Іванівка, Золочівський р-н, Харківська обл., 1794 р.) • батьківщина І. Ю. Рєпіна (м. Чугуєв, Харківська обл., 1844 р.) • проведення чемпіонату Європи з футболу «Євро-2012» та використання спортивної інфраструктури після його завершення • потужний транспортний вузол в м. Харків	в ряді промислових міст регіону • недостатньо розвинена мережа об'єктів заповідного фонду національного та регіонального рівня • рекреаційноресурсодефіцитний (комплексна оцінка) та природно-ресурснодефіцитний регіон
Можливості	*Загрози*
• подальша інтеграція з Росією та посилення туристського обміну • облаштування рекреаційних зон уздовж регіональних водосховищ • довгострокова аренда ділянок на узбережжі Азовського та Чорного морях • реконструкція військових подій • подальший розвиток рекреаційних зон на Печенізькому, Червонооскільському, Краснопавлівському водосховищах • подальший розвиток індустріального (промислового) туризму, виявлення та консервація об'єктів індустріальної спадщини	• недостатній моніторинг за складами набоїв та хімічної зброї • вододефіцитний регіон, низька якість питної води в ряді районів області • періодами неконтрольована криміногенна ситуація (ряд гучних вбивств в Харкові та ін. містах) • послаблення суспільно-економічних зв'язків з Росією

Упровадження цих проектів повинно, з одного боку, усунути слабкості регіону та одночасно посилити сильні сторони, а з іншого – надати можливість повною мірою скористатися сприятливими чинниками. Аналіз дозволяє виокремити кілька першочергових проблем сталого розвитку, які стоять перед регіоном на сучасному етапі [1-2].

Одним з важелів аналізу туристського потенціалу регіону виступають ресурсно-рекреаційні паспорти (РРП) області (автономії), які є якісно-кількісною характеристикою ресурсно-рекреаційного потенціалу (актуалу), суспільно-географічного положення регіону. Вони засвідчують його рекреаційно-туристську спеціалізацію. Нижче наводяться РРП Луганської та Харківської областей.

РРП Луганської області

1. Луганська область; утворена в 1939 р., lg. ua.
2. Внутрішньоматерикове розташування. Центр області – Новоайдарський район, с. Айдар-Миколаївка.

3. Більша частина зайнята височинами: на півночі – Середньоруською,на півдні – Донецьким кряжем.
4. Переважає рослинність справжніх степів.
5. Тривалість періоду з температурою понад +100С – 160–170 днів. Помірно-комфортний клімат.
6. Природно-ресурсодефіцитна.
7. Луганський заповідник (площа 1580 га, Міловський, Свердловський,Станично-Луганський р-ни; складається з Стрільцівського Степу, Провальського Степу, Станично-Луганського відділу).
8. Серед найвизначніших архітектурно-містобудівних споруд переважає промислова архітектура (4 при загальній кількості 10 – 40%). Найбільш цінні об'єкти: 1) м. Олександрівськ: садиба, друга половина XVIII ст., охоронний № 312; цегла. У північній частині ансамбля – церква Вознесіння (1840). Будинок-садиба і флігелі (1772) виконані у стилі раннього класицизму. 2) Біловодський район, с. Данилівка: Деркульського кінного заводу комплекс споруд (1765–1767), охоронний № 1057. Найстаріший кінний завод в Україні, створений для розведення верхових коней; цегла на кам'яному фундаменті, складна система дерев'яних балок, які підтримують дах.
9. Пізнавальний туризм; пішохідний туризм.
10. Сезонний (літній) туристський цикл.
11. Від екологічно конфліктного до екологічно кризового стану.
12. 1 (11), ресурсодефіцитна.
13. Придніпровсько-Донецький ресурсно-рекреаційний район.
14. Турпродукт: тур «Шляхами видатних вчених і винахідників» (В.В. Докучаєв, Д.І. Менделєєв, Г.Г. Капустін, Л. Лутугін) (фрагмент), тур «Шляхами лідерів Духу і Волі» (О.В. Кошовий, У.М. Громова, Л.Г. Шевцова) (фрагмент), тур «Шляхами українських меценатів і промисловців» (О.К. Алчевський) (фрагмент), екстремальний та екотуризм у контексті вчення П.К. Іванова, розвиток датсько-луганської (реконструкція та залучення до сфери туризму місць, подій, пов'язаних із життям та діяльністю В.І. Даля), британсько-луганської (Карл Гаскойн (Чарльз Гасконьє), підприємець, організатор промислового виробництва, засновник (1794 р.) і директор Луганського ливарного заводу – першого металургійного підприємства у Донецькому басейні) ліній у туризмі.

РРП Харківської області

1. Харківська область; утворена в 1932 р., kharkov. ua; kharkiv. net.
2. Внутрішньоматерикове розташування. Центр області – Балаклійський район (с.Нижній Бишкин Зміївського).
3. Західна та південна частини знаходяться в межах Полтавської рівнини, північна – Середньоруської височини, східна – Донецького кряжу.
4. Переважає рослинність лучних і справжніх степів.
5. Тривалість періоду з температурою понад +100С – 155–160 днів. Помірно-комфортний клімат.
6. Природно-ресурсодефіцитна.

7. Катеринівський заказник (площа 527 га, Великобурлуцький р-н; загальнозоологічний заказник загальнодержавного значення).
8. Серед найвизначніших архітектурно-містобудівних споруд переважає громадська архітектура (38 при загальній кількості 68 – 56%). Найбільш цінні об'єкти:
1) м. Харків: Покровський собор, 1689 р., охоронний № 692/1.Найдавніша споруда міста та єдина, що збереглася від забудови Харківської фортеці. Російське та українське барокко XVII ст. Цегла, дерево. Частково зруйнований під час Великої Вітчизняної війни. Рес-
таврований у 1960–1965 рр. (арх. В.Б.Петичинський, В.І.Корнєєва).
2) Богодухівський район, смт Шаровка: садиба, XIX ст., охоронний № 1608. Архітектор Якобі. Цегла, природне каміння, мармур, метал, дерево. Еклектика, псевдоготика, елементи ренесанса. Один із найкращих садибних комплексів східних областей України, що збереглися.
9. Курортно-лікувальний, культурно-розважальний, діловий, пізнавальний, спортивний (у т.ч. велотуризм51), навчально-освітній туризм; пішохідний туризм.
10. Цілорічний туристський цикл.
11. Екологічно кризовий стан.
12. 2 (18), ресурсодефіцитна.
13. Харківський ресурсно-рекреаційний район.
14. *Турпродукт:* тур «Шляхами видатних вчених і винахідників» (В.Н. Каразін, О.О.Потебня, М.І. Кошкін, К.О. Калінін, М.С. Сядристий) (фрагмент), тур «Славетні мандрівники та першопрохідці» (Є.П. Ковалевський) (фрагмент), тур «Шляхами лідерів Духу і Волі» (О.І. Скороходова, генерал В.С. Петров) (фрагмент), педагогічні тури (А.С. Макаренко) (фрагмент), виробничі тури (унікальні підприємства, виробництва та технології), тур «Шляхами великих емігрантів» (Ф.І.Шаляпін) (фрагмент).

Висновки та пропозиції: Луганська та Харківська області відносяться до рекреаційноресурсодефіцитних регіонів Украйни; для підвищення їх рекреаційно-туристських можливостей доцільною є реалізація комплексу меліоративних заходів (водні меліорації, лісонасадження), заходів з благоустрою берегової зони водосховищ та розвитку мережі природоохоронних об'єктів; рекреаційно-туристський потенціал та актуал регіонів може бути посилений завдяки довгостроковій аренді окремих ділянок узбережжя найближчого до регіонів Азовського моря; для порівняльної характеристики ресурсно-рекреаційного потенціалу та актуалу двох промислово розвинених регіонів Східної України використані SWOT-аналіз та ресурсно-рекреаційні паспорти; SWOT-аналіз як метод стратегічного планування, що використовується для оцінки факторів та явищ, може застосовуватись і географами для територіального планування та оцінки регіональної ресурсно-рекреаційної ситуації; одним з чинників посилення туристсько-рекреаційної привабливості Луганської та

Харківської областей може бути реалізація запропонованих в ресурсно-рекреаційних паспортах турпродуктів.

Використані джерела:
1. *Афанасьєв О.Є. Історико-географічний аналіз регіонального природокористування: теорія, методологія, практика. – Тернопіль: Крок, 2012. – С. 353-355.*
2. *Афанасьєв О.Є. Суспільно-географічні основи регіонального природокористування: теорія і методологія (на прикладі Південно-Східної України): автореф. дис. … докт. геогр. наук – Дніпропетровськ: ПВЦ «Адверта», 2013. – 41 с.*
3. *Бейдик О.О. Рекреаційні ресурси України. – К.: Альтерпрес, 2011. – 462 с.*
4. *Економічна енциклопедія: У трьох томах. Т.1. – К.: Видавничий центр «Академія», 2000. – с.8.*
5. *Портер Майкл Э. Конкуренция. – М.: Вильямс, 2000. – 495 с.*
6. *Портер Майкл Е. Стратегія конкуренції. – К.: Основи, 1998. – 390 с.*
7. *Смирнов І.Г. Бізнесові основи міжнародного туризму. – К.: ВПЦ «Київський університет», 2007. – с. 112.*

УДК 502.13(477.85)

Кілінська К.Й., Скутар Т.Д., Лопушняк Л.В.., Паламар Д.Б.

ПАРКИ-ПАМ'ЯТКИ САДОВО-ПАРКОВОГО МИСТЕЦТВА ЧЕРНІВЕЦЬКОЇ ОБЛАСТІ – ОБ'ЄКТИ РЕКРЕАЦІЙНОГО ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ

У статті охарактеризовані теоретико-методичні засади вивчення просторово-функціональної рекреаційної діяльності парків-пам'яток садово-паркового мистецтва, представлений аналіз сучасного функціонування парків-пам'яток садово-паркового мистецтва Чернівецької області; виявлені проблемні та перспективні аспекти функціонування парків-пам'яток садово-паркового мистецтва Чернівецької області.

Ключові слова: парки-пам'ятки садово-паркового мистецтва, рекреаційне природокористування, природоохоронний фонд, реєстр територій та об'єктів природно заповідного фонду, паркове дозвілля.

В статье охарактеризованы теоретико-методические засады изучения пространственно-функциональной рекреационной деятельности парков-памятников садово-паркового искусства, представленный анализ современного функционирования парков-памятников садово-паркового искусства Черновицкой области, выявлены проблемные и перспективные аспекты функционирования парков-памятников садово-паркового искусства Черновицкой области.

Ключевые слова: парки-памятники садово-паркового искусства, рекреационное природопользование, природоохранный фонд, реестр территорий и объектов природоохранного фонда, парковый досуг.

The article deals with the theoretical and methodical research principles of spatial-functional recreational activity of the parks-monuments of landscape architecture. The authors analyze functioning of the parks-monuments of landscape architecture and identify its problematic and prospective aspects in the Chernivtsi region.

Key words: park monuments of landscape architecture, recreation nature management, environmental fund, register of protected areas and objects, park leisure.

Актуальність дослідження: В Чернівецькій області налічується 40 парків-пам'яток садово-паркового мистецтва (в Україні – 512), які є основними рекреаційними територіями в межах населених пунктів. На території заповідних парків забезпечуються естетичні, природоохоронні та рекреаційні функції. Для ефективного використання їхнього значного

рекреаційного потенціалу, необхідно визначити умови, чинники, що впливають на просторово-територіальне рішення парків, уміло оперувати ними при забезпеченні рекреаційної функції не порушуючи цілісної функціональної картини даних об'єктів природно-заповідного фонду. Отже *об'єктом* дослідження публікації є парки-пам'ятки садово-паркового мистецтва (ППСПМ) Чернівецької області. *Предмет* дослідження складає рекреаційна діяльність, як одна з функцій парків-пам'яток садово-паркового мистецтва. *Метою* дослідження є вивчення сучасної ситуації рекреаційного природокористування, що відбувається на території парків-пам'яток садово-паркового мистецтва у Чернівецькій області.

Для досягнення мети ставляться наступні *завдання:* аналіз теоретико-методичних засад вивчення просторово-функціональної рекреаційної діяльності парків-пам'яток садово-паркового мистецтва; аналіз сучасного функціонування рекреаційної діяльності в парках-пам'ятках садово-паркового мистецтва Чернівецької області; виявлення проблем та перспектив функціонування парків-пам'яток садово-паркового мистецтва в Чернівецькій області.

Відповідно до мети були використані наступні *методи* дослідження: *літературний* (опрацювання нормативних, наукових та наукових джерел, що містили дані щодо досліджуваних об'єкта та предмета); *історичний* (розгляд процесу створення парків в Чернівецькій області, що дозволяє з'ясувати генезис парків як місць масового відпочинку населення, специфіку їх закладання); *системний* (розгляд парків, як цілісних утворень, що взаємопов'язані між собою та виявляють взаємозв'язок з зовнішніми чинниками парків – просторовим розміщенням, інфраструктурою та демографією населеного пункту); *статистичний* (використання даних природоохоронного управління Чернівецької області, звітів держадміністрації, реєстру природно-заповідних територій Чернівецької області); *аналітичний* (опрацювання і виконання аналітичної обробки, виокремлення структурних елементів парків-пам'яток садово-паркового мистецтва); *порівняння* (аналіз парків з позиції забезпечення на їх території рекреації на місцевому, обласному, державному рівнях; *моделювання* (створення спрощених моделей складних процесів, об'єктів, що дає можливість сконцентруватися на вагомих їх характеристиках та визначити властиву для них структуру, поведінку); *картографування* (відтворення на площині просторового розміщення ППСПМ, їх кількісних та якісних характеристик, що створює умови для аналізу географічного положення ППСПМ та потенціалу їх використання); *програмування* (використання ГІС-технологій для просування та підвищення рекреаційної привабливості ППСПМ).

Аналіз існуючого доробку по питанню дослідження. Вивченням рекреаційного природокористування у межах ППСПМ займалися Овсяннікова Н.В, Кілінська К.Й., Родічкін І.Д., Родічкіна О.І., Смаль І.В., Термена Б.К. Питання сучасного стану, структури та просторового аналізу ППСПМ висвітлені у працях Бизового М.Б., Горобчишина В.А.,

Кіндюка Б.В., Липи О.Л., Микулина Е.М., Сівака В.К., Фурдичко О.І., Ющенка О.К. та ін. Дослідження рекреаційної діяльності здійснюються в роботах Грузя П.В., Стафійчука В.І., Шмагина В.В. Визначення типологічних особливостей парків, організації паркового простору представили Білоус В.І., Бондар Ю.О., Вергунов А.С., Горохов В.К., Жирнов А.Д., Жегов С.О., Косаревський А.І., Рубцов Л.І.. Стосовно визначення рекреаційного навантаження, то його методики описані в роботах Га понова Л.П., Ігнатюк О.А., Козир М.С., Пньовської О.М., Сирчін С.О., Тесленко І.К. Фоменка М.В.

Вчені А. Дзіов, В. Кірсанов, О. Копієвська, І. Петрова вивчають зарубіжний досвід рекреаційного природокористування в парках. За кордоном проблеми рекреаційних технологій у парковому просторі висвітлюються досить систематично, широко й комплексно. У дослідженні, підготовленому науковцем з Кембриджського університету Кранцем С., подається ґрунтовний аналіз різних аспектів розвитку паркової справи у Великобританії, а саме: реалізація концепції рекреаційних парків у міському середовищі, політика в сфері організації паркової роботи, методи роботи з різними соціально-віковими групами, а також питання дизайну і матеріально-технічного оснащення парків і рекреаційних зон [7, с.168].

Проблема паркового дозвілля залишається ще недостатньо визначеною і дослідженою в Україні. У науці не з'ясована роль парку як засобу компенсації і розрядки психічної і фізичної напруги людини. Хоча дослідження з соціології паркобудівництва (В. Ковтун), індустрії культури та дозвілля (Ю. Ключко, О. Олійник, О. Ригачов, Т. Ригачова, Н. Цимбалюк), вивчення зарубіжного та вітчизняного досвіду дозвілля, паркової сфери (А. Дзіов, В. Кірсанов, О. Копієвська, І. Петрова) розкривають сутність паркового дозвілля [6].

Значний внесок у розробку теоретичних аспектів соціології дозвілля внесли представники французької школи соціологів. Ж. Дюмазедье визначав 3 психологічні функції дозвілля: *відпочинок, розваги* та *розвиток особистості*.

Доктор політичних наук Р. Сю в своїй праці «Дозвілля» виділяє умовно 4 види дозвіллєвої діяльності: фізичну, практичну, культурну і соціальну. Основна ідея «освітнього дозвілля (Ж. Фурастьє, Ж. Дюмазедьє) полягає в наближенні «цивілізації дозвілля», яка виникає внаслідок науково-технічного прогресу, формуванням розвиненої системи послуг і сервісу, появи вільного часу і масової культури (Ж. Фурастьє), в той саме час надлишок вільного часу і беззмістовних, порожніх розваг може виявитися для суспільства ще більш небезпечним і руйнівним (Ж. Дюмазадьє). Щодо цього слушною є концепція безперервної освіти, що повинна супроводжувати людину протягом активного життя. Тому виникає потреба у розгалуженій системі закладів культури, зокрема у парках, які використовують різні форми культурно-освітньої діяльності в напрямі збагачення як окремої особистості, так і певних угрупувань (колективів) в умовах дозвілля у ППСПМ [7, с.118]. І. Петрова,

визначаючи значимість дозвілля у контексті людської життєдіяльності, вказує на його сімейний, освітній, політичний, естетичний, науково-технічний, оздоровлюючий, соціальний, економічний аспекти, наголошує на значних можливостях оновлення, збагачення та актуалізації дозвіллєвої діяльності відповідно до реальних запитів різних демографічних груп. Час дозвілля у парковому середовищі постає як умова вільної діяльності людей, що надає можливості кожному індивіду вибирати ті види діяльності, занять, що відсутні в багатьох видах трудової діяльності в робочий час або формах роботи інших закладів культури (наприклад, клубів) [6]. Термін *«паркове дозвілля»* означає сукупність занять до яких звертається особистість у вільний час задля відпочинку, розваг, розвитку свого інтелекту та соціальної самореалізації в межах природного середовища (парку) [3, с.60].

Дозвілля у ППСПМ виконує низку функцій: рекреативну, екологічну, культурно-просвітницьку, комунікативну, виховну, гедоністичну. В соціології функція розкриває роль, яку соціальний інститут (або процес) виконує щодо потреб суспільства, соціальних груп, індивідів тощо. Виходячи з цих позицій, функції дозвілля в умовах ППСПМ можна поділити на 2 основні напрями: рекреативну та духовну діяльність; остання пов’язана з духовним розвитком людини, її здібностей, а також з освоєнням загальнолюдських цінностей, що акумулює в собі паркова культура, і найважливіше – в створенні духовних цінностей особистістю [3, с.58].

Паркова дозвіллєва сфера становить значний сегмент «загальної» культурно-дозвіллєвої сфери, що має свою специфіку: надає можливість людині спілкуватися з природою, відчувати благотворний вплив паркового середовища, вільно обирати види занять і змінювати їх (переключатися з активних форм до пасивних, варіювати їх), спілкуватися з індивідами і групами людей [6].

Модернізація рекреаційного природокористування ППСПМ можлива лише за умов переходу до нової якості, при реалізації комплексної соціально-культурної програми, спрямованої на вирішення організаційних, культурологічних, фінансових, технологічних, правових та інших завдань та спрямована на їхнє збереження й розвиток, посилення рекреаційного потенціалу ППСПМ [5, с.102].

Виклад основного матеріалу. У Чернівецькій області, станом на 1.01.2011 р., функціонує 40 ППСПМ, загальною площею 243,9 га. ППСПМ становлять 13,3 % від загальної кількості об’єктів природно-заповідного фонду Чернівецької області [9].

Кількість ППСПМ Чернівецької області становить 7,8 % від усіх ППСПМ України, та удвічі перевищує пересічний український показник ППСПМ по областях (20). За загальною площею ППСПМ Чернівецької області вдвічі менші за пересічний український показник загальної площі парків в областях (548 га): пересічний показник площі парку в Україні становить 28 га, в Чернівецькій області – 6 га. Велика кількість та малі площі ППСПМ зумовлені історичними передумовами розвитку парків: традиціями

паркобудівництва, характером формування маєтків на Буковині, площею та ландшафтом Чернівецької області. За кількістю ППСПМ місцевого значення Чернівецька область займає друге місце в Україні (усі 40 ППСПМ мають статус місцевих) [4, с.84].

З відомих парків на Буковині слід назвати Вікнянський, Глибоцький, Клинівський та парк у м. Хотині. У Чернівцях популярними є парки ім. Т.Г. Шевченка, Жовтневий та старовинний сквер на Соборній площі. Більшість з ППСПМ області заснована у XIX столітті [8, с.144].

Розміри ППСПМ Чернівецької області варіюються від 0,5 до 63,5 га. Під назвою парк-сквер до Реєстру занесено 3 парки м. Чернівців, які за площею відповідають даному виду ППСПМ. Проте до скверів в Чернівецькій області, за ознакою розміру (від 0,02 до 2 га) відносяться ще 11 ППСПМ. Парки, що мають найбільші площі, розміщені в Сторожинецькому, Кіцманському, Хотинському районах та у м. Чернівцях. Серед усіх парків лише 3 є парками масового відпочинку (ЦПКіВ ім. Т. Шевченка, Жовтневий парк та Романківецький ППСПМ). У Путильському районі ППСПМ відсутні.

Аналізуючи розміщення ППСПМ в адміністративних районах Чернівецької області, відзначимо, що найбільша кількість ППСПМ створена у м. Чернівцях та в Сторожинецькому районі (по 9). Сукупність цих парків складає 45 % всіх ППСПМ області. Пересічно на адміністративний район (без врахування ППСПМ обласного центру), припадає 3 парки (табл.1, рис.1). У структурі ППСПМ Чернівецької області за площею велику частку займають ППСПМ м. Чернівці (45 %), Сторожинецького (19,7 %) та Кіцманського(7,9 %) районів. Усереднений показник площі ППСПМ в районах Чернівецької області становить 4 га. У м. Чернівцях середня площа ППСПМ становить 12 га.

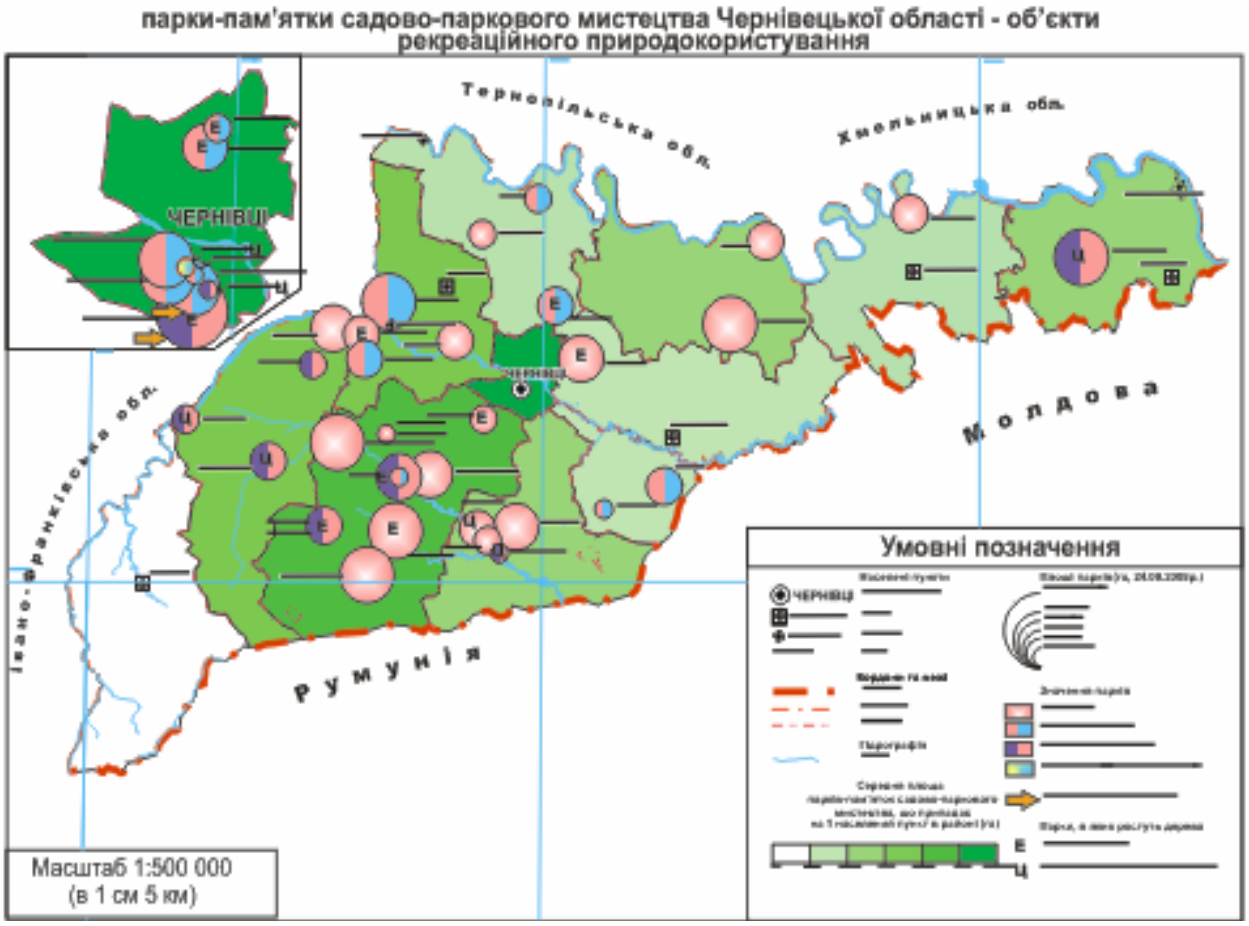
Таблиця 1

Парки-пам'ятки садово-паркового мистецтва в Чернівецькій області

№ пп.	*Район*	*Парки-пам'ятки садово-паркового мистецтва*			
		Загальна кількість		*площа*	
		одиниць	*%*	*га*	*%*
1.	Вижницький	4	10	11,25	4,6
2.	Герцаївський	2	5	4	1,6
3.	Глибоцький	4	10	11,1	4,6
4.	Заставнівський	2	5	4	1,6
5.	Кельменецький	1	2,5	3,7	1,5
6.	Кіцманський	4	10	19,3	7,9
7.	Новоселицький	2	5	9	3,7
8.	Путильський	-	-	-	-
9.	Сокирянський	1	2,5	8,1	3,3
10.	Сторожинецький	9	22,5	48	19,7
11.	Хотинський	2	5	14	5,8
12.	м. Чернівці	9	22,5	111,45	45,7
Разом		*40*	*100*	*243,9*	*100*

Для ППСПМ в Чернівецькій області характерна закономірність: за кількістю переважають ППСПМ, розміщені у селах, проте більші площі займають міські ППСПМ. На *міські* ППСПМ, що становлять 37,5 % кількості всіх ППСПМ області, припадає 53,9 % території обласних ППСПМ, на *сільські* парки, що становлять 52,5 % від всіх ППСПМ області, припадає 36,1 % їх території. Площа 15 міських ППСПМ - 132,45 га, становить більше половини від загальної площі ППСПМ Чернівецької області. 9 чернівецьких ППСПМ загальною площею 111,45 га становлять 84 % території міських парків. Крім Чернівців, парки знаходяться ще в 6 містах: Вашківцях, Вижниці, Герці, Заставні, Сторожинці, Хотині.

У селищах міського типу Лужани, Берегомет, Глибока та Красноїльськ знаходяться 4 ППСПМ, у співвідношенні ППСПМ за кількістю та площею займають по 10 %. У 20-ти селах 10-ти адміністративних районів розміщені 21 ППСПМ.



Міські ППСПМ у просторовій організації тяжіють до центра населеного пункту та до житлових районів, доступні у транспортному відношенні. Для них характерне збереження паркових композицій міста.

У ППСПМ на основі лісових масивів чи за архітектурними рішеннями здійснювалось насадження цінних та місцевих видів рослин, догляд за садово-парковим ландшафтом. Парки розраховані на міських мешканців та гостей міста (особливо ППСПМ м. Чернівців). Селищні та сільські ППСПМ у

просторовій організації суттєво не відрізняються. Для них характерне органічне включення паркових композицій у навколишнє природне середовище. Парки зазвичай розміщуються поблизу річок, озер, водосховищ, вздовж яких створюються прогулянкові алеї, оглядові майданчики [10, с.20]. Різною є кількість мешканців сіл та селищ, які користуються конкретним ППСПМ.

Найбільшими з міських ППСПМ у адміністративних районах Чернівецької області є Сторожинецький, Вашківецький (по 5 га), в Чернівцях – ЦПКіВ ім. Т. Шевченка (16,9 га), та Жовтневий парк (63,5 га). Найбільшими з селищних ППСПМ у Чернівецькій області є Красноїльський (12 га) та Глибоцький (6 га). Серед сільських ППСПМ вирізняються за розміром (по 10 га) ППСПМ сіл Оршівці (Кіцманського району), Буденець, Стара Жадова (Сторожинецького району) та Ставчани (Хотинського району).

Як свідчать дані Реєстру територій та об'єктів природно заповідного фонду Чернівецької області (надалі – Реєстр), більшість ППСПМ була закладена у XIX ст. Їхня цінність формувалась через вибір дерев та чагарників, що створювали ландшафтні композиції; рішення просторового оформлення та функціональних характеристик.

Близько 1/3 всіх ППСПМ схожа за походженням – мали знатних власників (баронів, графів, поміщиків, панів). Відома у Європі ще з XVIII ст. мода на закладення присадибних парків поширилась на територію області лишень наприкінці XIX. В основі створених парків того часу були лісові насадження. Декоративні й плодові дерева завозили з австрійських, голландських, німецьких, французьких, польських та італійських розсадників. Пізніше – також із чеських та карпатських розсадників та шкілок, власних оранжерей на шквал Романківецькому парку (Сокирянський район): рослини, вирощені в них постачались по всьому Хотинському повіту. Серед цінних порід в Буковинських ППСПМ зустрічаються такі екзоти та релікти: айва японська (*Chaenomeles*), акація жовта (*Caragana arborescens*), акація рожева (*Robinia viscosa Vent.*), барбарис (*Bérberis*), береза бородавчата(*Betula pendula Roth.*), бересклет (*Euonymus*), бузок гімалайський (*Syringa emodi* WALL.), гінкго білоба (*Gingko biloba*), горобина чорноплідна (*Aronia melanocarpa Elliot.*), камфорне дерево *Cinnamomum camphora*), каркас західний (залізне дерево) (*Celtis australis*), катальпа (*Catalpa*), каштан голий (*Aesculus glabra*), каштан їстівний (*Castanea sativa Mill.*), кипарис (*Cupréssus*), лже-апельсин (*Osageorange*), обліпиха (*Hippóphaë*), оцтове дерево (*Rhus typhina*), платан кленолистий (*Platanus acerifolia.*), сосна Веймутова (*Pínus stróbus*), софора японська (*Styphnolóbium japónicum*), спірея іволистна (*Spiraea salicifolia*), спірея середня (*Spiraea media*), сумах кораловий (*Rhus copallínum*), тис ягідний (*Taxus baccata*), тополя білокора (*Populus alba*), тополя пірамідальна (*Populus pyramidalis Roz*), тсуга канадська (*Tsuga canadensis*), тюльпанове дерево (*Liriodendron*), туя східна (*Platycladus orientalis*), явір український (*Acer pseudoplatanus*), ялівець звичайний (*Juniperus communis L.*), ялина балканська (*Picea omorika*), ялина блакитна (*Picea pungens f.glauca*), ялина срібляста (*Picea glauca (Moench.) Voss.*).

При формуванні паркового простору, прокладались системи стежок та алей, які відігравали роль каркасу при плануванні ландшафтних композицій. Часто на території ППСПМ, колишніх поміщицьких парків створювались стави, фонтани чи встановлювались скульптурні композиції.

ППСПМ, засновані при поміщицьких садибах зберігають протягом тривалого періоду характерні прийоми ландшафтної організації території для відпочинку. Найскладнішим аспектом дбайливого ставлення до історичних парків є збереження первісного виду дерев. Актуальним завданням є пристосування таких парків для сучасного використання зі збереженням їхньої образної характеристики і планувальної основи [1, с.74]. Рекреація у парку даної природоохоронної категорії зазвичай проводиться у вигляді пасивного відпочинку у навколишньому природному середовищі.

У Чернівецькій області існує практика передачі колишніх панських маєтків, а з ними і парків, під користування закладам освіти чи охорони здоров'я (лікарня, санаторій). Учні чи пацієнти даних закладів можуть використовувати територію парків для заняття фізичними вправами. Забезпечення благоустрою та дотримання природоохоронного режиму на територіях ППСПМ здійснюється сільською радою чи адміністрацією згаданих закладів.

Поміщицькі парки, що набули статусу ППСПМ розміщуються в смт. Берегомет, Лужани, в селах Карапчів, Просіка, Буденець, Михальча, Клинівка, Романківці, Слобода-Комарівці, Стара Жадова, Чортория, в містах Сторожинець, Вашківці та Чернівці.

Крім колишніх присадибних парків поміщиків, особливу цінність мають також парки та сквери міста Чернівців, внесені до Реєстру. Архітектори, закладаючи їх на поч. XIX ст., використовували для формування ландшафтних композицій цінні види дерев та чагарників. Ці парки та сквери, на відміну від присадибних, були загальнодоступними. Сквери нині є найменшими за площею, а парки м. Чернівців – найбільшими порівняно з іншими ППСПМ області. У будь-якому разі, вони вписувались у загальну містобудівну структуру та створювали Чернівцям імідж прогресивного міста. Нині парки Чернівців відносять до знаменитих громадських садів того часу, на ряду з парками мм. Києва, Львова, Ніжина, Сімферополя, Полтави та Одеси [11, с.148]. У Реєстрі зазначено 3 парки-сквери, що розміщуються по вул. Кордуби, Стеценка та на Соборній площі (м. Чернівці). Їх розміри коливаються від 50 до 75 м^2 (0,5-0,75 га). Займаючи невелику площу, у сквері на вул. Стеценка росте 25 видів цінних дерев та чагарників. Два інші сквери сформувались на території площі Австрії (нині – Соборна) та площі Фердинанда (була на території ринку «Червоноармійський» та костелу Серця Ісуса). Ці сквери, мають не лише естетичне та наукове, але й історичне значення. Для короткочасної рекреації та психологічного комфорту відвідувачів, територія скверів має мережу доріжок, лавиці. При просторовій організації скверів використовують регулярні чи пейзажні прийоми планування. Центральними об'єктами проектування скверів є комбінації деревних та чагарникових насаджень,

композиції квітників. Часто їх територію прикрашає пам'ятник (Перемоги – на Соборній площі, цісарю Францу Йосифу – у сквері по вул. Кордуби).

Найбільші за площею та попитом рекреантів ППСПМ є водночас одними з найстаріших у області (Фолькгартен (1830 р.) – ЦПКіВ ім. Т. Шевченка, панський на горі Габсбург (1830 р.) – ППСПМ ім. Федьковича). Вони вбирали віденські традиції паркового будівництва. У парках встановлювали малі архітектурні форми, скульптурні композиції та фонтани. У таких парках створювалися оптимальні конфігурації доріг, площ й розміщення паркових споруд.

Таблиця 2

Види парків-пам'яток садово-паркового мистецтва Чернівецької області

Загальні ознаки	*Парки-пам'ятки садово-паркового мистецтва*											
	Види	*Вижницький район*	*Герцаївський район*	*Глибоцький район*	*Заставнівський район*	*Кельменецький район*	*Кіцманський район*	*Новоселицький район*	*Сокирянський район*	*Сторожинецький р-н*	*Хотинський район*	*Місто Чернівці*
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13
Статус	Загальнодержавного значення	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	Місцевого значення (40)	4	2	4	2	1	4	2	1	9	2	9
Розмір	Сквери (14)	2	1	2	2	-	-	-	-	3	-	4
	Парки (26)	2	1	2	-	1	4	2	1	6	2	5
Місце розташування	Сільські (в т.ч. селищні) (25)	2	1	4	1	1	4	2	1	8	1	-
	Міські (15)	2	1	-	1	-	-	-	-	1	1	9
Стиль	Пейзажні (40)	4	2	4	2	1	4	2	1	9	2	9
	Регулярні	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
Функції	Поліфункціональні (3)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	3
	Монофункціональні (37)	4	2	4	2	1	4	2	1	9	2	6
Цінність	Історичне значення (1)	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1
	Естетичне значення (40)	4	2	4	2	1	4	2	1	9	2	9
	Наукове значення (15)	1	2	-	1	-	2	1	-	1	-	7
	Пізнавальне значення (9)	3	-	1	-	-	-	-	1	2	-	2

Нині споруди та пристрої парку групуються, утворюючи функціональні зони: фізкультурно-оздоровчу, дитячу, видовищно-масову, культурно-просвітню, тихого відпочинку і прогулянок, розваг та атракціонів, господарську. Вони є основою рекреаційних середовищ, що поширюються не на всій території великих за площею багатофункціональних парків, залишаючи «недоторкані» куточки природи. Протягом всього періоду їх існування вони були (і досі залишаються) місцями масового відпочинку населення. Цьому сприяли просторова організація територій даних об'єктів

ПЗФ, їх функціональне наповнення (табл.2). Ще за австрійських часів у парках розміщувались ресторани, кав'ярні, проводились народні гуляння, взимку заливалася ковзанка. Від місць масового відпочинку (Жовтневий парк), особливим набором рекреаційних послуг (клуби, шоу-програми, заходи) відрізняється тип ППСПМ парки культури і відпочинку. Даний тип парків був запроваджений у 30-ті рр. XX ст. і охопив як новостворені парки, так і раніше створені (ЦПКіВ ім. Калініна на базі Фолькгартен, нині – ЦПКіВ ім. Т. Шевченка).

Інший парк міста – парк Ф. Шіллера – зразок парку, що сформувався на основі існуючих лісів. Парковий ландшафт у ньому утворювався за рахунок ландшафтних рубок і нових посадок з урахуванням ландшафтно-таксаційної оцінки території. Інтенсивність рубок формування залежала від складу і просторових якостей лісової рослинності, композиційних особливостей створюваного паркового простору.

Упорядкуванням та благоустроєм міських скверів та парків займаються комунальні підприємства. Здійснюються санітарні рубки та рубки реконструкції, підсадка молодняку замість загиблих (ідентичного видового складу). До прикладу, при благоустрої території ЦПКіВ ім. Т. Шевченка, посадковий матеріал беруть з розсадників Чернівецького ботанічного саду.

ППСПМ Чернівецької області мають понад 100-річну історію, цінні рекреаційні ресурси, що сприяють рекреаційному природокористуванню. Проте значна кількість ППСПМ, їх місцеве значення та історичні передумови спричинили до розвитку ряду проблемних питань, серед яких головними є: проведення інвентаризації природних ресурсів парків [2]; відновлення насаджень аналогічного видового складу (Петричанського, Клинівського, Чорнівського ППСПМ та ін.); підсадження молодняку та проведення санітарних рубок (Вашківецкього, Старожадівського, Карапчівського (Глибоцього району) ППСПМ та ін.); благоустрій території (встановлення лавиць, урн для сміття, ліхтарів, огорожі на території Сторожинецького, Просокирянського ППСПМ та ін.); очищення ставків, озер на території Вашківецького, Карапчівського, Брусницького парків; здійснення реконструкції споруд колишніх панських маєтків у Старожадівському, Просокирянському, Карапчівському парках); забезпечення доступу до ППСПМ (Старожадівський).

У ППСПМ м. Чернівців виникають такі ж проблеми та проблеми іншого характеру: нерівномірне навантаження по території та в часі на парки та сквери, підвищена загазованість повітря, що викликана близькістю до автошляхів (сквер на Соборній площі), забруднення територій ППСПМ, незаконна рубка дерев (парк ім. Ф. Шіллера), заїзд на територію ППСПМ на автотранспорті (ЦПКіВ ім. Т. Шевченка), пошкодження малих архітектурних форм, пам'ятників (ППСПМ ім. Ю. Федьковича), ліхтарів, лавиць, урн. У Садгірському ППСПМ забруднений став, куди впадає джерело мінеральної води – гідрологічної пам'ятки природи «Садгірська мінеральна». Ще однією проблемою на шляху ефективного рекреаційного використання ППСПМ в

Чернівецькій області є непоінформованість населення про їх наявність та стан справ у парках.

Всебічний розвиток ППСПМ Чернівецької області забезпечить ефективне рекреаційне природокористування. Шлях до удосконалення діяльності парків полягає в формуванні та реалізації програм функціонування ППСПМ на різних рівнях державного управління (державна, регіональна, обласна програми розвитку, інструкції та розпорядження, програми розвитку населених пунктів та програми розвитку ППСПМ, що враховуватимуть стратегічні програми розвитку вищих рівнів та специфічні характеристики конкретного ППСПМ).

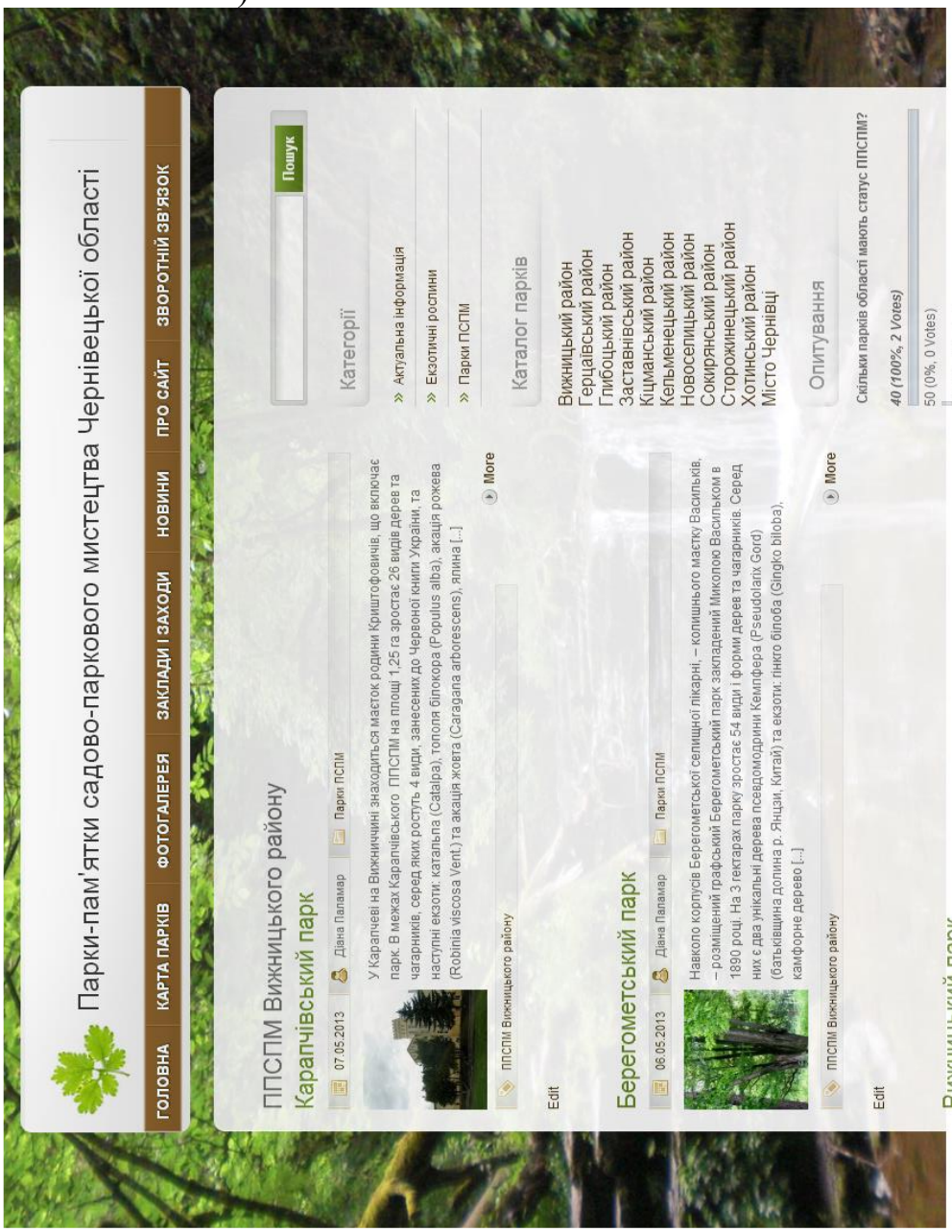


Рис. 2. Вигляд сторінки веб-сайту «Парки-пам'ятки садово-паркового мистецтва Чернівецької області»

Висновки. Управління парком складне і багатопланове, оскільки ППСПМ є цілісним природним, національним, культурним, водночас,

історичним середовищем. Потрібно враховувати всі взаємозв'язки між його компонентами для формування естетичної, просторової, екологічної, художньо-образної, економічної, управлінської сторін паркової діяльності. Взаємодія їх повинна створювати єдність і цілісність ППСПМ. Екологічно орієнтований туризм на території ППСПМ в Чернівецькій області слід здійснювати, шляхом створення проектів розвитку ППСПМ, у яких актуальними повинні стати наступні дії: виявлення та вирішення проблемних питань, здійснення природоохоронних заходів, заходів екопросвіти; популяризація туристичної привабливості ППСПМ. Перспективний розвиток рекреаційної привабливості парків слід розглядати, розширюючи їх рекреаційні ресурси, послуги та враховуючи норми рекреаційних навантажень.

Багато ППСПМ в області потребує конструктивного втручання для відновлення первісного вигляду планування парків, відтворення рідкісних видів рослин, омолодження деревостану. Реставрації потребують колишні палаци землевласників, які за тогочасною модою закладали парки. Їх відновлення необхідне для збереження пам'яті про засновників ППСПМ, підвищення естетичної привабливості території та їх практичного застосування, до прикладу у якості закладів розміщення чи харчування, або – освітнього, медичного чи адміністративного закладу.

Поряд з популяризацією природоохоронних заходів у сучасних умовах велику роль відіграє екологічне та естетичне виховання. Воно тісно пов'язане не лишень з формуванням бережного ставлення до оточуючої природи, але і з розумінням історико-культурної та естетичної суті об'єктів садово-паркового мистецтва. Території ППСПМ можна використовувати для проведення екоосвітніх та волонтерських таборів, організації тематичних екомаршрутів. Важливим заходом для розвитку рекреаційної привабливості паркового середовища області є проведення екскурсій у ППСПМ («7 чудес» Романківецького парку), чи створення музейної експозиції на базі поміщицького маєтку, яка б відображала передісторію та історію створення та розвитку парку. В таких музеях можуть бути зібрані плани, креслення, проекти, по яким створювався парковий ансамбль, гравюри, картини, костюми і речі побуту епохи, в яку проходило становлення та формування парку.

Крім того, парки та сквери можна використовувати як об'єкти показу на маршрутах екскурсійних програм туристичних фірм. Важливим доповненням до традиційних рекреаційних технологій парків може бути створення «стежки здоров'я», що розробляється для прихильників спортивної ходи, людей похилого віку та інвалідів. Для успішного збереження та тривалого функціонування не мале значення має обґрунтування перспектив розвитку паркових об'єктів, що входять до складу житлових комплексів, науково-дослідних, навчальних закладів чи інших спеціалізованих територій. Тому при розробці проекту перспективного використання парку важливо врахувати розвиток усього комплексу, до складу якого входить парк і обґрунтовано встановити

значення парку для комплексу. В умовах постіндустріального суспільства, різкої зміни екологічного становища, великого значення набуває робота, пов'язана з пошуком нових технологій оптимізації природного середовища. Значною мірою вона пов'язана з розвитком паркової культури, переорієнтацією та удосконаленням діяльності існуючої мережі ППСПМ. Аналіз стану справ та дослідження можливостей рекреаційного природокористування ППСПМ повинно базуватися на практичному застосуванні. Більшість (20) ППСПМ Чернівецької області перебуває у віданні медичних та освітніх закладів, що сприяє здійсненню рекреаційної діяльності в їх межах, проте певною мірою обмежує доступність ППСПМ для загалу (так парки з озеленених територій загального користування перетворились на озеленені території обмеженого користування). На даних територіях слід забезпечити комфортні умови для відновлення сил відпочиваючих, задоволення їх рекреаційних потреб.

Загальнодоступними є ППСПМ у м. Чернівцях (6 з 9), та решта парків області. На їх території крім тихого відпочинку, фізкультурно-спортивних заходів здійснюються меморіальні заходи, функціонують клуби, виставки, заклади харчування та торгівлі, проводяться масові заходи (фестивалі, ярмарки, концерти). Для даних ППСПМ характерний нерівномірний розподіл відпочиваючих. Основне рекреаційне навантаження припадає на місця масового відпочинку (ЦПКіВ ім. Шевченка, ППСПМ «Жовтневий»). Для розвантаження завантажених парків, слід впровадити у менш відвідуваних ППСПМ масові заходи, що сприятиме їх популяризації, розширенню асортименту рекреаційних послуг в їх межах та підвищенню рівня благоустрою їх територій.

Парки масового відпочинку, що функціонують в Чернівцях, можуть перетворитися на потужні культурно-рекреаційні центри, а монофункціональні парки в районах – виконувати більше функцій. Як свідчить зарубіжний досвід, поліфункціональна діяльність парків забезпечує населенню широкий і вільний вибір різноманітних форм проведення дозвілля та фізичного відпочинку, сприяє збагаченню життєвого досвіду, розвиває індивідуальні здібності, допомагає накопиченню інтелектуального потенціалу, стає місцем розваг [7, с.32].

Крім того, масові заходи: ярмарки, фестивалі, карнавали, маскаради, свята, що пов'язані з релігійними віруваннями, святковим календарем українського народу (Стрітення, Масляниця, Івана Купала, Зелена неділя, Водохреща, Спас та інші) можуть бути проведені в різних ППСПМ. У парках можна обладнати територію для урочистої виїзної церемонії реєстрації шлюбу. На невеликій відкритій ділянці ППСПМ в Чернівецькій області можна обладнати велотрек, ролледром (Жовтневий парк), альпіністську стінку (парк ім. Шіллера). Взимку на галявинах парків можна влаштовувати тимчасові ковзанки.

ППСПМ можуть бути місцем для проведення диспутів, читання віршів, прослуховування лекцій, поширення науково-популярних, навчальних та

інформаційних матеріалів та об'єктом дослідження, видань, диспутів, лекцій та віршів.

Популяризація ППСПМ як рекреаційних об'єктів, може здійснюватись за допомогою створення тематичного веб-сайту. Тому слід розробити сайт, що буде інформаційним ресурсом ППСПМ Чернівецької області у мережі Інтернет та дасть змогу повідомляти, моніторити та досліджувати рекреаційну діяльність, проблеми та перспективи їх вирішення у ППСПМ (рис.2). Території ППСПМ в Чернівецькій області розширять рекреаційне природокористування при ефективному адмініструванні, що має враховувати теоретичні основи СПМ, проводити вище перелічені дії перспективного характеру. Дані об'єкти ПЗФ при підвищенні їх потенціалу, забезпечать ріст культурних, виховних, фізичних та економічних аспектів, що пов'язані з дозвіллям, відпочинком та саморозвитком особистості.

Використані джерела:

1. *Білоус В.І. Садово-паркове мистецтво: коротка історія розвитку та методи створення художніх садів / В.І. Білоус – К.: Науковий світ, 2001 – 299 с.*
2. *Інструкція Державне управління охорони навколишнього природного середовища з інвентаризації зелених насаджень у населених пунктах України.*
3. *Ключко Ю.М. Культурно-дозвіллєва сфера України: динаміка змін та перетворень. Монографія / Ключко Ю.М., Ковтун В.Д., Троєльнікова Л.О., Цимбалюк Н.М.; Під наук. ред. Цимбалюк Н.М. – К.: - 2004.- 180 с.*
4. *Леоненко В.Б. Атлас об'єктів природно-заповідного фонду України / Леоненко В.Б., Стеценко М.П., Возний Ю.М. – К.: Київський університет, 2003. – 119 с.*
5. *Олійник О.С. Індустріалізація культури: теоретична розвідка [монографія] / Олійник О.С. - К.: Державна академія керівних кадрів культури і мистецтв, 2008. – 174 с.*
6. *Парки культури і відпочинку у сфері індустрії розваг Парк [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://culturalstudies.in.ua/knigi_8_38.php*
7. *Петрова І.В. Дозвілля в зарубіжних країнах: Підручник. – К.: - 2005.- 408 с.*
8. *Одноралов В.С. Природно-заповідний фонд Української РСР, Реєстр-довідник заповідних об'єктів / В.С. Одноралов, В.П. Давидюк, О.Б. Божко та ін. За ред. М.А. Воїнственського - К.: Урожай, 1986. – 222 с.*
9. *Про затвердження реєстру територій та об'єктів природно-заповідного фонду Чернівецької області [Електронний ресурс]: рішення [прийнято Чернівецькою обласною радою 24.09.2008р. №230-22/08]. Режим доступу: http://oblrada.cv.ua/document/list/409/*
10. *Решетюк О.В. Заповідна справа. Теорія та практика [текст]: Навч.-метод. посіб. / О.В. Решетюк; Чернівецький нац. ун-т ім. Ю. Федьковича - Чернівці: Рута, 2007- С. 95.*
11. *Родичкін І.Д. Сади, парки і заповідники України / І.Д. Родичкін. – К.: Вища шк., 1990. – 24 с.*

УДК 504:379.85(477)

Козловський О.Ю., Дунаєвська О.Ф.

ЕКОЛОГІЧНИЙ ТА ЗЕЛЕНИЙ ТУРИЗМ: ВИЗНАЧЕННЯ, ОСОБЛИВОСТІ, СТАН РОЗВИТКУ НА ЖИТОМИРЩИНІ

Екологічний туризм є новим позитивним явищем на початку XXI століття, що відповідає екологічним і соціальним вимогам сьогодення і майбутніх поколінь, сприяє захисту природи, підвищує рівень екологічної культури, виконує освітню, екологопросвітницьку та виховну функції. Такими прикладами об'єктів сільського зеленого туризму на Житомирщині є: культурно-мистецький центр «Поліська хата»,

історико-культурний комплекс «Замок Радомисль», «Володимирська садиба» і база відпочинку «Хуторок Чудодієво».

Ключові слова: екологічний туризм, зелений туризм, Житомирщина.

Экологический туризм является новым позитивным явлением в начале XXI века. Он соответствует экологическим и социальным требованиям настоящего и будущих поколений, способствует охране природы, повышает уровень экологической культуры, выполняет экологообразовательную и воспитательную функции. Примерами объектов сельского зеленого туризма на Житомирщине являются: культурно-художественный центр «Полесский дом», историко-культурный комплекс «Замок Радомысль», «Владимирская усадьба» и база отдыха «Хуторок Чудодеево».

Ключевые слова: экологический туризм, зелёный туризм, Житомирщина.

Ecological tourism is the new positive phenomenon at the beginning XXI centure. It correspond to ecological and social requirements of present and future generations, perfoms the defence of nature, increases the level of ecological culture, ekological education and upbringing. Examples of objects of rural green tourism are cultural and art center «The Polesskiy house», historical and cultural complex «Castle Radomisle», «Vladimirskaya farmstead» and base of rest «Khutorok Chudodievo» in Zhytomyr region.

Keywords: ecological tourism, green tourism, Zhitomirschina.

Постановка проблеми. Розвиток телебачення, транспортних засобів, активізація «зелених рухів» та створення численних природних територій, що охороняються, викликали величезний інтерес до ділянок нашої планети, не спотворених людською діяльністю. Це сприяло появі численних туроператорських фірм та агенцій, які намагаються задовольнити попит здійснення людьми подорожей з метою вивчення природних ландшафтів, не порушених людиною; унікальних природних об’єктів; національних парків, резерватів та інших територій, що охороняються. Насамперед, це стосується національних природних (НПП) та регіональних ландшафтних парків (РЛП), під час організації яких із самого початку було передбачено проведення туристичної діяльності, а саме турів, орієнтованих: на тих, хто цікавиться біологічною та екологічною тематикою, питаннями охорони видів, екосистем, природи в цілому; на свідомих громадян, які бажають не лише спостерігати живу природу, але й брати активну участь у природоохоронній та екологічній діяльності. Слід зауважити, що це не виключає збільшення потоку звичайних туристів, які просто відпочивають чи «колекціонують» природні раритети: фотографують пейзажі, знімають аматорські фільми тощо. У 1990 р. екологічному туризму було надано офіційного статусу, набуття якого дає право на скликання власного щорічного міжнародного симпозіуму «Annual World Congress on Adventure Travel & Ecotourism» та на створення некомерційних організацій. У цьому ж році в США було створено Стенфордський інститут екологічного туризму, а 2002 р. було оголошено ООН Міжнародним роком екологічного туризму. Минуло ще 10 років, і стало зрозумілим, що слід розділяти поняття екологізації туристичної діяльності та власне екологічного туризму.

Аналіз інформаційних джерел. Науковий термін «екологічний туризм» запровадив Гектор Себалос *(H. Ceballos-Lascurain)* (вперше визначення прозвучало на конференції «Збереження Америк», Індіанаполіс, 18-20 листопада 1987): *«подорож порівняно недоторканними природними місцевостями, що має на меті пізнання, насолоду милування природними ландшафтами з їх дикими рослинами і тваринами, а також ознайомлення з усіма існуючими проявами культурного надбання даної місцевості»* [9].

У країнах Західної Європи та Північної Америки цей напрямок розвитку туристичної діяльності часто продовжують називати “стійким” або «зеленим» туризмом. Існують й інші терміни та словосполучення*: Ecotraval, La environmental tourism, Tourism du sante, Sustainable tourism, Nature tourism, Green tourism* тощо. Проте останнім часом у англомовних та постсоціалістичних країнах найчастіше користуються терміном *екотуризм (ecotourism).* Різноманітності термінів відповідає широта змісту та множина конкретних форм діяльності у тій новій формі туристичної діяльності, яку ми узагальнено називаємо екотуризмом.

Наведемо визначення екологічного туризму, запропоновані *міжнародними* організаціями: 1) Міжнародною спілкою охорони природи (IUCN), 2) Всесвітнім фондом дикої природи (WWF) 3) Міжнародною спілкою екотуризму (TIES):

1. «Екотуризм включає всі форми природного туризму, при яких основною мотивацією туристів є спостереження та залучення до природи» (Спеціальна доповідь ВТО №10.- Мадрид, 2001);

2. «Екотуризм – це природний туризм, що сприяє охороні природи» [7, с. 29].

3. «Екотуризм – відповідальний туризм місцями дикої природи, який поєднується з турботою про збереження довкілля і сприяє добробуту місцевого населення» [10].

У кожній країні існують власні погляди на екологічний туризм. Національні організації пропонують власні визначення екологічного туризму.

Консультативна рада Канади з навколишнього середовища вважає, що *«Екотуризм - вид туризму, пов'язаний із пізнанням природи та спрямований на зберігання екосистем при повазі до інтересів місцевого населення».*

Спілка екотуризму США вважає, що до екологічного туризму слід відносити *«будь-які види туризму та рекреації, які не завдають шкоди природним комплексам, сприяють охороні природи та поліпшенню добробуту місцевого населення».* Ось визначення, запропоноване Федеральним міністерством з фінансового співробітництва та розвитку Німеччини: *«Екотуризм належить до тих форм туризму, при яких робиться свідома спроба звести до мінімуму негативний вплив на довкілля, надати фінансову допомогу природним територіям, що охороняються, створити джерела прибутку для місцевого населення».*

У державному документі «Національна стратегія екотуризму» природоохоронні й туристські організації Австралії використовують таке визначення: *«Екотуризм – це екологічно стійкий туризм, що базується на природі, включає ознайомлення з НПС та її пояснення».*

Закон РФ «О туризме» («Про туризм») визначає екологічний туризм, як *«подорожі, що здійснюються з метою екологічного виховання й освіти туристів»* (щоправда, росіяни не задоволені цим визначенням терміну, вважаючи, що таке вузьке трактування не відображає такої визначальної риси екотуризму, як стійкість, та його суті – «мета екотуриста не навчання, а споживання екологічних ресурсів» - і підкреслюють, що *«екологічний - це екологічно та соціально відповідальний туризм»*). Тому автори російських підручників [3; 6, с. 9-20; 7, с. 28-33; 8] наполягають на більш строгому і дещо розширеному трактуванні екотуризму: *«екологічний туризм – туризм, що відповідає екологічним і соціальним вимогам, сприяє захисту природи, підвищує рівень екологічної культури, виконує екологопросвітницьку функцію, з повагою відноситься до традиційних культур та до збереження місцевих біогеоценозів».*

Підхід країн, які мають величезні території (Бразилія, Китай, а також щойно перелічені країни) є зрозумілим. А як щодо таких країн, як, наприклад, Бельгія чи Україна? Адже вони не мають територій, подібних Амазонії, Сибіру чи Алясці.

Тут слід пояснити, що екологічний туризм може успішно розвиватися навіть у зовсім невеликих країнах, які, проте, мають унікальні природні ресурси. Насамперед, мова йде про так звані «острівні держави». Адже у процесі еволюції саме на островах внаслідок дивергенції виникли ендемічні види, специфічні саме для фауни і флори конкретного острову. З іншого боку, відсутність на них хижаків і людей дозволила зберегтись реліктовим та нечисленним видам. Туристи залюбки їдуть на тропічні острови помилуватись екзотичними рослинами і тваринами (і не лише ендеміками та реліктами).

Результати дослідження. У Законі України «Про туризм» (15 вересня 1995 р.) екологічний туризм взагалі не згадувався. В новій редакції закону серед видів туризму вперше названий *туризм екологічний (зелений)* (ст.4 ЗУ «Про внесення змін до Закону України «Про туризм» 18 листопада 2003 р.). Це лише внесло плутанину: адже іншим видом туризму в цій самій статті закону зазначено *сільський туризм*, а в Україні ще у 1996 р. створено Спілку сприяння розвитку *сільського зеленого* туризму, а з 1997 видається журнал «Туризм *сільський зелений*» (курсив наш - авт.).

Наведемо визначення екотуризму з вітчизняних підручників:

- «*Екологічний туризм* – екскурсії та подорожі з турботою про навколишнє середовище» [4, с. 84]; та
- «*Екологічний туризм* – інтегруючий напрямок рекреаційної діяльності, спрямований на гармонізацію відносин між туристами, туроператорами, природним середовищем та місцевими громадами, що

реалізується через екологізацію всіх видів туристичної діяльності, охорону природи, екологічну освіту і виховання» [1, с. 15-18; 2, с. 15].

Туристична діяльність в галузі екотуризму включає, насамперед, орієнтацію туристів на споживання екологічних ресурсів (*рекреаційний аспект*), збереження навколишнього середовища (*природоохоронний*); підтримку традиційного способу життя місцевого населення (*соціальний*).

Відмінність екологічного туризму від звичайного – у пріоритетах туристів, які в першу чергу націлені на активне пізнання об'єктів та явищ природи (живої і неживої), спрямовані на екологічну освіту, просвіту й виховання, дають можливість кожному зробити свій особистий внесок до справи збереження природних ресурсів, охорони природи. Відповідно, основними складовими екотуризму вважають: екологоосвітню, природоохоронну та етноекологічну.

Екологоосвітня складова передбачає наявність в екотурі елементів екологічної освіти та просвіти, які за визначенням спрямовані на пізнання природи. Всі форми екотуристичної діяльності мають навчати туристів не лише пасивно спостерігати природу, одержуючи при цьому естетичне задоволення (споживати її рекреаційні ресурси), але й навчатися певних правил поведінки у природі, спілкування з нею.

Природоохоронна складова може реалізуватись як у застосуванні спеціальних еколого-туристичних технологій мінімізації впливу на природне середовище, так і у відповідній поведінці групи на маршруті. Дуже важливим моментом є безпосередня участь туристів (а також і туроператорів, фахівців туристичного супроводу, місцевого населення тощо) у програмах (заходах) з охорони довкілля.

Етноекологічна складова виявляється у повазі до інтересів місцевих мешканців, шанобливому ставленні до корінного населення, у повазі та дотриманні місцевих законів та звичаїв. Цікавість туристів до місцевого населення, яке зберегло традиційні системи природокористування, що не виснажують місцеві природні ресурси, відплачується внеском туризму в соціально-економічний розвиток даної території.

Слід відрізняти *екотуризм* від близьких йому за метою, проте відмінних по суті напрямків: природничого, сільського, зеленого, сталого та інших видів туризму. Якщо екологічний туризм розглядати, як «форму активного відпочинку з екологічно значущим наповненням» на мало змінених діяльністю людини територіях (у тому числі територіях ПЗФ), то метою турпоходів і подорожей в екотуризмі є *активне перебування людини в природному середовищі з вихованням дбайливого ставлення до природи*. Принциповою умовою при цьому є виконання жорстких правил поведінки екотуристами, що має на меті звести нанівець негативний вплив на довкілля; а крім того, особиста участь їх у природоохоронних заходах, акціях, екологопросвітницькій діяльності. Таким чином, негативний вплив екотуризму на навколишнє природне середовище слабкий, або відсутній, а у випадку реабілітаційного туризму – вплив позитивний.

Беззаперечною перевагою екологічного туризму є невибагливість екотуристів до інфраструктури. Для декого саме розміщення у наметі та харчування біля багаття є чи не головною атракцією походу чи подорожі (звичайно, після наявності цікавих природних об'єктів). Ми вже зазначали, що для екологічного туризму не лише поселення та харчування, а взагалі комфорт у побуті, як і традиційні розваги, мають другорядне значення.

Щодо мети екологічного туризму, то, на наш погляд, важливим є не тільки повідомлення туристам певного обсягу знань про закономірності функціонування природних (або штучних) екосистем, але й виховання навичок дбайливого ставлення до довкілля, формування свідомої мотивації до здорового способу життя. Пропаганда правил поведінки у світі, що нас оточує, має не просто засвоюватись, а перетворюватись на норму життя; заклики до охорони довкілля – реалізуватись у раціональне природокористування шляхом створення нових (альтернативних) та вдосконалення вже існуючих виробничих процесів, давати поштовх впровадженню екологічно розумних технологій.

Розглянемо основні напрямки діяльності в секторі екотуризму [5, с. 43-47].

Природознавчий (або природно-пізнавальний) туризм вважають сьогодні основним та найбільш масштабним напрямком екотуризму. Він базується на потребі людей одержувати цікаву інформацію про природу під час спілкування з нею. До цього напрямку туристичної діяльності слід віднести: 1) програми, які пропонують туристам національні парки та інші природні території, що охороняються; 2) програми під загальною назвою «тури з натуралістом»; 3) тури волонтерських рухів, так звані «канікули помічників-добровольців»; 4) діловий туризм, в тому числі науковий, з питань охорони довкілля.

Зауважимо, що «тури з натуралістом» – це, як правило, ботанічні, зоологічні, геологічні, палеонтологічні подорожі, у проведенні яких безпосередню участь беруть спеціалісти: ботаніки, зоологи, орнітологи та інші. Тури, що проходять під егідою волонтерського руху, різні не лише за змістом, але й по суті. Частина з них, яка розрахована переважно на студентів, передбачає участь туристів у наукових експедиціях як помічників – це дає хорошу практику майбутнім спеціалістам.

Зовсім іншими за своєю спрямованістю є тури, що являють собою подорожі, які організують туристичні клуби або організації, що опікуються питаннями охорони природи. Відомі акції цього напрямку – міжнародні експедиції на Еверест та на Тропу Інків з метою прибирання сміття, яке залишили тут туристи. Фактично це вже інший вид екологічного туризму – *реабілітаційний туризм* – напрямок, обов’язковою умовою якого є участь туристів у практичних природоохоронних діях, проведення акцій на захист природи тощо. Це може бути і подорож до місць з напруженою або критичною екологічною ситуацією, яка має на меті реалізацію заходів з підвищення якості навколишнього середовища, наприклад, відтворення

ландшафтного різноманіття, просто участь у посадці дерев чи будівництві протиерозійних споруд, або знищенні стихійних сміттєзвалищ.

Реабілітаційний туризм реалізує найважливіший принцип еколого-туристичної діяльності: *екотуризм повинен сприяти не лише збереженню але й покращенню стану природних територій, які використовують для рекреації*. В якості прикладів можна навести реабілітаційні програми насадження мангрових дерев у Таїланді, відновлення Алтайських лісів у Росії, створення Зеленого поясу в країнах Африки на півдні Сахари.

Еколого-етнографічний туризм теж набуває останнім часом популярності. В основі його лежить бажання людей ознайомитись з побутом і традиціями аборигенів, які протягом тисяч років живуть у злагоді з природою, не виснажуючи природних ресурсів. Вважають, що рушійною силою цього виду екотуризму є, з одного боку, «генетична пам'ять людства», з іншого – розуміння того факту, що етнічне різноманіття нашої планети скорочується ще більшими темпами, ніж навіть біологічне різноманіття.

Новим позитивним явищем є прагнення не лише до активного відпочинку і естетичної насолоди від спілкування з природою, але й свідоме бажання брати безпосередню участь у покращенні стану навколишнього природного середовища. *Екотуристи – люди свідомі, підготовлені, з високою культурою, які дбайливо ставляться до довкілля. Їх не так багато та й подорожують вони невеликими групами. Це не еліта, а авангард туризму.* Позитивні прогнози експертів щодо розвитку екотуризму в Австрії, Швейцарії та ін. країнах Європи базуються на тому, що обсяг подорожей у цій сфері зростатиме, насамперед, завдяки: зростанню екологічних проблем у країнах, що забезпечують потоки туристів (так звані «країни-донори»); збільшенню кількості туристів за рахунок дітей, яким прищеплюють свідоме ставлення до проблем охорони природи; тим зусиллям, які прикладають для розвитку екологічного туризму країни, що приймають туристів («країни-реципієнти»).

Щодо України, слід зауважити, що словосполучення «екологічний туризм» у туристичній практиці вживають не завжди коректно: звичайно так називають тури природничого активного туризму, які по суті не мають екологічного наповнення; іншою протилежною тенденцією є звуження поняття екологічного туризму лише до турів із відвідуванням територій ПЗФ. Заради справедливості слід зауважити, що не всі погоджуються з необхідністю розвитку екотуризму. В якості аргументів «проти» найчастіше наводять такі: екотуризм – це мода, яка швидко мине; додаткова вартість екологічного туризму зменшує величину туристського потоку; небажання туристів виконувати вимоги, пов'язані з охороною довкілля (навколишнього середовища), теж зменшить кількість потенційних екотуристів. Щодо нашої країни, то поняття «зелений» асоціюється звичайно не з екологічним а з сільським туризмом. У сфері сільського зеленого туризму (СЗТ) запроваджена категорізація об'єктів за «Програмою добровільної категоризації у сфері СЗТ «Українська гостинна

садиба (УГС)» [11]. В Житомирській області 4 об'єкта СЗТ отримали категорії: два з них – найвищу третю категорію (Історико-культурний комплекс «Замок Радомисль» і «Володимирська садиба») та 2 – базову категорію (культурно-мистецький центр «Поліська хата» і база відпочинку «Хуторок Чудодієво») [12]. Культурно-мистецький центр «Поліська хата» розташований у Коростишівському районі на відстані 50 км від обласного центру. Він був створений завдяки, насамперед, художникам Ю. Камишному та І. Величко. Будівля, відновлена волонтерами, та оздоблена відповідно до кінця XIX ст., являє собою типову «довгу хату», характерну для цієї території. Це однорядна забудова погонного типу, яка крім власне житлового приміщення (кімнати), включає комору, сіни та прибудований хлів. Протягом усього року тут можуть переночувати до шести осіб. Крім того, у с. Городському досліджено поселення трипільської культури та три давньоруських городища – залишки згаданого в літопису під 1257 роком міста Городеска [13]. Мальовничі околиці дають можливість організовувати піші й велосипедні екскурсії, поїздки на возі та санях. Проте головною метою є підтримка народних традицій та звичаїв – проведення хліборобських свят у період з травня по жовтень. Сукупність цих заходів позиціонується як етнофестиваль «Житичі». Фестиваль складається з декількох окремих свят, пов'язаних між собою однією ідеєю – збереження «старих добрих» хліборобських традицій. Свята проводяться в залежності від певної пори дозрівання хлібних культур: «Юрія – покровителя хліборобів» (рис. 1), зажинки, обжинки, свято врожаю, «Покрова». Усіх цікавих заходів центру не перелічити: «Різдвяні вечорниці у «Поліській хаті», свято Меланки тощо. Протягом фестивалю організовуються ярмарки, виступи фольклорних та аматорських колективів, професійних артистів, розваги для дітей та дорослих. В «Поліській хаті» відбуваються інтегровані уроки (література, народознавство, історія, образотворче мистецтво, трудове навчання, музика, фізична культура) для школярів, майстер-класи з декоративно-ужиткового мистецтва. Ці заходи спрямовані на відродження давніх поліських традицій, формування національної свідомості та любові до свого народу [14]. Культурно-мистецький центр «Поліська хата» створює виняткові можливості не лише для покращення рівня надання туристичних послуг у сфері СЗТ, але й виконує пізнавально-виховну функцію, сприяє формуванню патріотизму на базі традицій і звичаїв українського народу.

Рис.1. Учасники етнофестивалю «Житичі» на святі «Юрія – покровителя хліборобів».

Недаремно І. Величко запропонувала в своєму виступі на конференції «Формування політики розвитку та функціонування СЗТ в Україні» (7-8 грудня 2012 р.) ввести в категоризацію садиб «етно-садиба» [15].

«Володимирська садиба» розташована в с. Привороття і поєднує комфорт і природні ресурси Брусилівського району. «Хуторок Чудодієво» розташований в с. Вишпіль Черняхівського району у віддалені від великих поселень і доріг, в одному із найбільш живописних регіонів Полісся. База відпочинку пропонує рекреантам російську баню, риболовлю, колибу, футбольні та волейбольні майданчики, оздоровчий відпочинок на пасіці «Пчеландія» (рис. 2). В «Чудодієво» влаштовують різні обрядові святкування, зокрема, хрещенські купання, масляна [16].

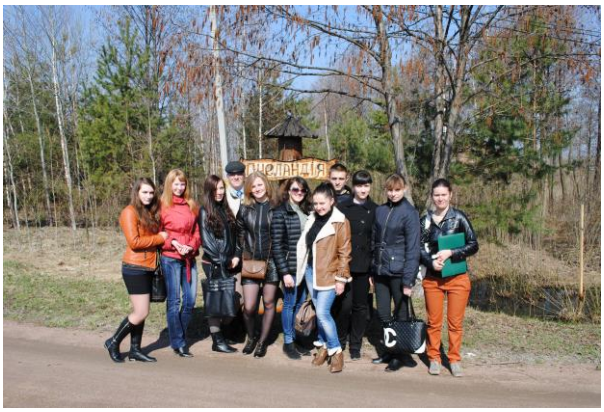


Рис. 2. Запрошує на відпочинок «Пчеландія»

Історико-культурний центр «Замок Радомисль» включає відроджену папірню, музей домашньої ікони з експозицією «Душа України», що нараховує більше 5000 ікон 17-20 століття, ландшафтний парк, концертну залу, середньовічну трапезну, гостьові келії [17]. Екологічний туризм на Житомирщині розвивається, на жаль, переважно, в реабілітаційному напрямку. Певні зусиля до цього доклали викладачі та студенти

екологічного факультету Житомирського національного агроекологічного університету, які запровадили «Екологічний патруль».

Висновки. Екологічний туризм є новим позитивним явищем на початку XXI ст., що відповідає екологічним і соціальним вимогам сьогодення і майбутніх поколінь, сприяє захисту природи, підвищує рівень екологічної культури, виконує освітню, екологопросвітницьку та виховну функції. Щодо справжнього екотуризму (у тому розумінні, як це описано вище), то, на наш погляд, перспективи його розвитку на Україні невтішні. Хотілось би помилитись, але наразі справи виглядають таким чином, що більшість туристів (відпочивальників) не готові до споживання екотуристичного продукту через: екологічну неосвіченість (відсутність біологічних і взагалі «природничих» знань); небажання витрачати власний час, зусилля (а тим більше кошти) на участь в екологічних акціях, природоохоронних справах тощо; загальний низький рівень культури населення; відсутність кваліфікованих фахівців туристичного супроводу для цього сектору (екогідів; інколи пишуть: «гідів екотуризму»); проте найсуттєвішою перепоною є те, що обмежений контингент туристів – потенційних споживачів такого турпродукту – не дозволяє плекати надію на одержання вагомих прибутків від екологічного туризму, ось чому організатори туризму не зацікавлені в тому, щоб розвивався саме цей сектор туристичної сфери.

На території Житомирської області налічується 4 категоризовані об’єкти сільського зеленого туризму, що недостатньо для аграрної області, яка має потужний рекреаційний потенціал завдяки гідрологічним, геологічним та біологічним ресурсам.

Використані джерела:

1. *Дмитрук О. Ю. Екологічний туризм: Навчальний посібник / О. Ю. Дмитрук - Вид. 2-ге, переробл. і доп.— К. : Альтерпрес, 2004. – 192 с.*
2. *Дмитрук О.Ю. Екотуризм: Навчальний посібник / О. Ю. Дмитрук, С. В. Дмитрук.— К. : Альтерпрес, 2009. – 358с.*
3. *Дроздов А. В. Основы экологического туризма / А. В. Дроздов. – М. : Гардарики, 2005. – 189 с.*
4. *Кифяк В. Ф. Організація туризму / В. Ф. Кифяк. – Чернівці : Книги-XXI, 2007. – 344 с.*
5. *Козловський О. Ю. Екологічний туризм: навч. посіб. / О.Ю. Козловський, Б.В. Борисюк. – Житомир: Вид-во ЖДУ ім. І. Франка, 2011. – 202 с.*
6. *Косолапов А.Б.Теория и практика экологического туризма / А. Б. Косолапов. – М. : КНОРУС, 2005. – 240 с.*
7. *Сергеева Т. К. Экологический туризм. Учебник / Т. К. Сергеева. – М. : Финансы и статистика, 2004. – 360 с.*
8. *Храбовченко В. В. Экологический туризм : Учебно-метод. пособие / В. В. Храбовченко. – М. : Финансы и статистика, 2003. – 208 с.*
9. *Екологічний туризм // [Електронний ресурс].– Режим доступу: http: //www.ecotourism.org*
10. *Екологічний туризм // [Електронний ресурс].– Режим доступу: http: //www.tourismconcern.org.uk*
11. *Екологічний туризм // [Електронний ресурс].– Режим доступу: http: //www. greentour.com.ua/ukrainian/category/low*
12. *Мережа «Українська гостинна садиба» на Житомирщині/ [Електронний ресурс].– Режим доступу: http: //www. greentour.com.ua/ukrainian/3/25*
13. *Історія міст і сіл Української РСР в 26 т.: Житомирська обл. /О.С. Чорнобривцева (голова редколегії тому). – К.: Гол. Ред. УРЕ, Ін-т історії АН УРСР, 1973. – С. 367.*
14. *«Поліська хата» на Житомирщині // [Електронний ресурс].– Режим доступу: http: //www.reporter.zt.ua*

15. *Матеріали конференції «Формування політики розвитку та функціонування сільського зеленого туризму (7-8 грудня 2012 р.// [Електронний ресурс].– Режим доступу: http: //www. greentour.com.ua/ukrainian/news*
16. *База відпочинку «Хуторок Чудодієво». Офіційний сайт // [Електронний ресурс].– Режим доступу: http: //chudodievo/ua/news*
17. *Історико-культурний комплекс «Замок Радомисль». Офіційний сайт // [Електронний ресурс].– Режим доступу: http: //www. radozamok.com.ua/uk*

УДК 911.9 : 379.851 (477.51)

Армашевська Т.В.

ОЙКОНІМИ ТА ГОДОНІМИ, ЯК ВІДОБРАЖЕННЯ ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНИХ ТУРИСТИЧНИХ РЕСУРСІВ ЧЕРНІГІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ

У статті пропонується використання топонімічного матеріалу, як нового способу для розвитку туризму. Розглянуто ойконіми своєрідного значення. Проаналізовано вплив годонімів на топонімічну картину міста.

Ключові слова: ойконіми, годоніми, топонімічна картина міста.

В статте предлагается использование топонимического материала, как нового способа для развития туризма. Рассмотрены ойконимы своеобразного значения. Проанализировано влияние годонимов на топонимическую картину города.

Ключевые слова: ойконимы, годонимы, топонимическая картина города.

The article presents the use of toponymic materials as a new way for the development of tourism. The oykonimy of peculiar significance is presented. The influence of hodonimy on the toponymic picture of the city is analysed.

Key words: oykonimy, hodonimy, the toponymic picture of the city.

*Вступ і постановка проблеми.*Рушійною силою інновацій являються постійні зміни, що відбуваються в різних сферах людської діяльності. У кожній із них цілями нововведнь є втілення нових процесів або продуктів, котрі направлені на забезпечення стійкого або довготривалого економічнго зростання. До них відносяться:

- удосконалення або створення нових матеріалів, технологічних процесів, продуктів, послуг та методів, які докорінно змінюють або суттєво покращують ефективність економіки;
- зміни в соціальній структурі для підвищення соціального статуса особистості й досягнення оптимальних взаємозв’язків особистісних та суспільних інтересів;
- модифікації склавшоїся системи управління, що дозволяє покращити діяльність підприємств та організацій й сприяє адаптації до змінних умов.

Всі нововведення в техніці, економіці, управлінні в соціальній сфері взаємопов’язані один з одним. Це пояснюється тим, що інновації базуються на одночасному ціленаправленому поєднанні та використанні різних видів знань заради отримання нових галузей його економічного застосування. Інновації у вигляді нових знань, підходів, прийомів набувають нових якостей та перетворюють інновацію з моменту його застосування та початку поширення. Інновація – кінцевий результат

застосування новітніх ідей з метою отримання економічного, соціального, екологічного, науково-технічного або іншого виду ефекту, викликаним потребами суспільства. Проявляється тенденція перетворення наукових знань в інновацію – отримання результата, придатного для прикладної реалізації. Науково-технічний та соціально-економічний прогрес призвів до прискореного розвитку туризму. Розвиток рекреаційно-туристичної сфери для багатьох країн на сьогодні є однією з головних задач. Україна значно відстає від більшості європейських країн за рівнем розвитку рекреаційно-туристичних послуг. Хоча для розвитку своєї рекреаційної сфери має сприятливі природно-кліматичні умови, значний історико-культурний потенціал, необхідні людські та матеріальні ресурси. Певний внесок у розвиток вітчизняної туристичної індустрії вносять топонімічні матеріали.

Аналіз основних джерел та публікацій. Питання топоніміки здавна в колі інтересів вітчизняних й зарубіжних дослідників. М.Ломоносов, О.Потебня, І.Бодуен-де-Куртене у своїх дослідженнях мовознавчого напрямку спиралися на топонімічний матеріал; інші (І.Срезневський, М.Максимович, М.Сумцов, О.Соболевський, О.Саліщев) розглядали його як предмет окремого дослідження. Відомі давньоруські тексти, які являють собою збірники географічних назв з їх класифікацію. У найдавніших руських літописах знаходяться не тільки географічні назви, а й спроби пояснення їх походження. Топоніміка розглядалися у працях з географії, історії, мовознавства з давнини та до наших часів. Сам термін «топоніміка» з'явився близько ста років тому. Топоніміка фактом свого відокремлення як окремої галузі науки зобов'язана практичним потребам географії.

Слід зауважити, що велике значення у питаннях встановлення методології та принципів дослідження топонімії мали роботи В.Никонова, Е.Мурзаєва, К.Цілуйка, Л.Гумецької, Ю.Карпенка та топонімічні конференції, що відбулися у Києві у 1959 та 1962 рр. і Москві у 1962 р. Значну роботу у дослідженні топонімії західних областей України провели польські мовознавці С.Грабец, З.Штібер та український мовознавець Я.Рудницький. Їх праці виявилися на сторінках журналів, а також виходили спеціальними виданнями протягом 1930-1960 рр. Під час подальшого розвитку топоніміки розроблялась, вдосконалювалась методика збирання і дослідження слов'янських географічних назв. Було складено програми, анкети для збирання матеріалів (М.Кордуба, О.Лазаревський, Б.Плащанський), зроблено спроби систематизувати й опублікувати виявлений матеріал.

Виклад основного матеріалу. Поселення мають велике значення в житті людей. Особливо важливі вони для туризму. Населенні пункти, являючись сукупністю матеріальної та духовної культури людства, виступають в якості найбільш популярних туристичних об'єктів. Відвідування міст, знайомство з їх минулим й теперішнім, з пам'ятками архітектури, музеями, підприємствами – звичайна мета екскурсій,

туристичних подорожей. Зміст топонімів, як показник характеристики місцевості, відіграє важливу роль у ретроспективному відтворенні тих чи інших типологічних особливостей географічних процесів минулого, їх реконструкції. Сформовані в різні історичні епохи елементи топонімії зберігають відомості про добу виникнення, соціальний та духовний стан населення. Зупинемо увагу на групі ойконімів (назви населених пунктів) своєрідного значення, що не мають остаточного варіанту походження назви. За звичай, такі назви поселень овіяні таємницею. Це приваблює не тільки дослідників, а й туристів. Тому, доцільно використовувати топоніміку, як новий інструмент для розвитку туристичної сфери.

Такі географічні назви фіксуються в межах Чернігівської області. Кожна назва поселень, що належить до групи своєрідного значення, трактується кількома варіантами, які у свою чергу підкріплюються фактами. Чим керувались у минулому люди, даючи ту чи іншу назву поселенням, топонімістам не завжди вдається визначити через давність виникнення населених пунктів.

Наприклад, с. Комань, що в Новгород-Сіверському районі. Пояснюють від давньоруського «комоні» – коні. У цьому селі, певно, знаходилися конюшні новгород-сіверських князів. Інша версія – від слова «кумани», – самоназви половців. Очевидно, тут неподалік княжого міста, утримувалися полонені степовики.

Назву районного центру Короп чимало дослідників схильні вважати, що це видозмінений варіант давньоруського міста Хоробор, котре вперше датується 1153 роком. Хоробор – хоробрий. Ще одна версія – від великої красивої риби коропа. Це підтверджується атрибутом сучасного герба – риба короп, а над нею корона [1].

Існує кілька версій походження назви селища Радуль (Ріпкинський р-н):

а) від слова «радість», яку буцімто відчували першопоселенці-старовіри, знайшовши тихе місце від переслідувань царської влади;

б) від шведських слів «рад» – коло, шеренга, черга, рада і «дуль» – прихований, зберігання. Разом узяті вони означають щось на кшталт захованого сонця;

в) від давно зарослого озера «Радуль» або «Радутьє», яке було розташоване між західною околицею селища і Дніпром. Остання версія більш правдива. Назва перекладається як «поселення біля джерельного болота – ради» [3].

У межах Бахмацького району знаходиться с. Пальчики. У народі існують дві легенди щодо назви села. Одна з них розповідає про те, що за часів гетьманування І. Мазепи на території села та в лісі, оточеному з усіх боків непрохідними болотами, знаходилося місце страти козаків, які не підкорялися гетьману. Таких козаків саджали на палі, вішали та відрубували пальці. Одному з козаків залишили лише один палець на руці, а решту відрубали. За це козака було прозвано Пальчик, він довгий час проживав на цьому місці. Від його імені і пішла назва села. Друга легенда

розповідає, що між лісами довгий час стояла одна хатина, як палець. Звідси пішла і назва села Пальчики. У Менському районі с. Бірківка згадується під 1674 р. як Борковка. Назву виводять від прізвища власника села – чернігівського полковника В.Дуніна-Борковського, а також від хвойного лісу – бору, який колись підступав до села [5]. У Щорському районі назва с. Займище означає земельну ділянку, придбану правом першого заняття вільної землі. За іншою версією, це місце, що заливається навесні водою, загалом, місце болотисте, поросле очеретами. Районний центр Бахмач має також декілька гіпотез щодо походження своєї назви. Більшість дослідників вважають, що в основі даного ойконіма слід вбачати тюркське слово «бахча», тобто баштан. Гадають, що за часів Київської Русі тут селилися полонені тюркського походження. Згідно іншої версії, назва походить від слова «бахмат» – низькорослий кінь татарської породи [7].

Не менш цікаві версії щодо походження назви обласного центру Чернігів. Одні дослідники пов'язують назву з Чорним Лісом, який колись ріс на тому місці, де тепер стоїть Чернігів, що малопереконливо; інші – з іменем легендарного сіверського князя Черного. До наших часів у місті збереглася «Чорна Могила», в якій нібито поховано князя. Проте, як показали розкопки, вона з'явилася значно пізніше, ніж було засноване місто. Припускають походження назви від рослини «черниця» (варіанти – чернівка, черніга – Vaccinium murtillus). Існує ще одна гіпотеза, за якою вважають, що чернега означає «чорнозем» [4], або від «чьрнь» – «черный» [6]. Відносяться до цієї групи ойконіми Виблі – Куликівський р-н; Старі Боровичі – Щорський р-н; Звеничів, Неданчичі – Ріпкинський р-н.

Місто Ніжин (районний центр) розташоване на берегах р. Остер. Усі погляди відносно назви Ніжин можна поділити на дві групи: частина вчених вважає, що це місто є літописний Нежатин, а інші твердять, що сучасний Ніжин існує на місці літописного Уненежа (Унежа), котрий згадується у 1147 р. в Іпатіївському літописі. Ще є гіпотеза, що Ніжин отримав свою назву від «низина». Ніжин дійсно розташований на низькому зволоженому місці, що є характерною біографічною рисою.

Останні версії стверджують, що назву «Ніжин» виводять зі скороченої форми імені «Нег» – «Негин» – Нежин» – «місто Нега» [2]. Питання про походження назви Ніжина залишається не вирішеним на сьогодні. Багата на історичні пам'ятки минулих століть земля Ніжина. Давайте пройдемо вулицями, площами, околицями міста. Скільки цікавого й повчального вони можуть розповісти, навіть, не промовивши й слова. Назви таких топонімічних одиниць називають годонімами. Їхня цінність – інформація, яка дозволяє скласти уявлення про соціально-економічний та природний стан досліджуваної території. Годоніми не менш важливі в туристичній справі, як матеріал екскурсій. Околиці древнього Ніжина, як правило, виникали за межами укріпленого земельного валу й заселялися переважно ремісниками, селянами, а іноді багатими козаками, які мали великі земельні наділи. Це були сотники, осавули. Їх прізвищами іноді

називали околиці. Так з'явилися передмістя Бабичівка, Біляківка, Овдіївка, Козирівка.

Мигалівка – історичний район міста Ніжина, заселений у XVII – XVIII ст. Є кілька версій стосовно походження цієї назви. За однією з них, ця назва походить від дієслова мигати. Розповідають, що в давнину тут було багато лісів, які часто горіли, "вогні мигали" мешканцям міста. Інша версія стверджує, що ще в доісторичні часи, цю територію заселяли люди, від яких залишилось багато могил (курганів), розкиданих на схід від Ніжина. Поступово, з року в рік, їх розмивали води Остра, а деякі були пограбовані. Йшов час, про могили стали забувати, а слово Могилівка поступово змінилося на Мигалівку. Найвірогідніше припустити, що назва околиці пішла від імені першого мешканця цього району. «Мигаль» – чоловіче ім'я, похідне від «Михайло» (зараз зустрічається на Закарпатті, наприклад, Микола Мигальович). Південна частина Мигалівки довгий час носила найменування Шекеро-Гринівка, за іменами нащадків козаків Шекери і Гриня, прізвища яких у Ніжині дуже поширені.

У південній частині міста Ніжина знаходиться передмістя Ковалівка. Саме тут були кузні, а поруч зводилися житла ковалів. Звідси й назва. Даний годонім вказує на рід дільності жителів.

Історична місцевість у північно-західній частині Ніжина – Лихокутівка. Одна з легенд розповідає, що першими поселенцями цих земель були втікачі, котрих манили та захищали від переслідувань густий дубовий ліс, непролазні хащі, поле, болота. Втікачів називали "лихі люди" – звідси й Лихокутівка. Недобра слава була про це передмістя: лихий куток, де часто траплялося пограбування будинків, перехожих, бійки.

Таємницею залишається назва західної околиці міста – Ветхе. Саме утворення цієї назви викликане необхідністю підкреслити, що ця частина міста – куди старіша самого Ніжина. У XIV ст. там вже існував чоловічий Ветхоріздвяний монастир і жіночий скит. Під час ремонтних робіт 1817 року під церквою Святого Георгія знайшли гранітний камінь, на якому була вибита дата – XIV ст. (камінь був поставлений під час зведення монастиря). Тому, існує припущення, що Ветхе виникло за триста років до появи офіційного Ніжина [2].

Західне передмістя – Овдіївка. Назву дістала від імені першого мешканця.

На правому березі р. Остер, у північно-західній частині Ніжина – місцевість Магерки. Мешканці Магерок займалися сільським господарством і частково ремеслом – виготовляли вовняні, з закругленими полями у формі казанків, подібні до брилів, капелюхи – «магерки».

Круча (західна околиця міста) одержала свою назву від високого крутого яру, який утворився в ті далекі часи, коли річка підходила до старого берега. Тоді повноводні хвилі Остра і вимили «кручі». Вони й зараз добре помітні з лівого берега.

Від далеких буремних часів визвольної війни 1648 року Ніжину на згадку залишилася назва околиці Войтівщина. У XVII – XVIII ст. були

володіння війтів, тобто начальників місцевого управління «Ратуші». Немало в Ніжині прізвищ Войтенко й Войтиченко. Багато бачили на своєму віку ніжинські вулиці. Як реліквія збереглась Нежатинська вулиця, назва якої походить від літописної Нежатиної Ниви. Ховається в глибині століть Мільйонна вулиця. На ній оселялися багаті греки, поміщики, сотники, купці. З XVII ст. Відома вулиця Стефана Яворського – українського, російського письменника, церковно-політичного діяча, засновника Благовіщенського монастиря у місті Ніжині. Багато ніжинських вулиць зберігають пам’ять про славне козацтво. Це вулиці: Б. Хмельницького, Кармалюка, Курганська тощо. У сьогоднішньому Ніжині ряд вулиць носять імена визначних діячів громадянської війни та події 1917 р.: Бабушкіна, Бакинських Комісарів, Боженка, Єсипенка, Калініна, Леніна та ін. На честь героїв Великої Вітчизняної війни названі вулиці: Батюка, Генерала Корчагіна, Заслонова, Ковпака, Черняхівського тощо.

Увіковічені імена українських та російських письменників (Бєлінського, Глібова, Гоголя, Гребінки, Добролюбова, Лесі Українки), музикантів (Бородіна, Глінки, Шліхтер), вчених (Богомольця, Петровського, Ломоносова), акторів (Лучицького, М. Заньковецької).

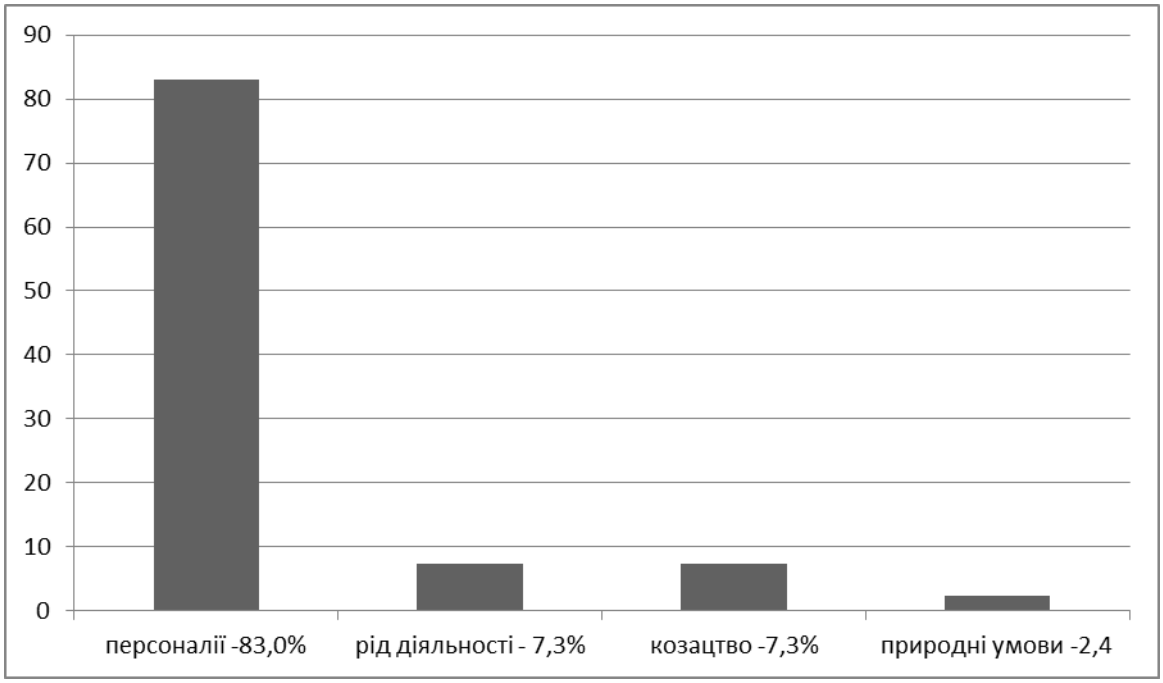


Рис. 1. Розподіл годонімів м. Ніжина за походженням

Історико-культурний потенціал, матеріальні та духовні пам'ятки народу дуже важливі для формування світогляду народу, для задоволення матеріальних, у тому числі туристичних, потреб. У розвинених країнах світу цей туристичний ресурс активно використовують для отримання прибутку. Деякі країни, наприклад, Італія, Франція, значну частину прибутків, які дає рекреаційне господарство, отримують від вмілої експлуатації історико-культурного потенціалу. Цьому сприяє велика

кількість пам'яток, їхня висока художня цінність, добра збереженість, вміла організація туристичних послуг.

Топонімічні назви міських об’єктів (годоніми) повинні передавати самобутню неповторність міста в усіх його вимірах (географічному, ландшафтному, кліматичному, виробничому, культурному, історичному тощо). Топонімічна картина досліджуваного міста вказує наступне: 83% годонімів, пов’язаних з персоналіями, чиї імена увіковічнені в назвах вулиць й передмість; 7,3% годонімів надають інформацію про рід діяльності мешканців; 7,3% годонімів, котрі фіксують добу козацтва; 2,4% годонімів, пов’язаних з природними характеристиками території.

Висновки. Інтерес до топоніміки є ознакою розвиненого цивілізованого суспільства, котре проявляє прагнення до самооцінки через вивчення й пізнання власної історико-культурної спадщини. Топоніми не лише забезпечують можливість орієнтації у просторі, але й відображують уявлення суспільства про себе, свої основні цінності та основні віхи своєї історії, сформовані системою освіти та поглядами, що найактивніше транслюються в інформаційному просторі. Годоніми дозволяють прослідкувати соціально-історичні умови життя населення, природний характер місцевості тощо. Не варто опускати використання топонімічного матеріалу, як шлях до розвитку туристичної галузі. Інформація такого характеру доповнює, посилює духовне значення туристичних ресурсів. Наприклад, розробка екскурсій, тематичних проектів для приваблювання туристів. Застосування топонімічних знань – це новий напрям прикладного значення.

Використані джерела:

1. Михайленко В. Короп: історія і сьогодення / В. Михайленко // Деснянська правда. – 2003. – 22 липня. – С. 3

2.Петренко Л. Б. Ніжин древній і завжди юний : матеріали про історію, краєзнавство та тононіміку Ніжина / Л. Б. Петренко. – Ніжин : ТОВ Аспект-Поліграф, 2006. – 388 с.

3. Поддубний А. Про походження назви селища Радуль / А. Поддубний // Сіверянський літопис. – 2008. – № 6. – С. 77–80.

4.Поспелов Е. М. Топонимика в школьной географии / Е. М. Поспелов. – М. : Просвещение, 1981. – 142 с.

5. Сапон В. М. Таємниці назв наших міст і сіл / Управління : КП Видавництво «Чернігівські обереги», 2005. – 62 с.

6. Фасмер М. Этимологический словарь русского языка. Russisches etymologisches / О. Н. Трубачев / пер. с. нем и доп. ; Б. А. Ларин (ред. и предисл.). – М. : Прогресс. – Т. 3.

7. Янко М. Т. Методичні поради щодо вивчення топоніміки своєї області // М. Т.Янко // Географія та основи економіки в школі. – 2000. – № 2. – С. 23.

Кіптенко В.К., Маденко О.В.

ПЕРСПЕКТИВНІ НАПРЯМИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ У ХМЕЛЬНИЦЬКІЙ ОБЛАСТІ

На підґрунті аналізу рекреаційно-туристичної діяльності визначено перспективи подієвого та сільського туризму в контексті сталого туризму на теренах Хмельницької області.

Ключові слова: сталий розвиток, туризм, Хмельницька область

На основе анализа рекреационно-туристической деятельности определены перспективы событийного и сельского туризма в контексте устойчивого развития туризма в Хмельницкой области.

Ключевые слова: устойчивое развитие, туризм, Хмельницкая область

Based on recreation and tourism activities analyses we defined event and agro-tourism as prospective domains of sustainable tourism development in Khmelnitskii Region.

Keywords: Sustaineble development, gtourism, Kmelnitskii Region

Україна посідає одне з провідних місць в Європі за рівнем забезпеченості природними та історико-культурними ресурсами. Одним з найбільших туристичних регіонів України є Прикарпаття. Хмельниччина у складі останнього посідає третє місце в Україні за кількістю пам’яток національного значення після м. Київ та Львівської області. [10] Розвиток туристично-рекреаційної галузі Хмельниччини за останні роки характеризується позитивною та сталою динамікою, внаслідок чого туристично-рекреаційна галузь відіграє дедалі вагомішу роль в соціально-економічному розвитку області. Водночас, як свідчать дослідження Костюка О.М. та робочої групи із розробки «Стратегії регіонального розвитку Хмельницької області до 2020 року» потенціал області використовується недостатньо [6]. Отже, нашою *метою* стало обґрунтування подієвого та сільського туризму в якості перспективних для сталого розвитку Хмельницької області.

Виклад основного матеріалу. Досвід провідних туристичних країн світу та сусідів України свідчать про значимість туризму та рекреації для господарства цих держав. Створення «туристичних районів» позитивно впливає на економіку країни. Цим шляхом потрібно йти й Україні: розвивати і створювати нові туристичні райони та центри, використовуючи багаті місцеві можливості. Основними завданнями розвитку туризму на Хмельниччині є формування туристично-рекреаційного комплексу, який задовольняв би потреби населення в санаторно-курортному лікуванні, відпочинку і туризмі; формування ринку конкурентоздатних на міжнародному рівні рекреаційних послуг на основі ефективного використання наявних природних і культурно-історичних ресурсів з одночасним збереженням екології, залучення максимальної кількості туристів на територію області, збільшення обсягів надходження коштів, в тому числі валютних, до місцевих бюджетів, збереження чистоти природного середовища та охорона рекреаційних ресурсів області. [7]

Хмельниччина має величезні природні ресурси для динамічного розвитку туристсько-екскурсійних послуг. На її території зосереджено 230 пам’яток містобудування і архітектури, чотири – пам’ятки історії , одна пам’ятка монументального мистецтва, 12 – пам’яток археології, три історико-культурні заповідники [10], значна кількість пам’яток природи,

державних заказників; добре розвинута транспортна мережа. Таким чином, Хмельниччина є одним з перспективних туристичних регіонів України. Головними проблемами Хмельницької області є неналежний рівень туристської інфраструктури: закладів розміщення, харчування та доріг. Розвиток інфраструктури потребує значних інвестицій, як з боку держави, так і від приватних підприємців. [6]

У зв'язку з неефективним фінансуванням, Програму розвитку туризму у Хмельницькій області на 2003-2010 рр., фактично не виконано в повному обсязі. Якість та кількість рекламної продукції щодо туристично-рекреаційних можливостей області також не відповідає сучасним вимогам через недостатнє фінансування.

У 2009 р. розроблено нову Програму розвитку туристичної галузі у Хмельницькій області (Програма) до 2020 р. Вона має бути спрямована на подолання наявних негативних тенденцій, створення системних та комплексних передумов для успішного розвитку туризму як одного з пріоритетних напрямів забезпечення сталого розвитку області в цілому та суттєвою складовою у вирішенні питань зайнятості та підвищення рівня життя населення. [7]

Програма розвитку туризму повинна включати наступні кроки: участь в туристичних виставках-ярмарках, видання туристичного путівника по області, встановлення бігбордів туристичного спрямування, фінансування фестивальних заходів, щорічне проведення заходу «Хмельниччина відкриває туристичний сезон», розробка туристичних маршрутів по області. Необхідною умовою для ефективного розвитку туризму на Хмельниччині є створення системи регіональної координації діяльності різних організацій, від яких залежить якість туристичних послуг та реалізація активної туристичної політики. Динамічність розвитку туристичної галузі на Хмельниччині можна забезпечити за рахунок поширення і впровадження нових видів туристичних послуг. [6]

Очевидно, що фокусом Програми є Кам'янець-Подільський. Водночас серед найбільш перспективних видів туризму слід виділити фестивальний та подієвий.

Одним із найпопулярніших фестивалів у Кам'янці-Подільському є Міжнародний військово-історичний фестиваль «Terra Heroica». Рух військово-історичної реконструкції та фестивалі в історичних місцях Європи є неодмінною ознакою культурного життя цивілізованого світу протягом останніх 30 років. На Заході військово-історичну реконструкцію часто називають «TERRA-HEROICA» – «жива історія». Зазвичай, державні, муніципальні, та науково-меморіальні інституції, менеджери пам'яток історії та музеїв використовують військово-історичні фестивалі для популяризації історичних пам'яток, а туристична індустрія давно й з успіхом спирається на військово-історичний рух, приваблюючи до історичних об'єктів масовий потік туристів. Об'єднаним центром військово-історичного руху в Україні є Департамент воєнно-культурної антропології Товариства археології та антропології при Київському

Національному університеті ім. Т.Г.Шевченка (ДВКА ТАА). ДВКА ТАА, який нарівні з Кам'янець-Подільською міською радою є одним із засновників фестивалю «TERRA-HEROICA», від 1997 р. має солідний досвід участі у військово-історичних фестивалях за межами України, в європейських країнах і в Росії. [8] Саме завдяки подієвому і фестивальному туризму Хмельницька область має солідне підґрунтя (Табл.1) для збереження власної ідентичності, формування позитивного іміджу власного туристичного продукту в засобах масової інформації, врівноваження сезонності та зміцнення ознак сталості у розвитку регіону. Сфера сільського зеленого туризму є сьогодні найбільш динамічно зростаючим сектором світового туристичного господарства. Для України сільський зелений туризм – досить нове поняття, хоча відпочинок на селі використовувався відомими українськими письменниками, художниками, артистами й політиками з давніх часів. [5]

Сільський туризм, на відміну від масового, прямо пов’язаний із природним середовищем, сільськогосподарською діяльністю, місцевими продуктами, повсякденним життям громади, традиціями та культурною спадщиною. Таким чином, його вважають альтернативною формою туризму, спрямованою на підтримку місцевої економіки та сумісною з поняттями сталого розвитку.

Таблиця 1.

Фестивалі та свята на теренах Хмельницької області

Назва	*Спрямування*	*Регулярність проведення*	*Період проведення*
«Відлуння»	Міжнародний фестиваль мономистецтва	щорічний	(24 серпня)
«Острів семи скарбів»	Міжнародний фестиваль національних культур	щорічний	Травень
«Хмельницький камер фест»	Міжнародний фестиваль органної та камерної музики	щорічний	Квітень
«Дивень»	Міжнародний фестиваль театрів ляльок	Раз на два роки	Травень
«Барви Поділля»	Всеукраїнський молодіжний фестиваль-конкурс декоративно-прикладного мистецтва	Раз на два роки	Квітень
«Летавчанка збирає друзів»	Всеукраїнський фестиваль-конкурс творчості сільської молоді	Раз на два роки	Червень
	Всеукраїнський фестиваль-конкурс українського солоспіву	Раз на два роки	Травень

	ім.В.Заремби		
«З твоєї пресвятої волі вовіки буде слава золота»	Всеукраїнське свято козацької звитяги	Раз на п’ять років	4 жовтня
«Душа землі моєї»	Всеукраїнський фестиваль народної творчості	щорічний	4-5 червня

Вочевидь, сільський туризм можна розвивати лише в регіонах з багатою природою, архітектурою, культурою та традиціями, там, де люди гостинні, активні, а місцева влада підтримує ідею сільського туризму.

В Україні представлені три різновиди сільського зеленого туризму:

По-перше, агротуризм – вид сільського зеленого туризму, як пізнавального, так і відпочинкового характеру, пов'язаний з використанням підсобних господарств населення, або земель сільськогосподарських підприємств, які тимчасово не використовуються в аграрній сфері. Цей вид може не мати обмежень в навантаженості на територію і регламентуванні видів розважального відпочинку. [2]

По-друге, відпочинковий (відпочинок на селі). Базою його розвитку є капітальний житловий фонд на садибах господарів та наявні природні, рекреаційні, історико-архітектурні, культурно-побутові і інші надбання тієї чи іншої місцевості.

По-третє, це екотуризм – науково-пізнавальний вид сільського зеленого туризму, характерний для сільських місцевостей і сіл, розташованих у межах територій національних парків, заповідних зон, природних парків тощо, де передбачено відповідні обмеження щодо навантажень на територію та регламентовано види розважального відпочинку. [2]

Концепція сільського туристичного продукту пов’язана з особливостями місцевості, включає її імідж, сприйняття ландшафту та способу життя. Вона має виділяти переваги території і підкреслювати їх з метою покращення іміджу місцевості. [8]

Протягом останніх 10-15 років десятки тисяч жителів сіл України, які займаються сільськогосподарською діяльністю, зайняті у сфері обслуговування, соціальній сфері села – здійснюють діяльність у сфері сільського туризму, надаючи житлові приміщення, які пристосовані для проживання туристів і належать на правах приватної власності господарю.

Українські громадські організації з сільського туризму (всеукраїнська Спілка сприяння розвитку сільського зеленого туризму та Кримський Союз) увійшли у Європейську федерацію з сільського та фермерського туризму. З 1996 р. Спілкою сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні докладаються зусилля з формування системи сільського туризму. Вагомий внесок у популяризацію сільського туризму, надання порад та рекомендацій вносить журнал «Туризм сільський зелений»; щорічно проводиться всеукраїнська виставка-ярмарок

«Українське село запрошує». З метою поліпшення якості введена добровільні екологічна сертифікація садиб сільського туризму «Зелена садиба» та категоризація «Українська гостинна садиба». Започаткована діяльність Школи сільського зеленого туризму. Підготовлено та видано каталоги, путівники та навчальні посібники. Осередки та відділення всеукраїнської Спілки діють у 19 областях та АР Крим. [3]

Уряд України також усвідомлює важливість розвитку сільського туризму як одного із напрямів відродження села та способу активізації внутрішнього та іноземного туризму. Пріоритетність розвитку сільського зеленого туризму в Україні визначається проектом «Національної програми розвитку агропромислового виробництва і відродження села на період до 2010 року», «Основними напрямами розвитку туризму в Україні до 2010 року» та «Програмою розвитку туризму в Україні до 2010 року». Крім того, розвиток сільського зеленого туризму в Україні підтримується спеціальними європейськими програмами TACIS, Міжнародного фонду «Відродження», фонду «Євразія», Європейської федерації сільського зеленого туризму «Єврожітс» та іншими.

За визначенням фахівців, найбільш пріоритетними районами для розвитку сільського зеленого туризму в Україні є такі: у західному регіоні – Закарпатська, Івано-Франківська, Львівська, Хмельницька області; у південному регіоні – АР Крим, Запорізька, Миколаївська, Херсонська області; у центральному і північному регіонах – Київська, Полтавська, Чернігівська області. [2]

Важливе місце в рекреаційному потенціалі займає агротуризм. Агротуризм має можливість сформувати суспільство сталого розвитку, основним завданням якого є забезпечення високої якості життя населення.

Сучасна людина намагається провести свій вільний час подалі від міської метушні та забрудненого повітря. А саме сільський туризм може задовольнити ці потреби , в тому числі і в Україні. Агротуризм може стати прибутковим та перспективним бізнесом для українських фермерів, адже це створення нових робочих місць і, звичайно, зміцнення місцевої економіки. Агротуризм застрахований від ризиків, притаманних сільському господарству, а також від коливання ринкових цін на вирощену продукцію чи на виробничі ресурси. [1]

У Хмельницькій області у смт. Гриців Шепетівського району створений туристський кластер «Оберіг» (Кластер). Кластер Сільського Туризму «Оберіг» (Кластер) – це громадська організація зареєстрована 17.06.2002 р., яка об'єднує 51 особу зацікавлених людей, які працюють у розвитку громади та впроваджують інноваційну технологію розвитку сільського туризму в Грицеві.

Відпочинок на селі – це і є продукт Кластеру, у якому працюють власники агроосель та кулінари, митці й підприємці, працівники бібліотеки, місцевого самоврядування та фермери, кваліфіковані економісти та безробітні. Грицівський Кластер – це перший в Україні кластер, створений в сільській місцевості. Сьогодні Громадська

Організація Кластер Сільського Туризму «Оберіг» тісно співпрацює з обласними НГО: Фондом Сталого Розвитку «Стара Волинь», Асоціацією «Поділля Перший», Асоціацією «Жінки в бізнесі», Інститутом конкурентоздатності м. Київ, Спілкою сприяння розвитку сільського зеленного туризму в Україні, також з обласним управлінням мінеральних ресурсів , курортів та туризму та обласним Центром занятості.

В Кластері «Оберіг» сьогодні є 10 агроосель, які інтенсивно працюють, приймають туристів, які бажають відпочити в селі. Одночасно в Грицеві власники агроосель можуть прийняти 50 осіб на високому рівні. [4] В цій організації об'єдналися підприємці – власники агроосель магазинів, працівники освітніх установ (школи та бібліотеки), представники місцевої влади та громадських організацій з метою виробництва та просування на ринок високоякісного конкурентоздатного продукту – «Відпочинку на селі». З агроосель слід відзначити такі заклади, як: «Лебедине крило», «Зелений гай», «Гостинний двір», «Настуся», «У бабушки». Кожна *оселя пропонує особливі, унікальні та привабливі для туристів послуги.* У Грицеві діє атракція «Вертоград» – пішохідний або кінний похід, протяжністю 5 км, який починається в смт. Грицеві і закінчується в с. Лотівка Шепетівського району. Також здійснюється літнє таборування «Ми – діти природи» розраховане на дітей від 10 років і дорослих. Місце для таборування знаходиться на відстані 2 км від смт. Грицева на березі річки Хомори, в сосновому лісі. На базі Кластеру діє Англійський клуб - програма для дітей 12-14 років для удосконалення знання англійської мови.

В плани Кластеру входить:

- поширення досвіду Грицева в Україні;
- комплексна програма розвитку сільського туризму в північних районах Хмельницької області, в яку входить: створення навчально-інформаційного центру;
- започаткування осередків сільського туризму в інших районах;
- розвиток інформаційної та матеріальної бази Кластеру; навчання молодих спеціалістів. [4]

Проаналізувавши досвід роботи кластеру, природно-ресурсний потенціал і соціальні чинники, можна передбачити високі перспективи розвитку арготуризму в Шепетівському районі та особливо в його північній та північно-східній частинах, де є великі можливості для розвитку активного відпочинку, оздоровлення природними засобами (лікарські рослини, ягоди, глини, хвойні ліси, торфові болота та грязі), заготівлі, рибальства, мисливства.

В Україні сьогодні розвиток екологічного туризму відбувається не внаслідок продуманої політики регіонального і місцевого планування, а екстенсивно, як стихійний інноваційний продукт ринку. Для того, щоб систематизувати проблеми та переваги розвитку екологічного туризму у Хмельницькій області, варто визначити її сильні та слабкі сторони.

Ми вважаємо сильними сторонами Хмельницької області (як території, сприятливої для розвитку екологічного туризму): відносно чисте та безпечне довкілля; наявність великої кількості річок, озер, лісів; мальовничі ландшафти та унікальні геологічні утворення; багаті флора і фауна; багато історико-культурних пам'яток; значна площа заповідних територій та об'єктів; невисока ціна на проживання та харчування; гостинність населення. Слабкими сторонами Хмельницької області, що можуть заважати розвитку екологічного туризму, на нашу думку, є відсутність достатньої туристичної інформації про регіон; слабке інформування про туристичні маршрути; недостатньо розвинута туристична інфраструктура; відсутність таборів для екологічного туризму. Перешкоджає розвитку екологічного туризму у Хмельницькій області й суперництво та відсутність координації між різними організаціями, що займаються промоцією екологічного туризму.

Потенційні можливості та вигоди від розвитку екологічного туризму у Хмельницькій області такі: зростуть доходи місцевого населення, що поліпшить економічний розвиток області; збільшиться зайнятість міського населення; екотуризм сприятиме збереженню природи і культурно-історичних пам'яток області; будуть створюватися нові робочі місця у сфері обслуговування, медицини, транспортній мережі, які зможуть забезпечити роботою випускників вищих навчальних закладів.

З огляду на результати проведеного аналізу, можна рекомендувати організаціям, які займаються, чи планують займатися екологічним туризмом в області здійснити такі заходи: розробити пілотні проекти, які дадуть змогу наочно продемонструвати користь від екологічного туризму; проводити тренінги для місцевих жителів, які задіяні у сфері екологічного туризму; створити веб-сторінку Хмельницької області як терену екологічного туризму; створити інформаційні центри у Хмельницькому і Кам'янці-Подільському, які б займалися збором та оперативним поновленням інформації про готелі, нічліги та табори для екотуристів та іншої необхідної інформації.

Висновок. Хмельницька область має значний туристичний потенціал, однак, цей потенціал в туристичних цілях на території області використовується не зовсім ефективно. Головними проблемами області є неналежний рівень туристської інфраструктури: закладів розміщення, харчування та доріг. Розвиток інфраструктури потребує значних інвестицій, як з боку держави, так і від приватних підприємців. Пріоритетними та перспективними напрямами промоції туристичного продукту для Хмельниччини є подієвий та фестивальний туризм. Подієвий чи фестивальний туризм може також стати візитною карткою області, спираючись на досвід Кам'янця-Подільського. Досвід туристського кластеру «Оберіг» доводить перспективи агротуризму. Розвиваючи ці два напрями в комплексі можна уникнути проблеми сезонності туризму в регіоні і в свою чергу відчутно збільшити туристичні прибуття протягом усього року.

Використані джерела:
1.Аграрний екологічний туризм в країнах Центральної та Східної Європи: Матеріали міжнародного науково-практичного семінару. – Стрий, 2004. – 132 с.
2.Биркович В. І. Сільський зелений туризм – пріоритет розвитку туристичної галузі України [Електронний ресурс] / В. І. Биркович. – Режим доступу : http://tourlib.net/statti_ukr/byrkovych.htm
3.Екологічне маркування агросадиб – інструмент сталого розвитку українського села [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.greentour.com.ua/ukrainian/green/rules
4.Лешкевич В.В. Сучасний стан та перспективи розвитку агротуризму Шепетівщини на прикладі смт. Грицева [Електронний ресурс] / В.В. Лешкевич. – Режим доступу : http://geog.ucoz.ua/publ/1-1-0-9
5.Мельниченко С.В., Єременко А.Ю. Соціально-економічне значення та проблеми сільського зеленого туризму в Україні [Електронний ресурс] / С.В. Мельниченко, А.Ю. Єременко. – Режим доступу : http://www.ecologylife.ru/tyrizm-kurort/sotsialno-ekonomichne-znachennya-ta-problemi-rozvitku-silskogo-zelenogo-turizmu-v-ukrayini.html
6.Перспективи розвитку туризму Хмельницької області [Електронний ресурс] / О.М. Костюк . – Режим доступу : http://tourism-book.com/books/book-42/chapter-1451/
7. Програма регіонального розвитку хмельницької області [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.csi.org.ua/www/?p=2091
8.Розвиток сталого сільського туризму: Тематичний довідник. – Ужгород, 2007. – 146 с.
9.Туризм та культура [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.adm.km.ua/index1.php?link=27
10. Туристична сфера та можливості її розвитку в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://buklib.net/books/35865/

УДК 332.146.2

Воронин И.Н.

E-LEARNING В СИСТЕМЕ ПОДГОТОВКИ СПЕЦИАЛИСТОВ В СФЕРЕ ТУРИЗМА: КРЫМСКИЙ ОПЫТ

В статье дан анализ использования одной из инновационной технологии системы обучения – электронного обучения из опыта Таврического национального университета имени В.И. Вернадского.

В статті дано аналіз використання однієї з інноваційних технологій системи навчання – електронного навчання з досвіду Таврійського національного університету імені В.І. Вернадського.

The article analyzes the use of one of the innovative system of training – E-Learning from the experience of the Taurida V. Vernadsky National University.

Постановка проблемы. На сегодняшний день в контексте интеграции украинской системы образования в европейское образовательное пространство (в т.ч. и в рамках т.н. «Болонского процесса») все чаще говорят о применении новых методов обучения, систем контроля в частности и образовательных технологий в целом.

Примером таких инновационных технологий в системе образования может служить технология дистанционного обучения, известная уже достаточно давно, но в последние годы, благодаря применению современных информационно-телекоммуникационных технологий, получившая новый толчок в развитии и новое название – E-Learning

(сокращение от англ. Electronic Learning – электронное обучение). Изложение материала. Фактически электронное обучение началось с использования персональных компьютеров в образовании. Первоначально обучение с использованием компьютеров чередовалось обычными, классическими занятиями. Однако нарастающие темпы развития современного мира требовали применения более быстрых и достаточно дешевых способов процессов генерации и передачи знаний. Электронное обучение стало одним из реальных инструментов, позволяющих решать эту актуальную проблему современности. По данным Еврокомиссии мировая индустрия электронного обучения по самым скромным подсчетам уже составляет US $ 48 млрд. [1]. А по данным консорциума Sloan в 2011 г. только в США в электронное обучение в высших учебных заведениях было вовлечено более 6 млн. студентов [2]. Современные студенты и школьники – это т.н. «сетевое поколение», для которых электронный способ получения информации (в данном случае именно учебной) является нормальной составляющей их повседневной жизни. В целом же информационные технологии в образовании приветствуются студентами, поскольку знания, умения, навыки необходимы им в самосовершенствовании и дальнейшем карьерном росте. В настоящее время E-Learning взят на вооружение различными компаниями для информирования и обучения как сотрудников компании, так и клиентов.

На сегодняшний день, к *электронному обучению* относится:

1. самостоятельная работа с электронными материалами, с использованием персонального компьютера, мобильного телефона, DVD-проигрывателя, телевизора;
2. получение консультаций, советов, оценок у территориально удаленного эксперта (преподавателя – тьютера – от англ. tutor – педагог-наставник), возможность дистанционного взаимодействия;
3. создание распределенного сообщества пользователей (социальных сетей), ведущих общую виртуальную учебную деятельность;
4. своевременная круглосуточная доставка электронных учебных материалов; электронные учебные материалы и технологии, дистанционные средства обучения;
5. формирование и повышение информационной культуры, овладение современными информационными технологиями, повышение эффективности своей обычной деятельности;
6. освоение и популяризация инновационных педагогических технологий, передача их преподавателям;
7. возможность развивать учебные web-ресурсы;
8. возможность в любое время и месте получить современные знания, находящиеся в любой доступной точке мира;
9. доступность образования лицам с особенностями психофизического развития [3].

Как видим, использование подобных инновационных технологий в системе образования – требование времени. Особенно, если речь идет о

такой сфере деятельности как туризм. На сегодняшний день отечественная туристическая отрасль является одной из немногих в экономике нашей страны, которой свойственна положительная динамика в развитии. А для отдельных регионов Украины туризм – это еще и одна из бюджетоформирующих отраслей.

Примером использования инновационных технологий для подготовки специалистов в сфере туризма является Таврический национальный университет имени В.И. Вернадского. Еще в 2010 г. кафедра туризма Севастопольского экономико-гуманитарного института ТНУ им. В.И. Вернадского выиграла грант Евросоюза в рамках образовательного проекта ТЕМПУС на разработку и создание сети дистанционного обучения для повышения квалификации в сфере туризма. *Проект «Сеть электронного дистанционного обучения для повышения квалификации в сфере туризма (Беларусь, Украина и Грузия)»* (оригинальное название: E-Learning-Weiterbildungsnetzwerk im Tourismus (Belarus, Georgien und Ukraine). №158739-TEMPUS-de-TEMPUS-JPHES-WeNeT) стартовал в начале 2010 г. и был рассчитан на три года.

Целями данного проекта стали:

Глобальные цели.

1. Поддержание процесса реформирования и реструктуризации украинских, белорусских, грузинских вузов, а также поддержка их интеграции в общеевропейское образовательное пространство.

2. Расширение и интенсификация образовательного сотрудничества в туристической сфере стран ЕС и Восточной Европы.

3. Использование ноу-хау и опыта вузов-партнеров как образовательных учреждений для увеличения своего вклада в налаживание системы обучения в сфере туризма на протяжении всей жизни.

Специфические цели.

1. Формирование вузами-партнерами в Украине, Беларуси и Грузии сети дистанционных курсов повышения квалификации для специалистов туристической отрасли.

2. Методическое и дидактическое обучение участников проекта в вопросах организации дистанционного обучения.

3. Повышение квалификации участников проекта в Украине, Беларуси и Грузии и по актуальным проблемам туризма.

4. Разработка и внедрение дистанционных курсов повышения квалификации по туристическим специальностям для целевых групп в Украине, Беларуси и Грузии, включая обеспечение необходимой технической инфраструктурой.

Для достижения поставленных целей были определены основные *задачи* проекта:

1. Разработка и внедрение дистанционных курсов и программ повышения квалификации специалистов в сфере туризма на протяжении всей жизни в Украине, Беларуси и Грузии.

2. Создание центрального Национального портала, с целью адаптации модулей E-Learning, для подготовки и переподготовки целевых групп в туристической сфере.

3. Распространение в странах-партнерах и за их пределами результатов, достигнутых в рамках проекта, расширение сети дистанционных курсов повышения квалификации специалистов туристической отрасли путем привлечения других вузов и заинтересованных субъектов хозяйствования из туристической сферы.

В целом же данный проект WeNeT дал начало становлению межгосударственной и межрегиональной сети дистанционных курсов повышения квалификации специалистов в туристической отрасли, которая продолжает работать и после окончания проекта и обеспечивает долгосрочное сотрудничество между странами.

Участниками проекта стали около 30 учебных заведений и профильных организаций из 7 стран Европы. На начало проекта это был самый большой в истории проектов ТЕМПУС консорциум. В проекте приняли участие высшие учебные заведения и отраслевые министерства Германии, Австрии, Италии, Словакии, Украины, Грузии и Беларуси. На начало в консорциум проекта WeNeT вошли следующие учреждения и организации:

1. *Европейский Союз*. *Германия*: Университет г. Падерборн (Universität Paderborn) – *вуз-координатор проекта*, Университет кооперативного образования г. Равенсбург (DHBW Ravensburg); *Австрия*: Венский экономический университет (Wirtschaftsuniversität Wien, WU); *Словакия*: Университет им. Матея Бела (г. Банска Быстрица) (Matej Bel Universit BB), *Италия*: Институт менеджмента и развития регионов Европейской академии (г. Бозен) (EURAC Bozen); консалтинговая компания ООО Кауфман Унтернеменсбератунг (г. Бад-Зегеберг (Bad Segeberg)) (Kaufmann Unternehmensberatung GmbH).

2. *Украина*. *Высшие учебные заведения*: Национальный транспортный университет (г. Киев) – *вуз-координатор в Украине*, Киевский университет туризма, экономики и права, Севастопольский экономико-гуманитарный институт Таврического национального университета имени В.И. Вернадского, Одесская национальная морская академия, Приазовский государственный технический университет (г. Мариуполь), Прикарпатский национальный университет им. В. Стефаника (г. Ивано-Франковск), Донецкий институт туристического бизнеса, Ялтинский университет менеджмента; а также *отраслевые министерства и организации*: Министерство образования и науки Украины, Министерство культуры и туризма Украины, Министерство курортов и туризма Автономной Республики Крым.

3. *Беларусь*. *Высшие учебные заведения*: Белорусский государственный экономический университет (г. Минск) – *вуз-координатор в Беларуси*; Белорусский государственный университет физической культуры (г. Минск); Гродненский государственный

университет им. Я. Купалы; *отраслевые министерства и организации*: Министерство туризма Республики Беларусь, Национальное агентство по туризму Беларуси.

4. *Грузия*. *Высшие учебные заведения*: Тбилисский государственный университет – *вуз-координатор в Грузии*, Кутаисский университет права и экономики, Батумская морская академия, Высшее образовательное учреждение «College Tsnori » (г. Цнори); *отраслевые министерства и организации*: Департамент курортов и туризма Тбилиси, Департамент курортов и туризма Батуми.

Руководитель проекта – профессор Альбрехт Штайнеке (Albrecht Steinecke), доктор экономики, заведующий кафедрой экономической географии и географии туризма Университета г. Падерборн (Германия); *координатор проекта* – доктор экономики Вячеслав Никитин (Nikitsin Viachaslau), научный сотрудник этой же кафедры. *Координаторы по странам СНГ*: от Украины – профессор Николай Дмитриев (Национальный транспортный университет, г. Киев), от Беларуси – профессор Николай Кабушкин (Белорусский государственный экономический университет, г. Минск), от Грузии – профессор Нико Кварацхелия (Тбилисский государственный университет). Координатор проекта от ТНУ им. В.И. Вернадского – профессор Игорь Воронин, доктор географических наук, заведующий кафедрой туризма Севастопольского экономико-гуманитарного института ТНУ им. В.И. Вернадского.

В рамках проекта планировалась разработка более 20 *E-Learning-курсов*:

1. Менеджмент в туризме.
2. Менеджмент гостиничного и ресторанного хозяйства.
3. Менеджмент турбюро и организаторов путешествий.
4. Экскурсоведение.
5. Аграрный и экологический туризм.
6. Менеджмент оздоровительных предприятий.
7. Менеджмент морского и круизного туризма.
8. Транспортные услуги в туризме.
9. Туристическое освоение и использование потенциала национальных парков.
10. Менеджмент услуг в туризме.
11. Public-private-partnership в туризме.
12. Качество услуг в туризме и секторе высокой гастрономии.
13. Классификация, стандартизация и сертификация в секторе туризма и высокой гастрономии.
14. Правовые основы туризма (в соответствии с законодательствами стран-участниц).
15. Маркетинг в секторе туризма и высокой гастрономии.
16. Культурный туризм (в зависимости от страны и региона).
17. Деловой туризм.
18. Туризм, связанный с проведением крупных мероприятий.

19. Туристический потенциал крупных туристических мероприятий.

20. Современные системы информирования и резервирования в секторе туризма и высокой гастрономии.

21. Управление кадрами и менеджмент конфликтов в секторе туризма и высокой гастрономии.

Были определены следующие *целевые группы* для повышения квалификации по туристическим специальностям как на дистанционной, так и на очной основе:

- руководство и персонал турбюро;
- руководство, специалисты и обслуживающий персонал предприятий гостиничного и ресторанного хозяйства;
- сотрудники национальных, региональных и местных государственных туристических учреждений;
- сотрудники национальных, региональных и местных туристических информационных центров;
- сотрудники и специалисты заказников и заповедников;
- сотрудники предприятий, организующих досуг (спорт, культура и т.д.);
- владельцы и работники сельских усадеб, занимающихся эко- и агротуризмом;
- сотрудники предприятий социального туризма (санатории, дома отдыха, детские и молодежные лагеря);
- сотрудники и руководство предприятий, специализирующихся на оздоровительном туризме (санатории, сфера SPA и wellness);
- сотрудники и руководство транспортных предприятий (воздушный, железнодорожный, автомобильный транспорт, в особенности морской и круизный туризм);
- экскурсоводы и гиды различных тематических направленностей;
- выпускники вузов, интересующиеся туристической сферой;
- иные заинтересованные лица (в особенности безработные, офицеры, вышедшие в отставку и т.д.).

Прогнозируемое количество потенциальных слушателей курсов из государственного и частного туристических секторов, которая будет принимать участие в апробации дистанционных программ и курсов повышения квалификации по туристическим специальностям было определено участниками проекта в следующем количестве: от Украины – 2,5 тыс. чел.; от Беларуси – 1,6 тыс. чел.; от Грузии – 1,2 тыс. чел. По форме и объему (в академических часах) планировались следующие *виды курсов*: без отрыва от производства (дистанционное обучение), с отрывом от производства (очная форма обучения), смешанные курсы (дистанционное и очное обучение) – 1-4 недели (32, 72 и 144 учебных часа и т.д.), а также постдипломное образование (до 500 учебных часов). Для реализации целей проекта были созданы *тематические рабочие группы*:

- *IT-group* – техническое обеспечение, разработка и создание единой платформы проекта, включающую в себя национальные платформы-

порталы (по странам), которые в свою очередь состоят из платформ-серверов каждого вуза-участника проекта;

• *E-Learning-group* – разработка и методическое наполнение курсов по заявленным тематическим направлениям по каждому вузу-участнику проекта.

Результатами проекта должны были стать:

1. Формирование межгосударственной сети дистанционных курсов повышения квалификации специалистов туристической отрасли.

2. Разработка, установка и формирование единой сети порталов для дистанционного повышения квалификации специалистов туристической отрасли.

3. Повышение квалификации (в соответствии с рабочей группой) украинских, белорусских и грузинских преподавателей.

4. Разработка и внедрение дистанционных курсов и программ повышения квалификации для туристического сектора.

5. Распространение результатов проекта.

6. Обеспечение долгосрочного использования результатов проекта.

7. Мониторинг качества реализации проекта.

8. Создание системы менеджмента проекта.

В январе 2013 г. данный проект был успешно завершен. Все цели проекта были успешно достигнуты, задачи решены. Главным результатом проекта стало создание *международной сети дистанционных курсов (E-Learning-курсов) повышения квалификации для специалистов туристической отрасли*. Так, была создана *Украинская национальная платформа-портал* (на базе сервера Национального транспортного университета) – http://wenet.ntu.edu.ua, с которой посредством гиперссылок возможен переход на *Белорусскую национальную платформу* (на базе Белорусского государственного университета физической культуры) – http://wenet.sportedu.by и *Грузинскую национальную платформу* (на базе Тбилисского государственного университета) – http://wenet.tsu.edu.ge. При этом в каждом вузе-партнере проекта была создана своя платформа-сервер, где и размещаются разработанные курсы. Так, например сайт ТНУ им. В.И. Вернадского, созданный для реализации целей проекта, расположен по адресу: http://wenet.tnu.crimea.edu.

В качестве примера, рассмотрим систему организации дистанционного обучения для повышения квалификации специалистов в сфере туризма, организованную в ТНУ им. В.И. Вернадского. На рис. 1 приведен скриншот (от англ. screenshot – снимок экрана) *сайта проекта WeNeT ТНУ им. В.И. Вернадского*. Как видим, на главной странице данного сайта слушатель получает, прежде всего, информационную поддержку – здесь он может получить общую информацию о проекте, партнерах университета в рамках данного проекта (через гиперссылки на их сайты), познакомится с новостями и мероприятиями, связанными с данным проектом. На левой панели размещены закладки, позволяющие получить информацию непосредственно об учебных E-Learning-курсах,

разработанных рабочей группой университета: условиях и программах обучения, результатах и продуктах обучения.

Внизу web-странички сайта расположена панель «Обучение», которая переадресовывает слушателя непосредственно на тестовый портал. *Тестовый портал проекта WeNeT в ТНУ им. В.И. Вернадского* разработан на базе системы *Moodle*, работающей в режиме on-line. Moodle является открытой управляемой системой (Open Source Course Management System, CMS), также известной как «система управления обучением» (Learning Management System, LMS) или «виртуальная среда обучения» (Virtual Learning Environment, VLE). На сегодняшний день она является наиболее популярной в образовательной сфере многих стран мира.

На тестовом портале слушатель проходит регистрацию, осуществляет выбор учебного курса и проходит непосредственно тестирование. Тестовый портал можно посетить и без регистрации, в качестве гостя, с целью ознакомления, однако при этом сами тесты при этом будут недоступны. Тестовый портал является еще и обучающим – на нем помимо непосредственно самих тестов расположены и большие информационно-текстовые массивы, структурированные на разделы, согласно программе обучения, что позволяет слушателю получить необходимую информацию по каждому вопросу или заданию теста. Кроме того, здесь же расположены дополнительные источники информации – нормативно-правовые документы, глоссарии, списки рекомендованной литературы и пр. Система построения теста – классическая – вопрос или задание и предлагаемые варианты ответов, правильным считается наиболее полный ответ (один или два и более). Пройдя весь тест, слушатель имеет возможность вернуться к его началу и скорректировать ответы и только после этого, отправить окончательный вариант ответа. Результат слушатель получает мгновенно. Оценивание производится по 100-бальной системе, при этом оценивание может производится как по отдельным разделам теста, так по тесту в целом. Среди дополнительных опций тестового портала можно назвать форум, позволяющий вести on-line-переписку как с тьютером, так и с другими слушателями.

С позиций тьютера тестовый портал позволяет редактировать как текстовую, так и тестовую часть портала, назначать роли участников тестирования (преподаватель – тьютер, ассистент преподавателя, студент – слушатель), формировать слушателей в группы по задаваемым критериям, составлять отчеты, вести on-line-переписку со слушателями и самое главное формировать отчетные ведомости, которые помимо итогового оценивания, позволяют тьютеру видеть общее количество входов слушателей в систему и период нахождения в ней. Итоговые ведомости можно отправлять на печать.

На сайте проекта предусмотрена *система контроля качества обучения* – по окончании тестирования слушателю предлагается пройти анкетирование, которое позволяет оценить обучение по 18 критериям, сгруппированным в 4 группы:

1. Организационное и техническое обеспечение (техническая доступность к системе дистанционного обучения, полнота и достоверность информации о дистанционных курсах, интерфейс тестовой системы, техническая возможность обратной связи).

2. Качество работы преподавателя (тьютера) и технического персонала (компетентность преподавателя (тьютера), эффективность обратной связи (обмен информацией между слушателями и тьютерами), доброжелательность преподавателя (тьютера)).

3. Структура и содержание курса (структурная логичность курса, доступность и полнота учебного материала, практическое применение полученных знаний, уровень инновационности (научно-практическая новизна), система оценивания, эффективность дополнительного материала).

4. Результаты обучения (влияние полученных знаний и навыков на эффективность работы, влияние полученных знаний на карьерный рост, рост профессионализма слушателя).

Специфика обучения на данных E-Learning-курсах в ТНУ им. В.И. Вернадского, заключается в том, что обучение организованно в рамках курсов повышения квалификации экскурсоводов. Подготовкой экскурсоводов университет занимается уже не один десяток лет – с 1972 г., когда при кафедре экономической и социальной географии на т.н. «факультете общественных профессий» были организованны курсы экскурсоводов. Спустя 30 лет, с введением процедуры лицензирования образовательной деятельности, в 2002 г. на географическом факультете университета было открыто Отделение экскурсоведения и туризма, которое занимается подготовкой по рабочим профессиям туристического профиля (экскурсовод и агент по организации туризма). Кроме первичного обучения на Отделении проводятся и курсы повышения квалификации. Внедрение дистанционного обучения в систему курсов повышения квалификации позволило «приблизить» удаленные регионы Крыма, особенно в период межсезонья, когда транспортная доступность становится главным препятствием к прохождению процедуры повышения квалификации.

Рис. 1. Сайт проекта WeNeT ТНУ им. В.И. Вернадского

На сегодняшний день, на тестовом портале размещено 5 учебных курсов: Культурный туризм, Маркетинг в туризме, Музееведение, Организация экскурсионных услуг, Основы экскурсионного дела. По мере внедрения технологий дистанционного обучения планируется разработка и размещение новых курсов.

С момента запуска данного портала (октябрь 2011 г.) через систему E-Learning уже прошло более 300 чел. После окончания проекта данная система стала активно внедряться в основной учебный процесс – для студентов образовательно-квалификационного уровня «бакалавр», «специалист» и «магистр» туристических направлений подготовки и специальностей.

Однако полноценному использованию данных инновационных технологий мешает ряд *проблем*. Среди главных проблем внедрения системы E-Learning, необходимо отметить следующую – в силу несформированности нормативно-правовой базы системы образования Украины в вопросах дистанционного обучения, на сегодняшний день, данный вид обучения в нашей стране не существует де-юре. В связи с чем, его применение в «чистом» виде – нелегитимно. В качестве компромиссного варианта – допустимо его использование как элемента в системе классического обучения, что, на наш взгляд, нивелирует всю идею дистанционного обучения. Еще одна проблема системы E-Learning в современной системе образования нашей страны, логично вытекающая из первой, – проблема идентификации личности обучаемого: кто находится

на том конце провода – тот, кого необходимо обучить или его более опытный коллега? Учитывая наш менталитет, как говорится, «возможны варианты». Однако, если во главу угла процесса обучения поставить не менторство, а сознательность обучаемого и его стремление к самосовершенству, то данная проблема теряет свою актуальность.

Выводы. Завершая анализ внедрения инновационных технологий в образовательный процесс, необходимо отметить бесспорную перспективность системы дистанционного обучения в целом и его современного воплощения – E-Learning в частности. С учетом современных реалий: лавиноподобный рост потоков информации, ускоряющаяся интенсивность общественной жизни, феноменальное развитие социальных сетей и т.п., альтернативы E-Learning в ближайшее десятилетие нет!

Список литературы:
1. *Communication from the Commission : E-Learning – Designing «Tejas at Niit» tomorrow's education. – Brussels : European Commission.*
2. *Going the Distance : On-line Education in the United States, 2011 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://sloanconsortium.org/.*
3. *Электронное обучение. Материал из Википедии – свободной энциклопедии [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://ru.wikipedia.org/wiki/.*

Смирнов І.Г., Головко В.В.

КОНСОРЦІУМ ІСТОРИЧНИХ МІСТ ЯК ТУРИСТИЧНИЙ КЛАСТЕР: СЛОВАЦЬКИЙ ДОСВІД

Розкрито досвід нашого західного сусіда – Словацької республіки в створенні та успішному функціонуванні регіонального туристичного кластеру у формі консорціуму «Словацькі королівські міста», який об'єднав чотири міста півночі цієї країни – Бардейов, Кежмарок, Левочу, Стару Любовню.

Раскрыто опыт западного соседа Украины - Словацкой республики в создании и успешном функционировании регионального туристического кластера в форме консорциума «Словацкие королевские города», объединившего четыре города северной части этой страны - Бардейов, Кежмарок, Левочу, Старую Любовню.

Shown experience of Ukraine western neighbor – the Slovak Republic in the establishment and successful operation of the regional tourism cluster in the form of consortium «Slovak Royal Cities», which combined four northern cities of the country – Bardejov, Kezmarok, Levoca, Stara (Old) Lyubovnya.

Постановка наукової проблеми. Формування туристичних кластерів є нагальною проблемою сучасного етапу розвитку рекреаційно-туристичної галузі в Україні. Ефективному вирішенню цієї проблеми сприятиме ознайомлення та аналіз процесів кластерізації в туристичному господарстві інших країн. Так, Казахстан нині працює над створенням туристичного кластеру вздовж транспортного коридору «Західна Європа – Західний Китай», тобто по трасі Великого Шовкового шляху [1]. Цікавий досвід формування регіональних туристичних кластерів має наш західний

сусід – Словацька республіка. Це стосується передусім створення туристичного консорціуму (*Консорціум (лат. Consortium – співучасть, співтовариство) – організаційна форма тимчасового об'єднання підприємств, організацій, установ для здійснення капіталомісткого проекту. Обов'язки членів консорціуму, частка кожного з них у витратах та очікуваному прибутку, а також форма участі в реалізації проекту визначаються угодою про консорціум. Консорціум несе солідарну відповідальність перед своїми замовниками [8]*). «Словацькі королівські міста» у складі чотирьох північно-словацьких міст - Бардейова, Кежмарока, Левочі та Старої Любовні.

Літературні джерела та публікації з теми статті охоплюють як міжнародну інформацію з проблем кластерізації в туризмі [1; 4], так і результати досліджень цих проблем українськими дослідниками, включаючи деякі праці автора [2; 3; 5; 6, 45-47; 7; 8].

Метою статті є ознайомити українську фахову аудиторію з міжнародним практичним досвідом та науковим доробком з проблеми туристичних кластерів, спираючись на приклад нашого західного сусіда – Словаччини, де вже понад десять років успішно функціонує регіональний туристичний кластер у формі консорціуму чотирьох міст північної частини цієї країни.

Виклад основного матеріалу. Інтенсивний розвиток туризму в світі та Україні зумовлює необхідність пошуку його інноваційних напрямків та форм. Одним із таких інноваційних напрямків розвитку туризму, зокрема, в геопросторовому аспекті, є створення туристичних кластерів. Кластери в сфері послуг, зокрема, туристичних, є порівняльно новим підрозділом кластерної теорії та практики, який почав формуватися відносно недавно. Пов'язане це як зі специфічними особливостями послуг як товару (невідчутність, неможливість зберігання, невідривність від виробника та споживача), так і з технологічними особливостями надання різних видів послуг, кількість та різноманітність яких постійно зростає. Так, нині за СОТ виокремлюють 12 секторів послуг, які, у свою чергу, поділяють на 155 підсекторів [5, 16].

Що стосується туризму, то теорія та практика кластероутворення в цій галузі в Україні знайшла втілення в Чернігівській обл., Карпатах, Буковині та Поділлі, Криму, Київській, Миколаївській, Херсонській, Івано-Франківській, Тернопільській та інших областях. Метою функціонування туристичного кластеру є об'єднання ресурсів, ідей, можливостей різних структур певної території у єдиний комплекс щодо найефективнішого представлення рекреаційно-туристичних ресурсів регіону, формування, просування та реалізації туристичних продуктів на різних ринках. До важливих рис кластерів слід віднести провідну роль в них малих та середніх підприємств, що підкреслює значення регіональних ресурсів для функціонування кластера. Як зазначає Д.Стеченко, «Кластерний підхід у сфері туризму активізує підприємництво через концентрацію ділової активності, тому сприяє створенню робочих місць, доходів, поліпшенню якості туристичних послуг, життя населення на території його

запровадження. Досягається це завдяки зростанню конкурентоспроможності, можливості інтеграції інтелектуальних, природно-рекреаційних, трудових, фінансових, матеріальних ресурсів у забезпеченні якості виробництва та надання туристичних послуг» [2]. До переваг розвитку туристичних кластерів для його безпосередніх учасників можна віднести: підвищення конкурентоспроможності підприємницьких структур; скорочення витрат (поточних, з підготовки та навчання персоналу, спільних маркетингових досліджень та реклами тощо); більш широкі можливості проведення маркетингових досліджень, рекламних компаній, PR-акцій; розширення ринків збуту; можливості ефективного обміну ідеями між фахівцями, отже, для формування конкурентного середовища. Туристичний кластер може включати в себе власне туристичні підприємства (туроператори, турагенції), підприємства готельного господарства (готелі, мотелі, кемпінги тощо), музеї, виставкові центри, окремі заклади ресторанного господарства, транспорту, розваг, спортивної інфраструктури, реклами та інші організації, пов'язані з туристичною та супутньою інфраструктурою.

В Україні існують досить численні приклади туристичних кластерів, що успішно функціонують, зокрема, один із перших – кластер сільського зеленого туризму в смт. Градів Шепетівського району Хмельницької обл., що був створений у 2002 р. Також активно діють такі туристичні кластери (ТК), як: «Південне туристичне кільце» (АР Крим), «ТК Славутич» (Київська область), туристично-рекреаційний кластер «Гоголівські місця Полтавщини» (Полтавська обл.), ТК єврорегіону «Слобожанщина» (Харківська обл.), транспортно-туристичний кластер «Південні ворота України» (Херсонська обл.), ТК «Кам'янець» (Хмельницька обл.), кластер водного туризму (Чернігівська обл.), а також ТК в Івано-Франківській та Луганській областях [2]. Є пропозиції щодо створення Буковинсько-Подільського регіонального ТК [3].

DEKLARÁCIA
KONZORCIA MIEST

Dolupodpísaní

MUDr. Boris HANUŠČAK, primátor mesta Bardejov
RNDr. Valent JARŽEMBOVSKÝ, primátor mesta Stará Ľubovňa
Ing. Peter PEKARČÍK, primátor mesta Levoča
Ing. František GROHOLA, primátor mesta Kežmarok

týmto deklarujú vytvorenie spoločného konzorcia miest, ktorého poslaním je:

1. Chrániť a zhodnocovať historické a kultúrne dedičstvo, nachádzajúce sa na území našich miest.
2. Podporovať ekonomický rozvoj zameraný na trvalo udržateľný rozvoj kvalitného cestovného ruchu, integrujúci celý súbor zainteresovaných ekonomických aktérov.
3. Prostredníctvom rozvoja trvalo udržateľných ekonomických aktivít posilňovať sociálnu súdržnosť.

V záujme realizácie týchto cieľov, predkladá mesto Stará Ľubovňa v mene konzorcia miest tento projekt „Slovenské kráľovské mestá – renesancia".
Ústredným cieľom tohto projektu je vytvorenie, posilnenie a rozvoj identity siete vytvorenej našimi mestami.

V Bardejove, 9. 7. 2001
MUDr. Boris HANUŠČAK, primátor

V Starej Ľubovni, 9. 7. 2001
RNDr. Valent JARŽEMBOVSKÝ, primátor

V Levoči, 10. 7. 2001
Ing. Peter PEKARČÍK, primátor

V Kežmarku, 10. 7. 2001
Ing. František GROHOLA, primátor

Рис. 1. Декларація про утворення Консорціуму «Словацькі королівські міста» (словацькою мовою) [4]

У цьому контексті цікавим та корисним є досвід створення регіональних ТК у Словаччині, зокрема, у формі Консорціуму з відродження словацьких королівських міст у складі Бардейова, Кежмарока, Левочі та Старої Любовні, угода (декларація) про що була підписана мерами цих міст у 2001 р. (рис.1). Декларація оголосила про створення консорціуму (асоціації) у складі чотирьох вищенаведених міст з такими цілями: 1. Зберігати та відновлювати спільну історико-архітектурну та культурну спадщину, що знаходиться на території міст-учасників. 2. Сприяти господарському поступу міст-учасників, насамперед, через розвиток сучасних високоякісних форм туризму, що мають інтегрувати всі причетні економічні складники. 3. Шляхом розвитку туризму та супутньої економічної активності на підставах сталості посилити соціальну спрямованість господарського поступу міст-учасників. Проект «Словацькі королівські міста – відродження» висунуто від імені консорціуму містом Стара Любовня. Головною метою проекту визначено створення, зміцнення та подальший розвиток туристичного кластеру «Словацькі королівські міста» у складі чотирьох вищенаведених міст [4].

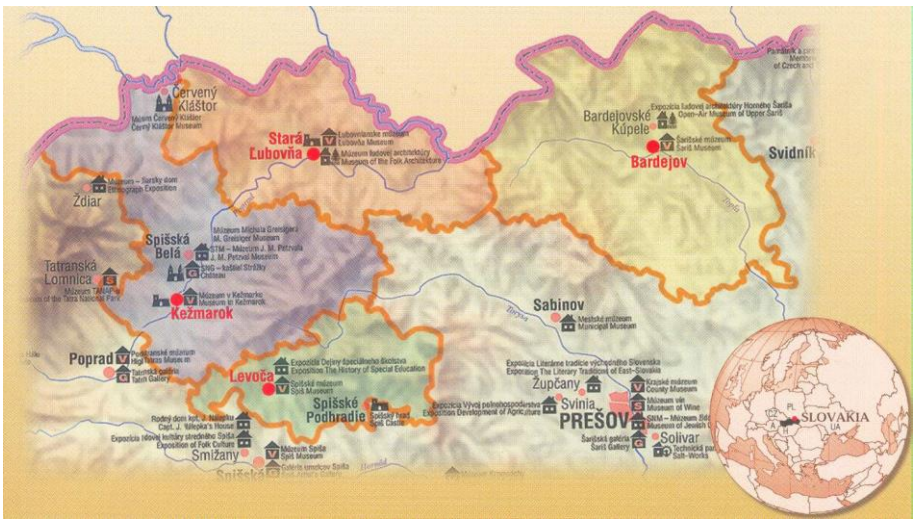


Рис. 2. Розміщення міст, що утворили консорціум «Словацькі королівські міста» [4]

м. Кежмарок, загальний вигляд

м. Левоча, Центральна площа

м. Стара Любовня, замок

м. Бардейов, Магістрацька площа

Рис. 3. Обкладинка інформаційно-рекламного видання «Словацькі королівські міста» [4]

Ці міста Північної Словаччини об’єднує їх географічне положення (рис.2), спільне історичне минуле (в Середньовіччі вони були передані Угорщиною в оренду Польщі на 364 роки – з 1412 до 1776 рр.), особливості розвитку (одними з перших серед міст Словаччини вони отримали Магдебурське право, тобто право бути вільними королівськими містами у складі Угорської корони). Консорціум з відродження словацьких

королівських міст був представлений на Міжнародному турсалоні «Україна-2012» в Києві в жовтні 2012 р., де презентував своє інформаційно-рекламне видання, видане в трьох мовах – словацькій, англійській, німецькій (рис.3).

Отже, Консорціум з відродження словацьких королівських міст (далі - Консорціум) являє собою регіональний туристичний кластер, що об'єднує чотири історичних міста північної частини Словаччини і спільними зусиллями забезпечує розвиток туризму в містах-учасниках та в регіоні Спіш, про що турбуються офіси Консорціуму, що є в кожному з чотирьох міст-учасників [9-12]. Також Консорціум здійснює спільні маркетингово-рекламні та промоційні акції, в т.ч. на міжнародному рівні; бере участь у національних та міжнародних туристичних виставках; турбується про підтримку та відновлення історико-архітектурної та культурної спадщини регіону Спіш, до якого належать міста-учасники, зокрема, середньовічних замків та міських оборонних споруд у Старій Любовні, Левочі, Кежмароку, Бардейові; контролює екологічну ситуацію в регіоні та містах – учасниках; сприяє збільшенню робочих місць внаслідок розвитку туризму тощо (рис. 10). Нижче надається коротка характеристика міст-учасників Консорціуму.

Рис. 4. Місто Бардейов: міські укріплення (XIV-XVI ст.)

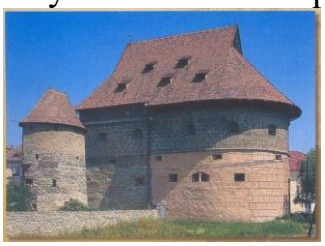


Рис. 5. Місто Бардейов: Груба башта (XIV-XVI ст.)

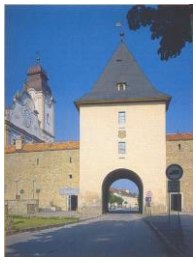


Рис. 6. Місто Левоча: Кошицька брама (XV ст.)

Рис. 7. Місто Левоча: міський магістрат (XV ст.)

Рис. 8. Місто Кежморок: історичний будинок (XVII ст.)

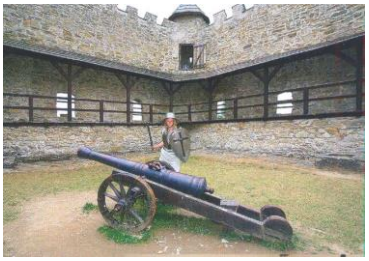


Рис. 9. Замок Любовня (XV ст.): експозиція музею

Бардейов (населення 20 тис. осіб) належить до тих міст, найбільш цінною особливістю яких є історичні пам'ятки, створені у період Середньовіччя. Перша письмова згадка про це місто датується 1241 р. Місто знаходилося на важливому перехресті стародавніх торговельних

шляхів і з цієї причини отримало підтримку свого розвитку з боку угорських монархів, зокрема, у формі надання спеціальних прав і привілеїв. Найбільш важливими з них були право проведення щорічної ярмарки та право складування та зберігання товарів. У 1352 р. король Людовік І наказав звести захисні мури навколо міста і воно, таким чином, отримало систему міських оборонних споруд, які залишилися добре збереженими до наших часів (серед них – міські укріплення з Червоною та Великою баштами, північно-східний бастіон, Північна, Груба та Шкільна башти – рис. 4-5). Найбільш важливий привілей був наданий місту в 1376 р., коли Бардейов став вільним королівським містом (отримав Магдебурзьке право). Завдяки розвитку торгівлі, цехів, ремесел, освіти та культури Бардейов за часів Середньовіччя перетворився у важливий центр Угорського королівства. Пізніше війни та руйнування послабили позиції міста. Протягом всієї першої половини XX ст. місто теж не отримувало достатньої уваги та стимулів для свого розвитку через периферійне положення та відповідний статус. Позитивні зміни розпочалися тільки після Другої Світової війни, коли в місті дістали розвиток промисловість, освіта, туризм і одночасно розпочалася роботи з відновлення історико-архітектурних пам'яток. Вже в 1950-х рр. історичний центр Бардейова був проголошений історико-архітектурним заповідником. Значні зусилля з відновлення історичних об'єктів цивільного будівництва на Центральній площі міста були виконані в 1970-х рр. Винагородою за успішну реконструкцію історичного центру Бардейова було його відзначення Золотою медаллю ЮНЕСКО в 1986 р. Наступною метою міста стало включення його до Списку всесвітньої спадщини ЮНЕСКО, що було досягнуто 2 грудня 2000 р.

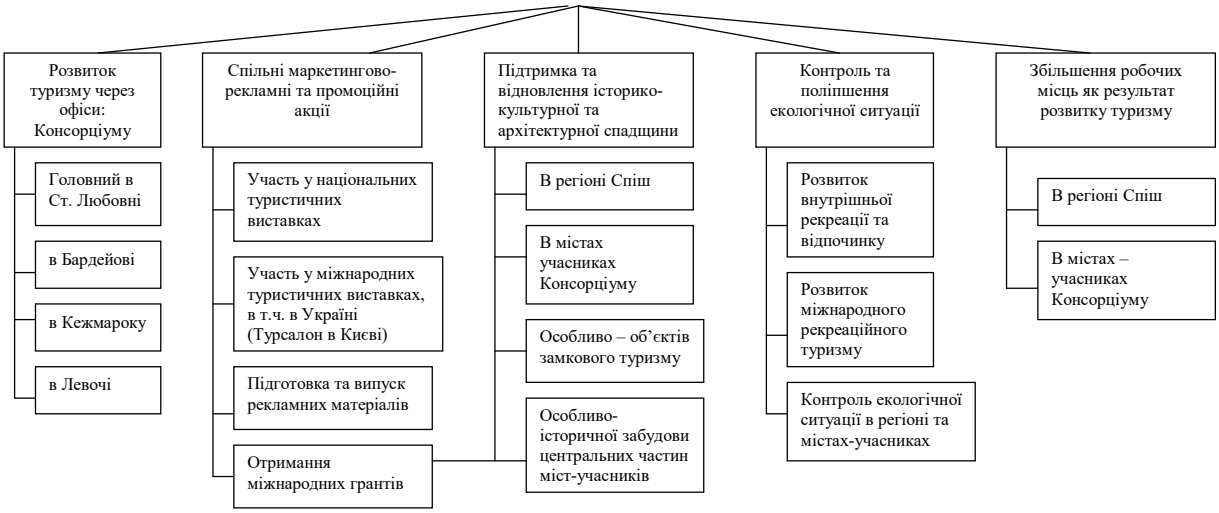


Рис. 10. Сфери діяльності консорціуму «Словацькі королівські міста»
(авторська розробка за [4; 9-12])

В Прешовському краї Словацької республіки знаходяться чотири міста, які свого часу отримали привілей – бути вільними королівськими містами, однак заслуги міст в Середньовіччі треба підтримувати і відновлювати в сучасних умовах. На даний час Бардейов, Кежмарок,

Левоча і Стара Любовня мають ті самі проблеми і подібну складну економічну ситуацію. Створення Консорціуму (асоціації) вільних королівських міст у складі чотирьох вищенаведених утворило основу для підготовки спільних ініціатив, спрямованих на розвиток туризму і отримання міжнародних грантів, а також надало нові можливості для вирішення проблем, пов'язаних зі збереженням культурно-історичної спадщини. Консорціум також сприяє зростанню та розвитку туризму, який має великий потенціал в усіх чотирьох містах-учасниках, зокрема, є важливим джерелом нових робочих місць та доходів до міських бюджетів.

Старовинне місто *Левоча* (населення біля 10 тис. осіб) розташоване на південних схилах Левоцької височини в центрі регіону Спіш. Місто виросло з групи стародавніх поселень, які існували тут ще в XII ст. Перша писемна згадка про це місто датується 1249 р. У 1271 р. місто згадується, як центр провінції Спішських саксів, і вже тоді воно отримало права вільного королівського міста. Крім права на самоврядування ці права також включали міську судову владу, право на видобуток руди, використання лісів, розвиток ремесла та торгівлі. В такий спосіб м. Левоча перетворилося в економічний і торговий центр Спішського регіону, що стимулювало подальший культурний та архітектурний розвиток міста. В Середньовіччі м. Левоча стало місцем зустрічей лідерів європейських країн, так, у 1474 р. місто відвідав угорський король Матей Корвін, а в 1497 р. – чотири брати Ягелони, один з яких був польським а інший – угорським королем. Продовжуючи цю традицію, в 1998 р. в Левочі відбувся п'ятий саміт президентів 11 країн Центральної Європи. Пізніший період відносної економічної стабілізації був використаний для сприяння культурному розвитку міста. Так, в друкарні братів Брейдерів був виданий твір Яна Амоса Коменського «Orbis Pictus» в чотирьох мовах. Місто Левоча стало духовним центром в період Словацького національного пробудження, коли Л.Штур з прихильниками обрав його в якості бази своєї діяльності. У 1853 р. побудований міський театр, в якому нині після реконструкції знаходиться конгрес-хол і глядацька зала. Середньовічний центр міста є одним з небагатьох чудово збережених зразків історичного міського і архітектурного дизайну в Центральній Європі, і тому справедливо був оголошений історико-архітектурним заповідником. Майже весь периметр міста охоплюють середньовічні фортечні споруди, серед яких до цих пір непогано збереглися кілька оборонних бастіонів і три міських брами, а саме Кошицька, Менгардська та Польська (рис. 6). Центральна площа м. Левоча належить до найбільших середньовічних міських майданів у Словаччині. Усі головні домінуючі міські споруди згруповані в центрі площі – це міська ратуша, збудована в стилі ренесанс (рис.7), дзвінниця і римсько-католицький костел Св. Якуба з його унікальною колекцією середньовічних готичних вівтарів «з крилами» (тобто з бічними рухомими частинами). Головний вівтар костелу є не тільки досконалим художнім твором, але, маючи висоту 18,62 метра, є також найбільшим готичним вівтарем у світі. Цей вівтар був створений в

м. Левоча, в майстерні місцевого майстра Павла. На вершині крутого пагорба над містом височить ще один римсько-католицький храм – З'яви Діви Марії. На Маріанську прощу до Левочі щорічно збираються багато тисяч паломників, а в 1995 р. ця проща була удостоєна присутності Папи Римського Івана Павла II. Незважаючи на численні історичні будівлі та пам'ятки, Левоча також може бути представлена як місто, яке особливо підходить для рекреації та відпочинку. У літній час воно пропонує відвідувачам можливість відпочити на прилеглих водосховищах та мандрувати пішохідними і велосипедними стежками в оточенні прекрасної природи Левоцьких пагорбів. Взимку пропонується відпочинок на гірських та бігових лижних трасах – в центрах зимового туризму «Левоцька долина» та «Завада».

Місто *Кежмарок* (населення 20 тис. осіб) знаходиться на півночі Словаччини в мальовничій місцевості Спіш біля гір Високі Татри. Місто виникло внаслідок злиття кількох поселень, створених місцевим слов'янським населенням разом з німецькими іммігрантами. Перша письмова згадка про місто датується роком 1251, а свої міські права, як вільне королівське місто, Кежмарок отримав в 1269 р. У XV ст. місто дістало додаткові привілеї, зокрема, право на проведення двох щорічних ярмарок, право меча, право на свій герб тощо. Вигідне географічне положення м. Кежмарок, яке знаходилося безпосередньо на торговому шляху, що з'єднував країни Сходу з Північною Європою, стало причиною динамічного розвитку в ньому ремесла і торгівлі. У XV-XVIII ст. у місті існувало понад 40 ремісничих цехів, що висунуло Кежмарок в число перших чотирьох міст Словаччини за господарським розвитком. Документ, датований 1715 р., згадує, що в місті були майстерні 263 майстрів. Кежмарок був місцем навчання і праці багатьох визначних письменників, художників і вчених, які були відомі у всій Європі. Перша згадка про Кежмароцьку школу, де вивчалися основи музичного, прикладного та театрального мистецтва, датується XIV ст. Понад сім століть існування міста знайшли відображення в його архітектурі, де присутні практично всі архітектурні стилі, починаючи від романського, далі через готику, ренесанс та бароко до неокласичного (рис. 8). Своєрідною особливістю міського планування Кежмароку є його головна площа з ратушею, що знаходиться посередині, і замком в кінці площі. Останній згадується вперше в 1463 р. У XVI ст. він належав шляхетській родині Ласки, потім перейшов до родини Текелі, які перебудували оригінальну готицьку споруду замку у стилі ренесанс. Нині Кежмарок є визначним національним історико-культурним заповідником Словаччини і може похвалитися великою кількістю історичних будівель. Найбільш важливими з них є дві культурні пам'ятки державного значення: це дерев'яна лютеранська кірха з 1717 р. і лютеранський ліцей з найбільшою шкільною бібліотекою у Європі (150 000 томів), створений в 1774-76 рр. Домінантою міста є готичний римсько-католицький костел Святого Хреста з цінним вівтарем від 1498 р., якому було надане почесне ім'я Basilica Minor у 1998 р. Папою

Римським Іваном Павлом II. Традиції розвитку народних художніх ремесел в регіоні Спіш сприяли проведенню в Кежмароку кожного літа Європейської народної ярмарки ремесел (ELRO), з презентацією виробів словацьких та закордонних народних майстрів. У такий спосіб мешканці міста бережуть пам'ять про багату історію і важливе значення цього вільного королівського міста протягом усього його довгого існування.

Стара Любовня (населення біля 10 тис. осіб). Земля на півночі Словаччини біля річки Попрад була заселена ще в ранньому кам'яному віці. Перший письмовий документ з згадкою про Стару Любовню, яка поступово набувала міських прав, датується 1292 р. Найбільш значні привілеї місто дістало в 1364 р. від угорського короля Людовика I, який підвищив статус Старої Любовні до вільного королівського міста з правом меча і звільнив місто від юрисдикції феодалів, що володіли замком Любовня. Городяни Старої Любовні отримали привілеї згідно Магдебурзького права, серед них право обирати мера, міську раду і суд, проводити щорічні ярмарки, виробляти пиво, ловити рибу тощо. Місто продовжувало процвітати, особливо після 1412 р., коли воно, разом з 15 іншими словацькими містами регіону Спіш було віддане в тимчасову оренду Польській державі угорським королем Сигизмундом Люксембурзьким. Після цієї події Любовнянський замок став місцем перебування адміністратора (старости) «орендованих» Польщею словацьких територій, відповідно тут перебували численні угорсько-польські дипломатичні місії та відбувалися перемовини з приводу сплати угорського боргу. Можливості надавати різноманітні послуги мешканцям замку та приїжджим гостям сприяли розвитку ремісничих цехів у місті та навіть створенню Монетного двору. Повернення Спішських міст до Угорщини в 1772 р., під час правління австро-угорської королеви Марії-Терезії, не було сприятливим для Старої Любовні, оскільки місто фактично втратило своє привілейоване становище. Центром м. Стара Любовня є площа Св. Миколая, що має у плані кшталт тризуба. Кам'яні будинки на цій площі почали переважати після пожежі 1556 р., яка знищила стару дерев'яну забудову. Визначним об’єктом площі є Провінційний дім – місце адміністрації «орендованих» Польщею словацьких міст у Середньовіччі. Особливої уваги заслуговує римсько-католицький костел Святого Миколая з 1280 р. Його барочний інтер'єр містить кілька визначних пам’яток мистецтва, найбільш цінними з яких є пізньоготична церковна купель XVI ст. та пізньоготичні могильні плити з пісковику та червоного мармуру. На вапняковій горі над містом на висоті 711 метрів над рівнем моря височить кам'яний замок Любовня - одна з низки фортець, що охороняли кордони Угорського королівства (рис. 9). Перша документальна згадка про замок в якості королівської резиденції датується 1311 р. Реконструкції XVI-XVII ст. перетворили замок в потужний оборонний комплекс в стилі ренесанс з власною каплицею. Нині біля мурів Любовнянського замку знаходиться Музей народної архітектури (скансен), домінантою і найціннішим

експонатом якого є дерев'яна греко-католицька церква, збудована в 1883 р. та перенесена до скансену з сусіднього села Матисова.

Висновки. Наш західний сусід – Словацька республіка є країною розвинутого багатопрофільного туризму, який добре відомий в Україні, Європі та світі як завдяки високому рівню туристичного обслуговування, так і різноманітності туристичної пропозиції, що включає зимовий лижний та гірськолижний відпочинок, лікувальний та СПА-туризм, культурно-пізнавальний, історичний, замковий, етнографічний, сільський зелений туризм, літній відпочинок на озерах тощо. Важливим чинником динамічного туристичного розвитку Словаччини нині є створення регіональних туристичних кластерів, прикладом яких є консорціум «Словацькі королівські міста» у складі чотирьох міст північної Словаччини – Бардейова, Кежмарока, Левочі, Старої Любовні. Підставою об'єднання в Консорціум була їхня географічна, історична, економічна та туристично-ресурсна подібність. Функціонування Консорціуму допомогає у вирішенні питань скоординованого розвитку туризму в містах-учасниках та в регіоні Спіш, збереження та відновлення історико-архітектурних пам'яток та середньовічної міської забудови, збалансованого екологічного розвитку, збільшення робочих місць завдяки розвитку туристичної галузі тощо. Консорціум проводить активну промоційно-рекламну діяльність з метою просування своїх турпродуктів на європейському та світовому туристичному ринку. Так, випущено рекламний проспект «Словацькі королівські міста» у трьох мовах – словацькій, англійській, німецькій та інші інформаційно-рекламні матеріали, якими Консорціум з успіхом репрезентує себе на міжнародних туристичних заходах, зокрема, на Київському міжнародному туристичному салоні «Україна-2012». Гадаємо, що ознайомлення з досвідом створення та успішного функціонування туристичного кластеру – консорціуму «Словацькі королівські міста» буде цікавим та корисним в умовах України, де процеси кластерізації в сфері туризму набувають все більшого мірила.

Використані джерела:

1. Туристичний кластер транспортного коридору «Західна Європа – Західний Китай» // www.wttc.org./researchoconomicimpact/countryreport/k/kazachstan.

2. Охріменко А.Г. Необхідність створення та функціонування туристичних кластерів у регіонах України // Географія та туризм: національний та міжнародний досвід: Матеріали VI Міжн.наук.-практ. конф. – Львів: ВЦ ЛНУ імені Івана Франка, 2012. – С. 278-282.

3. Заячук М. До питання формування Буковинсько-Подільського туристичного кластеру / М.Заячук, О.Заячук, О.Пулинець // Географія та туризм: національний та міжнародний досвід: Матеріали VI Міжн.наук.-практ. конф. – Львів: ВЦ ЛНУ імені Івана Франка, 2012. – С. 148-150.

4. Slovenske Kralovske Mesta. – Kosice: Agentura JES, 2012. – 12 s.

5. Смирнов І.Г. Логістика туризму / І.Г. Смирнов: Навч. пос. – К.: Знання, 2009. – 444 с.

6. Географія світового господарства (з основами економіки): навч. пос. / За ред. Я.Б. Олійника, І.Г. Смирнова. – К.: Знання, 2011. – 640 с.

7. Смирнов І.Г. Процеси транспортно-логістичної кластерізації в Європейському союзі та Україна: площини взаємодії / І.Г. Смирнов // Achievement of High School - 2012: Материалы за 8-а международна научна практична конференция. Том 22. География и геология. – София: «БЯЛ ГРАД БГ» ООД, 2012. – С. 35-47.

8. Смирнов І.Г. Сучасні особливості процесів транснаціоналізації в туризмі / І.Г. Смирнов // Туристичний бізнес: світові тенденції та національні пріорітети: VI Міжн.наук.-практ. конф. – Харків: ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2012. – С. 102-104.

9. Сайт туристично-інформаційного центру м. Стара Любовня // www.staralubovna.sk
10. Сайт туристично-інформаційної канцелярії м. Бардейов // www.bardejovske-kupele.sk
11. Сайт туристично-інформаційної канцелярії м. Левоча // www.levoca.sk
12. Сайт туристично-інформаційної агенції м. Кежмарок // www.travel.kezmarok.sk

УДК 379.851

Устименко Л.М.

ВІДЕОЕКОЛОГІЧНІ ВИМОГИ ДО ТУРИСТИЧНИХ ЦЕНТРІВ

Стаття присвячена дослідженню відеоекологічних проблем сучасних туристичних центрів. Розглянуто головні відеоекологічні критерії. Запропоновано основні вимоги до туристичних центрів згідно відеоекологічним критеріям.

Ключові слова: відеоекологічні вимоги, туристичні центри, відеоекологічні критерії.

Статья посвящена исследованию видеоэкологических проблем современных туристических центров. Рассмотрено главные видеоэкологические критерии. Предложено основные требования к туристическим центрам в соответствии с видеоэкологическими критериями.

Ключевые слова: видеоэкологические требования, туристические центры, видеоэкологические критерии.

The article is devoted research of videoecological problems of contemporary tourist centers. The presentation of the main videoecological criterias. The principal demands to tourist centers accordingly to videoecological criteria is offered.

Key words: videoecological demands, tourist centers, videoecological criterias.

Вступ. Екологізація свідомості в туризмі є однією з найважливіших тенденцій в розвитку туристичної індустрії. Вищевказана тенденція розвитку сучасного туризму з’явилась ще в середині 70-х років минулого століття. Ускладнюється мотивація туристичного попиту. Нарівні з рекреаційним зростаючу роль набувають освітній, комунікативний, розвиваючий (креативний) та екологічний аспекти туризму. Сучасна цивілізація вимагає від людини оптимально комфортної адаптації до оточуючого середовища, яке змінюється дуже швидкими темпами в порівнянні зі змінами, що відбуваються в фізіології людини. У 1989 р. з’явився новий напрям екології – відеоекологія. Її засновником є російський біолог та фізіолог Володимир Філін, який у 1987 р. за замовленням силових структур Радянського союзу проводив дослідження взаємозв’язку роботи візуального механізму людини у різних видах оточуючого середовища та виявив тісний зв'язок психофізичного стану людини з тим, що вона бачить.

Постановка наукових завдань. Оскільки туризм має безпосереднє відношення до оточуючого середовища та змінює його відповідно запитам туристів, необхідно більш детально розглянути відповідність сучасних туристичних центрів відеоекологічним критеріям. Результатом вивчення даної проблеми мають стати науково обґрунтовані вимоги до туристичних центрів. Згідно вище викладеному постають наступні завдання: розглянути

відеоекологічні проблеми та їх зв'язок рекреаційною та економічною діяльністю людини; проаналізувати та узагальнити основні відеоекологічні критерії; обгрунтувати основні відео екологічні вимоги до туристичних центрів.

Виклад основного матеріалу. Згідно результатам дослідження В. Філіна зоровий апарат людини постійно сканує оточуюче середовище. Його робота не припиняється навіть вночі, в темноті, у вісні, коли людина, як кажуть філософи дивиться собі в середину і коли вона щось ретельно розглядує. Як тільки в оточенні з’являється щось особливе, зоровий центр мозку отримує відповідний сигнал від очей, які «зачіплюються» за це особливе. З поступових зображень з такими «зачіпками» мозок складає цілісний образ того, що бачить людина. Далі відбувається аналіз баченого та своєрідна характеристика з визначеннями (красиве – некрасиве, комфортне – дискомфортне) [3]. Дослідження лабораторії В. Філіна дали наступні результати спостережень. По-перше, у кожної людини ритм та напрямок саккад (рефлекторних рухів зорового апарату) абсолютно унікальний та стабільний все життя, крім критичних ситуацій, які впливають на нервово-психічний стан. По-друге, саккади однієї й тієї ж людини змінюють амплітуду. В комфортному візуальному середовищі близькому до природного, в якому людство прожило більшість свого існування, саккади маленькі та приємні. А в стресовому середовищі, коли очам немає за що «зачепитись» амплітуда саккад стає розмашистою та хаотичною. По-третє, робота саккад тісно пов’язана зі станом центральної нервової системи подвійно: очі та психіка людини стресують разом, перебуваючи у дискомфортному візуальному середовищі, а у комфортному – отримують насолоду теж разом. Так яке ж середовище візуальному апарату людини та загальному стану нервової системи корисне, а яке ні? [4].

Природою влаштовано так, щоб наші очі з кожною наступною саккадою – малопомітним рухом, внаслідок якого всі відділи мозку пронизуються відповідними імпульсами, які породжують декілька вражень в секунду, – «зачіплювались» за непередбачувану особливу деталь або їх сукупність. Таким чином, щоб посередництвом очей ми з цікавістю спілкувались з тим, що бачимо. Якщо б не було саккад людина була б схожа на примітивного біоробота. Природа ж неперевершений творець неповторності. Навіть таке монотонне явище як дощ має свій неповторний малюнок краплин, який змінюється кожної миті. Так само пісок в пустелі або сніжні рівнини, що теоретично мають відноситись до гомогенних візуальних середовищ («гомогенне середовище» – це монотонна поверхня: асфальт, дороги, плоскі дахи будівель, голі стіни будинків, скло і т.д.) змінюється від вітру, освітлення та не є такими агресивними як майже всі агресивні візуальні поля – продукти масового сучасного виробництва будіндустрії.

Людина, яка всього три секунди дивиться на гомогенну поверхню, а за цей час відбувається шість-дев’ять саккад і всі вони приходяться на голу

стіну, де немає елементів для фіксації погляду, то у неї виникає стан, який можна порівняти з тим, коли людина робить крок і не відчуває твердої поверхні під ногою, так і око за три секунди біля дев'яти разів провалюється в безодню. Легко уявити наскільки неприємна ця ситуація, яка безумовно призводить до дискомфорту. Це по-перше. По-друге, якщо людина постійно жила б в такому середовищі, то в неї було б достатньо ризику відстати в розумовому розвитку. Адже очі разом з психікою стресують, коли передбачене природою «чіпляння» погляду не відбувається із-за того, що візуальне середовище не має відповідних «зачіпок» – верхівок дерев, що чередуються з плавними, але непрямими лініями.

Агресивне візуальне середовище є двох типів. Один тип візуальної однорідності – гладкий моно хром, як то: біла стеля без єдиної тіні або цяточки, інший – суцільне заповнення дрібними однорідними елементами: крапками, квадратиками, рівними лініями, штриховкою та тому подібними деталями, що постійно повторюються. Прикладами таких поверхонь є підвісна стеля, розділена на однакові квадрати, жалюзі, вагонка, тротуарна плитка. Споглядання цих поверхонь є не тільки неприємним, але і некорисним. Від таких візуальних середовищ людина дуже швидко стомлюється. Оскільки агресивні візуальні поля в силу своїх характеристик виснажують зоровий апарат людини який тісно зв'язаний з мозком, що в цілому призводить до нервового перенапруження організму та стресу.

Оскільки в однорідному візуальному середовищі очі не знаходять того особливого предмету, за який могли б «зачепитися» та комфортно згідно природній програмі функціонувати, але в однорідному середовищі очі не знаходять цього особливого предмету і продовжують хаотично шукати його. А коли перед очима кольорова картинка мозок отримує взаємовиключні команди. Ще гірша ситуація, коли людина споглядає поверхню з безліччю дрібних однакових зображень. Згідно проведених досліджень, характер електричних імпульсів, що фіксуються енцефалограмою, може бути подібним тому, який спостерігається в передепілиптичному стані, притому вже через 160 секунд. А тривале існування психіки в такому режимі – один із криміногенних факторів.

Людським очам корисно дивитися на природу: водні поверхні, дерева у своєму природному різноманітті, всю флору та фауну, небо з хмарами (вже помічено, що людина більше затримує погляд на небі з хмарами, що мають різні відтінки та форми, ніж на небі без жодного включення). Якщо ж говорити про рукотворне, то відеоекологічними є будівлі з дерева, каміння прикрашені різьбленням або ліпниною (особливо культові споруди, які, до речі майже всіх релігій, відповідають позитивним відео екологічним характеристикам). Коли ж ми говоримо про предмети побуту, то і тут відповідно комфортними для людського ока та психіки є меблі класичних зразків, особливо ручної роботи з натуральних матеріалів, посуд та інші речі знову ж таки класичних зразків тощо. Невідповідним

позитивним відеоекологічним характеристикам є модний сьогодні мінімалізм, а ще гіршим є техностиль.

Природне середовище складається з різновіддалених предметів, будь то ліс або гори. У старовинній архітектурі такі елементи як портик, колони, еркер, декор виключали появу великої площини. Там, де вже є гомогенне середовище необхідно постаратися від неї позбавитися шляхом озеленення, колористики, а в квартирі за допомогою кімнатних рослин, картин, ваз, килимів та інших доступних засобів та прикрас.

Цікавим з нашого тематики є наступний випадок: щоб повернути покупців в магазини кенсингтонської Хай-стріт, що у Лондоні, вулицю очистили від усіх нагромаджень, «лежачих поліцейських», зебр, прибрали 95 % усіх дороговказів. В результаті не тільки торгівля виросла у декілька разів, але і число постраждалих в дорожньо-транспортних пригодах зменшилось більше ніж вдвічі.

Чим естетичніше виглядає місцевість, тим більше ми за собою слідкуємо. Ми поводимося більш цивілізовано в цивілізованому середовищі. Оточення впливає на наш стан, поведінку та вчинки. Всі знають вислів, що краса врятує світ, а науковці доводять, що красиві предмети та середовища, як правило відповідають відеоекологічним вимогам. Не слід допускати появи агресивних візуальних полів в міському середовищі, а також в наших власних житлах і на робочому місці. Слід відноситися до таких полів як до серйозного екологічного чинника. Агресивне поле веде до різкого збільшення числа психічних захворювань і до зростання правопорушень. Більше того, агресивність людства, про що багато разів писав академік С. Ліхачов, пов'язана окрім всього, і з наявністю агресивного видимого середовища в місцях перебування.

Отже візуально комфортне середовище, як правило здорове, естетичне, морально позитивне для суспільства, виграшне з точки зору привабливості, тому і в плані маркетингу вважається доречним.

Згідно викладеному вище можна зробити висновок та виокремити наступні чинники впливу відеоекологічного середовища на людину та суспільство: фізіологічно-медичний, естетичний, етичний, економічний.

Сучасні туристичні центри повинні максимально відповідати не тільки еколого-санітарним нормам природних ресурсів але і штучно створене людиною середовище має відповідати позитивним, як еколого-санітарним нормам, так і відеоекологічним характеристикам. Нажаль величезний досвід створення комфортного візуального середовища, накопичений століттями майже не використовується в сучасному будівництві не тільки міст, але і туристичних центрів, які по своєму призначенню мають сприяти покращенню емоційного, психологічного та фізичного стану людини. Більшість сучасних туристичних центрів Сполучених Штатів Америки, Європи та прогресивних країн Азії (наприклад, Майямі, іспанські курорти Аліканте, Бенідорм, курорти Кіпру, курортні зони Об’єднаних Арабських Еміратів, Сінгапуру та інші) забудовані однотипною урбаністичною архітектурою, що створює

«гомогенне середовище». Постраждала не тільки естетична складова сучасної архітектури але і нависла загроза над фундаментальними процесами зорового апарату людини зокрема та її здоров'я в цілому. Це явище є типовим і для більшості туристичних центрів Австралії, Аргентини, Бразилії, пост радянських країн в тому числі й для України. Хоча відеоекологічні характеристики вищеназваних країн покращують зелені насадження, але їх дуже мало в порівнянні з великою кількістю та величиною самих будівель, крім того будівництво не припиняється, вільних територій стає все менше і нові готелі виростають швидше за дерева в сучасних курортних зонах. Вищеназвані території можна назвати невідповідними відеоекологічним критеріям.

До відповідних та напіввідповідних відносяться нові курорти Малайзії, Індонезії, Єгипту, Таїланду, де при будівництві готелів намагаються використовувати національні мотиви та стилізацію під відповідні архітектурні стилі минулого, які базуються на класичних традиціях зодчества і мають позитивні відеоекологічні характеристики не тільки в інтер'єрах , але і в зовнішніх загальних силуетах, садово-паркових комплексах, що в свою чергу створює позитивні відео екологічні характеристики курортного ландшафту.

Відповідним відеоекологічним критеріям є прикладом в плані поєднання відеоекологічних характеристик та сучасних технологій будівництва туристичних комплексів є створений в останні десятиліття XX ст. відомий балійський респектабельний курорт Нуса Дуа, який за вимогою індонезійського уряду та плану розвитку національного туризму був побудований в так званому необалійському стилі з урахуванням місцевої архітектурної традиції, яка повністю відповідає принцам відеоекології. Найкращими з точки зору відеоекології є курорти Мальдівських островів, ряду країн Карибського басейну, Океанії та деякі готельні комплекси африканських країн. Слід відмітити, що дорогі готелі класу люкс відомих, як правило відповідають основним відео екологічним критеріям.

Запропоновані автором: відеоекологічні критерії класифікації туристичних центрів дають змогу поділити курорти та курортні зони на відповідні, напіввідповідні та невідповідні. Ґрунтуючись на цих критеріях доцільно розробити відповідні відео екологічні вимоги до туристичних центрів.

Перше це – вимоги до зовнішнього загального вигляду курортів та туристичних центрів, які мають бути побудовані або відновлюватись максимально з урахуванням архітектурних канонів минулого, адже вони, як правило відповідають позитивним відеоекологічним критеріям. Зрозуміло, що ми не можемо вже відмовитись від великої кількості скла, дзеркал але використовуючи їх ми можемо змінити форму будівель, їх підбирати гармонійну кольорову гамму, використовувати більше декору тощо. Якщо аналізувати сьогоднішні успішні проекти щодо відео екологічних вимог, то це ряд сучасних телевізійних веж і офісно-торгівельних центрів, наприклад: вежі Петронас та телевежа у місті Куала-

Лумпур, культові та адміністративні будівлі Путраджаї – нової адміністративної столиці Малайзії, телевежа у Дубаї. Серед вдалих знахідок архітектури XX ст. можна назвати Ейфелеву вежу й радянські сталінські висотки тощо.

Друге. Треба більше зберігати зелених насаджень, особливо великих старих дерев, які самі по собі вже привертають увагу як все частіше вже особливість. Сьогодні досить розповсюдженою є картина: велетенські будівлі, а біля них маленькі в декілька метрів деревця, які зрозуміло не змінюють суттєво відео екологічне середовище. Будівлі курортів, а це в основному готелі повинні знаходитись на відповідній відстані один від одного. Слід зменшувати етажність будівель відповідно оточуючому ландшафту. Найбільш оптимальною для будівництва готельних комплексів є котедж на забудова. Бажано, щоб кожен готель мав свій зелений пояс з рівновеликими рослинами.

Трете – це вимоги до внутрішнього середовища. В оформлені інтер'єрів знову ж таки має бути більше класичних традицій з використанням рослинних мотивів. По можливості вони мають бути декоровані рослинами та квітами. Кольорова гамма має бути спокійною з декількох природних базових кольорів. Меблі мають бути з плавними лініями, бажано з оздобленням, але їх треба розташовувати так, щоб не було тісно в кімнаті.

Висновки. З викладеного вище слід зробити висновок, що сучасні туристичні центри мають створюватись і розвиватись з урахуванням основних принципів відеоекології, оскільки є очевидним вплив візуального оточуючого середовища на здоров'я людини та суспільство: фізіологічно-медичний, естетичний, етичний, економічний. Щоб краще зорієнтувати суб'єктів туристичної індустрії та самих туристів щодо відеоекологічних характеристик курортних зон доцільно користуватися класифікацією туристичних центів за відеоекологічним критерієм та відповідним картографічним матеріалом, здійснивши відповідне районування території за відеоекологічним показником. Нарешті, слід розробити докладні відеоекологічні вимоги до туристичних центрів та їх об'єктів, враховуючи географічне положення, щільність заселення територій, природно-кліматичні умови, тип (міський чи сільський) забудови території й архітектурні традиції туристичних центрів.

Використані джерела:
1. *Устименко Л.М., Цегельник Ю.О. Географія туристичних центрів та відеоекологія / Л. Устименко // Географія та туризм. Вип. 17 – 2012. – С. 16-22*
2. *Устименко Л.М. Основи туризмознавства: Навч. пос. / Л. Устименко. – К.: Альтерпрес, 2011.- С.85-87*
3. *Филин В. Дайте волю глазам!/ Владимир Филин //НиР - № 6 - 2006. - С.8-11.*
4. *Филин В. Дайте волю глазам!/ Владимир Филин // НиР .-.№ 5 - 2006. - С.12-15.*

УДК 004.9+338.48

Кіптенко В.К., Куцюк А.В.

Е-ТУРИЗМ: МАРКЕТИНГ У СОЦІАЛЬНИХ МЕРЕЖАХ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ М.КИЇВ

Аналіз 110 туристичних підприємств м. Києва свідчить про потенціал маркетингу у соціальних мережах в сегменті Е-туризму. Аналітичні результати визначають перспективи та проблематичні аспекти.

Ключові слова: Е-туризм, соціальні медіа, маркетинг, Київ.

Анализ 110 туристических предприятий Киева свидетельствует о потенциале маркетинга в социальных сетях в сегменте Е-туризма. Аналитические результаты определяют перспективы и проблемные аспекты.

Ключевые слова: Е-туризм, социальные сети, маркетинг, Киев,

Our analysis of 110 tourism entities of Kyiv confirms the potential of social media marketing in E-tourism segment. Results determin prospects and problematic aspects.

Key words: E-tourism, social media, marketing, Kyiv.

Актуальність і постановка проблеми. Майже півстоліття туристична індустрія відчуває трансформації, пов'язані з прогресом інформаційних та інформаційно-комунікаційних технологій (ІТ та ІКТ). Глибоке проникнення ІТ та ІКТ в усі процеси та вартісні ланцюги в туризмі, подорожуванні, індустрії гостинності тощо (цифрова трансформація) нині набуває визначеної тенденції формування сегменту електронного - Е-туризму [1]. У структурі останнього он-лайн платформи та інструменти соціальних медіа та мереж дедалі більше привертають увагу практиків та аналітиків в якості інноваційного інструменту маркетингу (SMM) [2,3,4]. Сутність та огляд способів застосування соціальних медіа в туризмі у тому числі вже були предметом уваги одного з авторів даної статті [5].

Водночас, визначення практичних результатів, перспектив та проблемних моментів Е-туризму вимагає конкретного аналізу ситуації з використанням новітніх інструментів підприємствами туристичної індустрії, який і став предметом нашого дослідження. Ми вважаємо за необхідне визначити популярність певних соціальних мереж серед туристичних підприємств міста Києва; виявити основні способи застосування ними інноваційного інструменту у SMM; з'ясувати цінові орієнтири та виявити переваги та недоліки, які очевидно демонструє практика. Здійснення зазначених цілей виявляється досить працемістким процесом, отже ми обмежилися 110 найбільшими туристичними компаніями м.Києва та аналізом їхнього контенту. Звісно, у такому разі ми свідомі щодо певної «умовності» отриманих результатів. Однак, розуміння ефективності Е-туризму, проілюстроване конкретними аналітичними результатами, на наш погляд, є суттєвим для підготовки фахівців у сфері туризму, практиків туристичного бізнесу й, звісно, наукових кіл.

Виклад основного матеріалу – результати. Аналіз туристичних підприємств м.Києва свідчить, що потенціал цифрової трансформації турбізнесу столиці україни іще доволі високий. Соцмедійні інструменти Е-туризму поки не знайшли зацікавленості у понад чверті фірм, які взагалі не реєструють власну групу в соціальних мережах.

Ймовірно, це пояснюється низьким рівнем знань та навичок щодо маркетингової діяльності у соціальних мережах, який підтверджують опитування TurProfi.ru: понад 40% респондентів впевнені, що реклама в соціальних мережах – це марна трата часу ігрошей [6].

З іншого боку заслуговує на увагу той факт, що загальна аудиторія соціальних мереж в Україні дорівнює майже 30 млн користувачів. За кількістю облікових записів лідирує «ВКонтакте» (близько 20 млн), на другому місці «Однокласники» (6 млн), замикає трійку Facebook (2 млн). Тільки 8% українців ніколи не заходили в соціальні мережі. У десятку українських міст з високим проникненням соціальних мереж входять у порядку зменшення: Київ, Одеса, Львів, Донецьк, Дніпропетровськ, Сімферополь, Тернопіль, Луганськ, Харків і Севастополь. У всіх українських містах «Вконтакте» популярніше «Однокласників», які в свою чергу майже скрізь популярніші, ніж Facebook [7].

Туристичний бізнес м. Києва майже порівну представлений у мережах «Вконтакте» та Facebook (Рис. 1), які мають велику й різноманітну аудиторію на теренах України ат СНД та зручний інтерфейс.

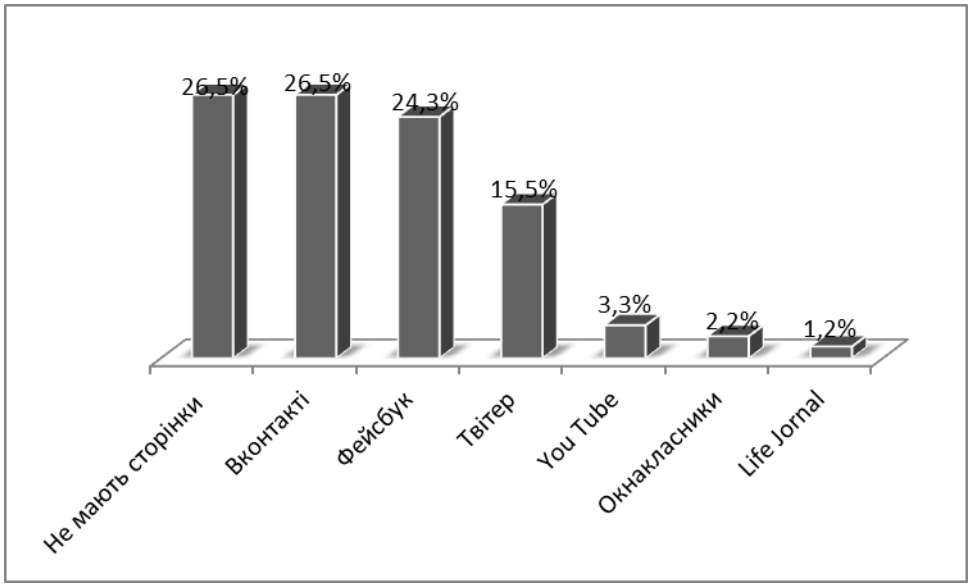


Рис. 1. Структура користування соціальними мережами туристичними компаніями м. Київ

Водночас варто зазначити певні особливості, які визначають перспективи використання конкретної мережі. Серед користувачів ВКонтакте трохи більше чоловіків, серед користувачів «Однокласників» і Facebook – жінок. В соціальній мережі ВКонтакте найбільше користувачів у віці 20-22 роки, у Facebook – 24-26 років, в «Однокласниках» – 27-29 років [7]. У той же час відзначається, що «Однокласники» сильно здають позиції, перетворюючись скоріше на сайт знайомств, лише 2,2% турфірм Києва мають тут свої групи. «Вконтакте» – це наймасовіший ресурс. Застереженням для туристичного SMM у цій мережі є очевидна

інформаційна пеервантаженість: вже дуже складно виділитися з тисяч сторінок, груп і зустрічей. Facebook раніше вважався майданчиком для обраних, нині його спільнота поступально розширюється. Ця мережа має у своїй спільноті багато маркетологів, фахівців з реклами, журналістів - їх складніше «зачепити» звичайними торговими пропозиціям. Аудиторія цієї мережіі віддає перевагу радше самостійним подорожам, ніж відпочинку на масових напрямках. Власне, на наш погляд, оптимальний варіант - вести комплексне просування, будучи присутнім відразу в декількох мережах. Контент може дублюватися, публікації розміщують у «Живому журналі» (LiveJournal) та у Facebook, і, звичайно, «Вконтакте».

Крім роботи із звичними спільнотами (група, сторінка, заходи), соціальні мережі пропонують й інші інструменти для роботи: додатки, вірусні відео, таргетовану рекламу.

Водночас, створення групу «Вконтакте» або `Facebok є лише першим кроком у маркетинговому просуванні. Керівники турагентств часто не розуміють відмінностей між своїм сайтом і своєю групою в соціальних мережах: сайт, в основному, є вітриною турів, на якій відвідувач може побачити для себе щось цікаве. Але слід розуміти, що ця вітрина статична. А група або сторінка у соцмережі потрібні, в першу чергу, для активного спілкування з клієнтом. Якщо турфірма не налаштована на спілкування – немає сенсу заводити акаунт.

Найпоширеніша помилка вітчизнятих компаній – створити групу і, порахувавши що цього достатньо, чекати туристів, в напівавтоматичному режимі викидаючи на сторіночку новини-спецпропозиції. Навіть найцікавіші губляться в загальному потоці новин. Адже до потенційних клієнтів потрібно ще достукатися. Виходити на діалог з потенційним клієнтом можна по-різному: додавати в друзі, вступати в особисте листування, цікавлячись планами на найближчу відпустку. При цьому важливо, щоб сторінка менеджера, який курирує користувачем, теж була «живою»: з фотографіями і списком друзів.

Досліджуючи групи «Вконтакті» можна помітити таку закономірність найбільші групи мають великі туроператори, наприклад TUI Ukraine (2596), Britur Ukraine (3046), La Costa (5600), LuxuryTravel (), M.I.B Travel (420). Інформація та розважальний контент на їхніх сторінках оновлюється декілька разів на день. Наявна велика кількість альбомів зі світлинами, відео, постійно проводиться опитування, ведеться активна взаємодія з клієнтом. Невеликі туристичні компанії як правило або зовсім не ведуть групи в соціальних мережах або ж вони переважно «мертві»: інформація оновлюється там вкрай рідко. Тому й кількість дописувачів не перевищує 100 осіб.

Найчастіше профайли турагенцій «Вконтакте» з'являються з ініціативи менеджерів. Керівники знають, що консультація клієнтів йде у віртуальному режимі, але не прагнуть передавати все в одні руки. Менеджери по черзі публікують новини, викладають цікаві пропозиції.

Інший варіант – довірити просування соціальні мережі PR-фахівцям. Але це може обійтися набагато дорожче (Табл. 1). Зрештою, соціальні мережі тим і гарні, що тут можна вкластися в зовсім невеликий рекламний бюджет. Завжди є талановиті старшокласники, студенти факультетів журналістики та філології. Вони можуть бути навіть з інших міст, на сьогодні це не проблема. Ну, а далі все залежить від керівника агентства, як він зуміє вибудувати взаємодію. На нормальну групу можуть працювати і 5, і 10 осіб, а витрати будуть невеликі.

Таблиця 1.

Вартість просування в соціальних мережах (складено за [10])

Вид робіт	*Опис*	*Вартість*
Створення групи	Назва, опис, дизайн	140$ одноразово за 1 соц. мережу
Наповнення групи контентом		1 соц. мережа: 400$/мес 2 соц. мережі: 700$/мес 3 соц. мережі: 900$/мес
новини компанії	Копіювання або автоматичний імпорт з сайту компанії. Новини/події компанії надаються клієнтом.	
новини по темі	15 новин / місяць	
розважальний контент	30 повідомлень / місяць	
Акції	1 акція / місяць. Призи для акції надаються клієнтом.	
Конкурси	1 конкурс / місяць. Призи для конкурсів надаються клієнтом.	
Голосування	3 голосування / місяць	
Модерація	модерація повідомлень у групі, відповіді на повідомлення	
Таргетована реклама	Реклама в соціальних мережах з оплатою за кліки.	Собівартість +20%
Використання чужих груп	Від 0 до 10 чужих груп залежно від тематики.	Собівартість +100%

Досліджуючи сторінки в соцмережах можна помітити помилку яку допускають багато туристичних компаній – це агресивна реклама замість цікавого контенту та діалогу. Так, навіть якщо турфірма розішлете сотню повідомлень з текстом «У нас – найкращі тури і найвищий сервіс», ефект від присутності такого агентства у соціальних мережах спрямується до нуля - клієнтів відлякає нав'язлива реклама. Люди втомилися від постійних закликів до покупки, більшість автоматично відфільтровує таку інформацію як зайву. Агресивна реклама в соцмережах спрацьовує лише у тому випадку, якщо виконана креативно і пропонує щось дійсно унікальне. Необхідно робити так, щоб туристу став цікавий сам товар, щоб він уявив, що побачить у певній країні, що зможе розповісти друзям. Тільки тоді на рівні підсвідомості сформується бажання «купити». Соціальні мережі, це в

першу чергу, спілкування, питання, відповіді, відгуки, пропозиції, диспути, конкурси. Якщо використовувати весь арсенал, з'являться справжні фанати групи, які реально допоможуть її просунути. Почне працювати «вірусний маркетинг».

Найкраще, коли навколо сторінки «Вконтакте» або Facebook сформується товариство по інтересам, якому цікаво стежити за новинами групи. Цього можна досягти, якщо дотримуватися певних правил. Матеріал повинен регулярно оновлюватися – чим частіше, тим краще. Обов'язкові регулярні адресні звернення до читачів: «Як Вам ця стаття?», «Як Вам ця фотографія», «А яке Ваша особиста думка з цього приводу?», «Хочете взяти участь у конкурсі?». Максимально ефективне співвідношення прямої реклами і корисного контенту, як і в традиційних ЗМІ - 30 на 70, з бажаним позиціонуванням на певну аудиторію [8]. Найкраще уникати стандартних публікацій: країна, курорт, терміни перебування, зірковість готелю, ціна. Такі тексти, на одностайну думку експертів, не працюють у соціальних мережах – оригінальні відгуки менеджерів, залишені після відвідування рекламних турів, оцінка кухні, традицій, смішні історії – є набагато цікавішими.

Варто відзначити, що саме туристичні спільноти у соціальних мережах – на разі рідкісне явище. Один з небагатьох прикладів - компанія «Турбіна», її сторінка називається «Клуб мандрівників». Вони публікують найрізноманітніші матеріали про подорожі – від рекомендацій, як заснути в літаку, до оглядів актуальних напрямків. При цьому група тісно пов'язана з сайтом: практично всі новини, конкурси, опитування забезпечені посиланням на нього.

Іншою помилкою туристичних компаній є те, що багато часу витрачається на обробку заявок. Звичайно, корпоративні сторінки цікаві для агенств, в першу чергу, для того, щоб з їх допомогою збирати заявки на тури. У день черерз групу звертається від 3 до 15 осіб: зазвичай просять проконсультувати з будь-якого питання, повноцінні запити по турах відправляють рідше. Загалом, завдяки «Вконтакте» офіс може отримати близько 5 клієнтів на тиждень. При цьому на обробку «порожніх» заявок витрачається багато часу. Між тим гарантувати, що турист, отримавши консультацію, не піде бронювати тур в іншому агентство ніхто не може. Однак, обробляти запит отриманий в соцмережі не складніше, ніж телефонний. Техніка продажів приблизно однакова: треба зацікавити клієнта й заманити його в офіс. Завдання менеджера не підбирати тури, а вчитися запрошувати туриста в офіс. Тоді й група в соціальних мережах буде не тягарем, а реальним інструментом для успішного бізнесу. На особистих сторінках людей є дуже багато інформації про них: інтереси, захоплення, попередні подорожі проаналізувавши цю інформацію можна виокремити власну цільову аудиторію. Найбільша помилка, якої припускаються компанії, які просувають себе в соціальних мережах – це переоцінка такого способу реклами. Потрібно розуміти, що миттєвий ефект і збільшення продажів не варто одразу очікувати, це скоріше робота

на підвищення лояльності споживача і впізнаваність бренду. Невеликим турагентствам взагалі не рекомендується поспішати зі створенням облікового запису в соціальних мережах. Навіть щоденна підтримка цікавого контенту вже займає половину робочого дня, активне спілкування з користувачами - ще половину. Потрібно шукати теми, фотоматеріали, запрошувати до групи цікавих людей, це робота яка займає багато часу і далеко не всім під силу.

Досвід свідчить, що завдяки роботі «Вконтакте» можна забезпечили додаткові 30-40 входів на свій сайт і близько 10 заявок на день, але в порівнянні з витраченими силами і грошима – це не дуже вражаючий ефект [9]. Тим не менше, зовсім відмовлятися від просування в соціальних мережах великі агентства не поспішаютьє, у сукупності з іншими, більш традиційними способами реклами це працює на впізнаваність. Турист, наприклад, побачив банер на вулиці, почув хороші відгуки від знайомих, поспілкувався з менеджером в «Вконтакте», а рішення про поїздку прийняв після того, як йому на очі потрапило оголошення в журналі.

Висновки. На основі аналізу наукової та науково-практичної літератури, а також власних досліджень варто відзначити значний потенціал соціальних медіа у здійсненні маркетингу для цілей туристичного бізнесу. Впровадження цього інструменту Е-туризму, зокрема київськими туристичними підприємствами, лише на початковій стадії освоєння. Дослідження конкретних прикладів та аналітичні результати дозволяють визначити корисні поради та перспективи підвищення ефективності SMM та унебезпечити від здійснення помилок. Обговорення результатів таких досліджень у нацкових та практичних колах забезпечить більш впевнений поступ українського туристичного бізнесу у сегменті Е-туризму, а отже, конкурентоспроможність на світовому й регіональних ринках туризму.

Використані джерела:

1. Buhalis D., Jun S.H., E-Tourism, 2001 - Goodfellow Publisher Limited, Woodeaton, Oxford, UK. – p.5-9. [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.goodfellowpublishers.com/free_files/fileEtourism.pdf

2. Алексеева Е.Г. Влияние через социальные сети: – М.: Фонд «ФОКУС-МЕДИА», 2010. – 200 с.

3. Вебер Л. Эффективный маркетинг в Интернете. Социальные сети, блоги, Twitter и другие инструменты продвижения в Сети / Л. Вебер; пер. с англ. Е. Лалаян. — М.: Манн, Иванов и Фербер, 2010. — 320 с.

4. Далворт М. Социальные сети: руководство по эксплуатации / Майк Далворт; пер. с англ. — М.: ООО «Издательство «Добрая книга», 2010. — 248 с.

5. Кіптенко В.К., Глазунова Т.В. Інформаційне забезпечення туризму: роль соціальних медіа// Географія та туризм: Наук.зб. – К.: Альтерпрес, 2011. – Вип.15.- С. 22-28.

6. Продвижение в социальных сетях [Електронный ресурс] – Режим доступу: http://netpeak.ua/services/smo

7. У соцмережах зареєструвалися 30 млн українців [Електронный ресурс] – Режим доступу: http://vkurse.ua/ua/technology/zaregistrirovalis-30-mln-ukraincev.html

8. Реклама в Интернете для туристических агентств [Електронный ресурс] – Режим доступу: http://mediabranch.ru/nashi-uslugi/tematicheskaja-reklama

9. Брик О.М. Феномен лідерства в сучасному українському мережевому маркетингу [Електронный ресурс] – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/naukma/Sn/2003...

10. Реклама на Vkontakte.Ru// сайт рекламної агенції Demis Advert [Електронний ресурс] - Режим доступу: www.demis-advert.ru/vkontakte

УДК 379.85

Дем'яненко С.О., Кулініч А.Т., Кулініч М.Т.

ОЦІНКА ТУРИСТСЬКО-РЕКРЕАЦІЙНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПАЛАЦІВ ЛЬВОВА

У статті представлено оцінку туристсько-рекреаційного потенціалу палаців Львова. На основі отриманих даних палаци Львова виставлено в ієрархічний ряд, починаючи з тих, що мають найвищий туристсько-рекреаційний потенціал.

Ключові слова: палаци Львова, туристсько-рекреаційний потенціал, конгресовий туризм.

В статье представлена оценка туристско-рекреационного потенциала дворцов Львова. На основе полученных данных дворцы Львова выставлены в иерархический ряд, начиная с тех, которые имеют наиболее высокий туристско-рекреационный потенциал.

Ключевые слова: дворцы Львова, туристско-рекреационный потенциал, конгрессный туризм.

In this article we presented the evaluation of tourist and recreational potential palaces of the Lviv. Based on those data we created hierarchical series of the palaces of the city, starting with those that have the highest tourist and recreational potential.

Keywords: palaces of the city, tourist and recreational potential, congress tourism.

Постановка проблеми. Львів – одне з найпрекрасніших та найвеличніших міст України. Старовинні вулички, таємнича атмосфера минулих століть, що застигли в камені, випромінюють невидимі, але дуже відчутні подихи історії. І все це – Львів, який є театральним, музичним, мистецьким центром, що продукує безліч напрямів розвитку сучасної культури і мистецтва, цікавих розваг та забав, котрі об'єднуються у розмаїтті фестивалів. У місті Лева дбайливо зберігають культурні надбання минулого та водночас намагаються відповідати вимогам сучасності. Саме тут нас ніколи не залишить відчуття свята, живої казки, захопленості та романтики [16]. Славиться Львів численними історичними та архітектурними пам'ятками, цікавими музеями, чудовими палацовими ансамблями, які цікавлять нас у цій роботі в першу чергу, адже саме палаци можуть стати базою для проведення у Львові самих різноманітних і нестандартних видів туризму.

Метою статті є проведення оцінки туристського потенціалу палаців Львова та дослідження особливостей, проблем і перспектив їхнього використання в туризмі. Для досягнення поставленої мети необхідним є виконання наступних *завдань*: дослідження методологічно-понятійного апарату та методики оцінки; проведення оцінювання туристичного потенціалу палацових комплексів Львова; вивчення особливостей та напрямків використання палаців та висвітлення проблем та перспектив використання палаців Львова в туризмі.

Об'єктом дослідження виступають палаци Львова, *предметом* – їхнє використання в туризмі.

Виклад основного матеріалу. Вагомий внесок у дослідження палаців, методики оцінки їх потенціалу та визначення соціально-економічної ефективності використання зробили відомі вчені, такі як: Успенський А.І, Брунов М.І., Меснянко А.В., Тарасенко Д.Н., Галиченко А.А., Пальчикова А.П., Івченко А.С. та інші.

На основі праць цих вчених було чітко визначено зміст поняття палац. Під палацом розуміється велика монументальна парадна будівля, спочатку резиденція володаря, царственої особи, глави держави, а також членів царственої родини, а пізніше також житло вищої знаті, панів, князів, графів та інших багатих осіб. Палацово-парковий комплекс – це комплекс, елементами якого є палаци, парки, господарські і культові споруди. [12].

Створення перших палацово-паркових комплексів сягає своїм корінням глибоко в історію. А палаци Львова – це справжні перлини історії та архітектури різних епох, які поєднали в собі стилі і техніку різних майстрів та культур.

Туристський потенціал палацово-паркових комплексів і старовинних садиб становить сукупність культурно-історичного і природного потенціалу цих об'єктів. Ці дві складові рекреаційних і пізнавальних ресурсів будь-якого району або місцевості фактично нероздільні [1].

При проведенні оцінки туристичного потенціалу палаців Львова ми використовували методику Федорука А.Т., який розробив безпосередньо критерії оцінки та оптимальні для неї бальні градації.

Здійснюючи таку оцінку, Федорук А.Т. запропонував враховувати наступні вісім критеріїв: історична цінність, архітектурна цінність, популярність, рівень паркової культури, наявність туристичної інфраструктури, прив'язка до дорожньої структури, естетична привабливість, рівень збереженості [13]. На основі цих критеріїв ми провели бальну оцінку туристичного потенціалу палацово-паркових комплексів Львова. Всі отримані дані занесені до таблиці 1 та за сумою отриманих балів обчислений інтегральний показник туристичного потенціалу кожного палацового комплексу. Варто зазначити, що при проведенні цієї оцінки ми не враховували такий критерій як прив'язка до дорожньої інфраструктури, адже всі палаци безпосередньо знаходяться в м. Львові, тобто врахування чи не врахування вище названого критерію ніяк не вплине на визначення туристичного потенціалу палацово-паркових комплексів Львова. Також для унаочнення матеріалу і загального ознайомлення на картосхему нанесено відмітки про просторове розташування палаців Львова (рис.1). Вивчаючи та оцінюючи кожен об'єкт, занесений до таблиці, можна чітко побачити, наскільки історично та туристично вони важливі. Найбільшу історичну та архітектурну цінність серед розглянутих палаців має палац Корнякта, що пов'язано з датою його створення (кінець XVI ст.), високим рівнем збереженості, а також популярністю його внутрішньої схожості з італійськими двориками, де

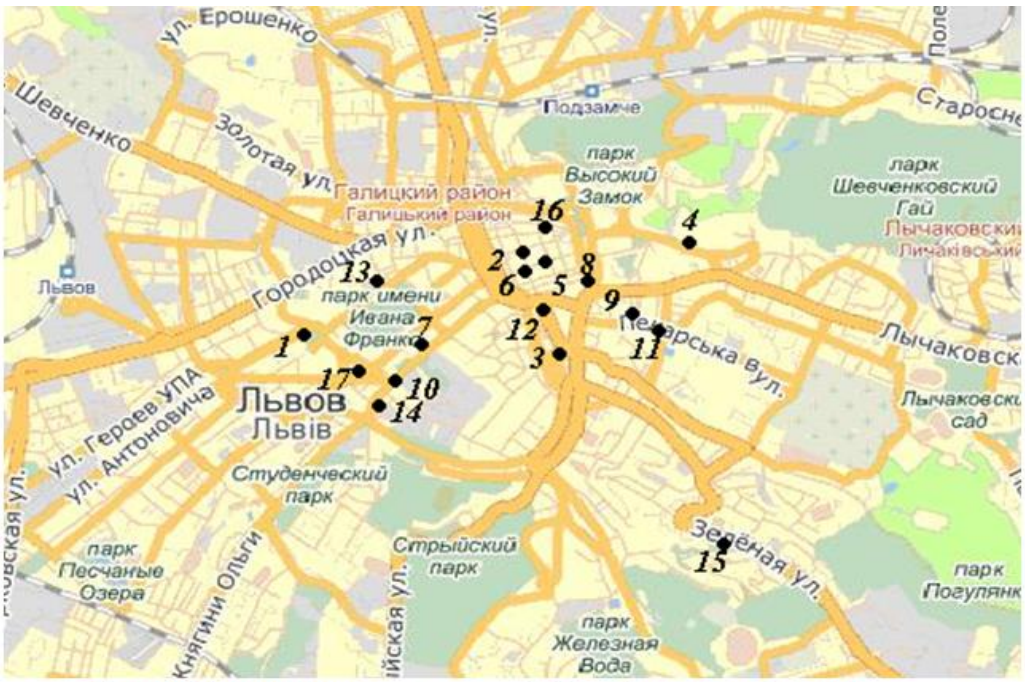
сьогодні проводяться різні концерти і фестивалі. Саме це і є базою, що підтримує високу популярність палацу Корнякта серед туристів. В той же час найменшу архітектурну та туристично-рекреаційну цінність мають, за нашими оцінками, відразу два палаци: палац Бесядецьких та палац вірменських архієпископів, що в обох випадках пов'язано з їхнім сьогоднішнім напівзруйнованим станом.

Таблиця 1.

Бальна оцінка туристичного потенціалу палацово-паркових комплексів Львова

Назва палацо-пакового комплексу (приблизна дата будівництва, переважаючий архітектурний стиль)	Історична цінність	Архітектурна цінність	Популярність	Рівень паркової культури	Наявність туристичної інфраструктури	Естетична привабливість	Збереженість	Загальна сума балів
Палац греко-католицьких митрополитів 1761р. бароко	4	4	2	4	3	5	3	25
Палац Бандінеллі, 1593р. ренесанс	5	3	3	1	4	5	4	25
Палац Бесядецьких, 1740р. ампір	4	3	2	1	1	1	2	14
Палац Дідушицьких, 1869р. неоренесанс	3	4	2	4	1	3	3	20
Палац Корнякта, 1580р. ренесанс	5	5	5	1	5	3	4	28
Палац Любомирських, 1680р. бароко	5	4	3	1	4	2	4	23
Палац Потоцьких , 1880р. бароко	3	5	3	4	3	5	4	27
Палац римо-католицьких архієпископів 1842р. класицизм	3	5	2	1	3	4	3	21
Палац Сєменських-Левицьких, 1849р. бароко	3	4	2	2	1	5	3	20
Палац Сапєг 1867р. бароко	3	4	2	1	1	5	4	20
Палац Туркулів-Комело, 1843р. неоготика	3	4	2	2	1	5	4	21
Арсенал Сенявських (палац Баворовських) 1639р. класицизм	5	4	2	1	3	4	3	22
Палац Справедливості, 1891-1895рр. неоренесанс	3	4	2	1	2	5	5	22
Палац графів Голуховських, 1865р. неороманський	3	4	2	2	1	4	4	20
Палац Бєльських 1923р. модерн	2	4	2	1	3	2	4	18
Палац вірменських архієпископів кін.XVII ст.	5	4	2	1	1	1	2	14
Палац зі сфінксами, 1829р., ампір	3	4	3	1	4	5	5	25

Варто також відмітити, що всі палаци, окрім палацу Бесядецьких та палацу вірменських архієпископів, сьогодні на повну використовуються як музеї, навчальні заклади, діагностичні центри і, навіть, будівля СБУ (палац Дідушицьких).



Умовні позначення:

1. Палац греко-католицьких митрополитів
2. Палац Бандінеллі
3. Палац Бесядецьких
4. Палац Дідушицьких
5. Палац Корнякта
6. Палац Любомирських
7. Палац Потоцьких
8. Палац римо-католицьких архієпископів
9. Палац Сєменських-Левицьких
10. Палац Сапєг
11. Палац Туркулів-Комелло
12. Палац Справедливості
13. Палац графів Голуховських
14. Палац Бєльських
15. Палац зі сфінксами
16. Палац вірменських архієпископів
17. Арсенал Сенявських (палац Баворовських)

Рис. 1. Просторове розташування палаців Львова

Також з таблиці видно, що паркова культура більшості палаців не збереглася до наших днів у первинному її вигляді, що не стосується лише палацу Потоцьких та палацу греко-католицьких митрополитів. Після проведення оцінки туристичного потенціалу палаців Львова, яка представлена в таблиці 1, і не принижуючи значимості суб'єктивних вподобань, ми змогли виставити палаци Львова в ієрархічному порядку, починаючи з палаців із найвищим рекреаційно-туристичним потенціалом:

1. Палац Корнякта;
2. Палац Потоцьких;
3. Палаци греко-католицьких митрополитів, Бандінеллі та палац зі сфінксами;
4. Палац Любомирських;
5. Арсенал Сенявських та палац Справедливості;
6. Палаци римо-католицьких архієпископів та Туркулів-Комелло;
7. Палаци Дідушицьких, Семенських-Левицьких, Сапєг та палац графів Голуховських;
8. Палац Бєльських;
9. Палац Бесядецьких та вірменських архієпископів.

Проаналізувавши вище подану інформацію, була створена діаграма, яка ілюструє обчислені показники туристського потенціалу палаців Львова (рис.2).

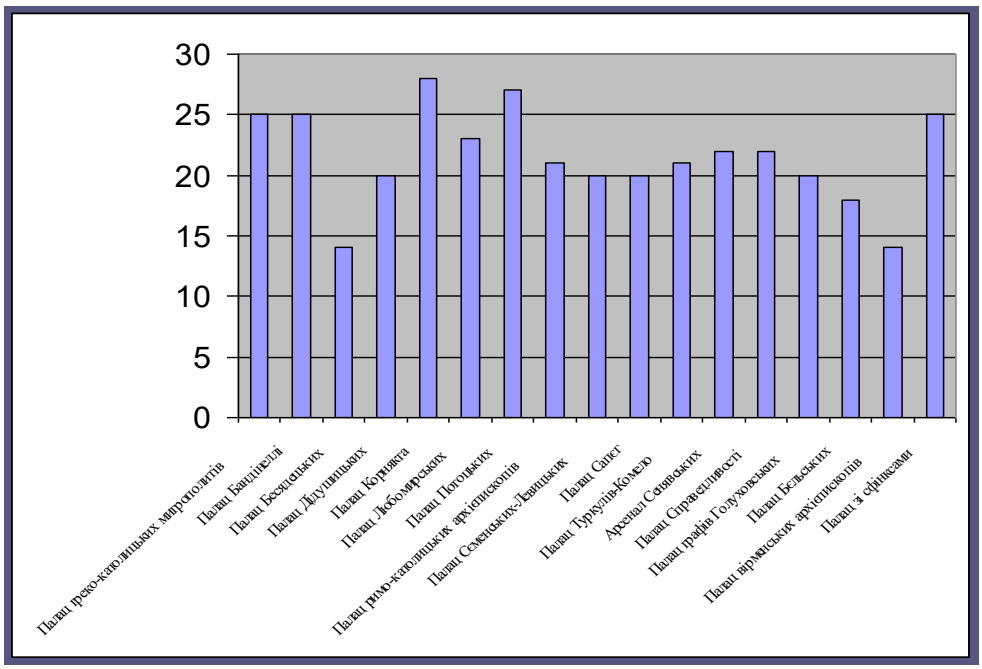


Рис. 2. Рекреаційно-туристичний потенціал палацово-паркових комплексів Львова

Взагалі, палаци Львова – неначе низка перлин, що дісталися нам у спадок від заможних людей, закоханих в красу цього міста. У 2010 р. 430 річницю відзначив палац Корнякта, 330-ту – палац Любомирських, 270-ту – палац Бесядецьких і 130 річницю відзначив палац Потоцьких. У 2011 р. своє 250-річчя відсвяткував палац греко-католицьких митрополитів, а в 2012 170-річчя відзначив палац римо-католицьких архієпископів. В цьому ж 2013 р. свої «ювілеї» будуть святкувати палац Бандінеллі (420 років), палац Туркулів-Комелло (170 років) та палац Бєльських (90 років).

Що ж стосується сучасного «життя» та використання палаців Львова, то його напрямки представлені в таблиці 2.

Таблиця 2.

Сучасні напрямки використання палаців Львова

№ п/п	Назва палацу	Сучасні «користувачі» палаців Львова
1	Палац Бандінеллі	Відділ історичних коштовностей Львівського історичного музею, музей пошти
2	Палац Бесядецьких	Корпус Львівського національного університету імені Івана Франка (на ремонті)
3	Палац Дідушицьких	Входить до переліку закритих територій і належить Службі Безпеки України
4	Палац Корнякта	Львівський історичний музей, винарня у підвальному приміщенні, антикварний магазин, кафе, проводяться концерти і фестивалі
5	Палац Любомирських	Музей етнографії та художнього промислу НАН України
6	Палац Потоцьких	Музей мистецтва давньої української книги,

		Львівська галерея мистецтв
7	Палац римо-католицьких архієпископів	Закрита резиденція церковнослужителів вищих чинів
8	Палац Сєменських-Левицьких	Школа-інтернат №102 для дітей з особливими потребами
9	Палац Сапєг	Львівська обласна організація Українського товариства охорони пам’яток історії та культури
10	Палац Туркулів-Комело	Навчальний корпус Львівського національного університету ветеринарної медицини та біотехнологій імені Степана Гжицького
11	Арсенал Сенявських (палац Баворовських)	Палац мистецтв
12	Палац Справедливості	Навчальні корпуси університету «Львівська Політехніка»
13	Палац графів Голуховських	Діагностичний центр
14	Палац Бєльських	Педагогічний музей
15	Палац вірменських архієпископів	Закритий для входу через аварійний стан будівлі
16	Палац зі сфінксами	Галерея «Дзиґа»
17	Палац греко-католицьких митрополитів	Закрита резиденція церковнослужителів вищих чинів

За нашою оцінкою найвищий рівень туристичної привабливості серед палаців Львова має палац Корнякта, тому з нього й розпочнемо. Сьогодні в цій будівлі розміщується Львівський історичний музей, тобто палац має пряме екскурсійне використання[16]. Також тут працює антикварний магазин. Надзвичайною атракцією палацу Корнякта є Італійське (або Венеційське) подвір'я, напрочуд схоже з типовими двориками Флоренції і Рима. Сьогодні у цьому подвір'ї у теплу пору року працює кафе, а також відбуваються традиційні концерти, фестивалі класичної і джазової музики, а унікальна акустика створює незабутнє враження у присутніх [9].

Традиційне музейно-екскурсійне використання мають наступні палаци: в палаці Любомирських знаходиться музей етнографії та художнього промислу НАН України (меблі, вироби з порцеляни, срібла тощо); в палаці Потоцьких – музей мистецтва давньої української книги, а з 2001 р. тут також оселилася Львівська галерея мистецтв, де представлена збірка європейського мистецтва XIV – XVIII ст.; в палаці Бєльських розмістився Педагогічний музей; а в палаці Бандінеллі зараз знаходиться один із відділів Львівського історичного музею, а саме виставка історичних коштовностей, окрім того в цокольному поверсі відкритий музей пошти, який відтворює старовинний інтер’єр, демонструє старовинні поштові печатки та конверти, європейські газети та листівки [18]. Декілька палаців Львова використовуються також як галереї мистецтв. Так арсенал Сенявських з 2006 р. є палацом мистецтв імені

Омеляна і Тетяни Антоновичів Львівської наукової бібліотеки ім. В. Стефаника НАН України.

В палаці зі сфінксами знаходиться галерея «Дзиґа». З часу відкриття галереї «Дзиґа» у 1997 р. до сьогодні відбулось 394 виставки та безліч інших неординарних атракцій, які зібрали більше 1,5 мільйона учасників, відвідувачів та глядачів [15]. В стінах чотирьох палаців Львова знаходяться навчальні заклади. Окрім того один з палаців використовується зовсім віддалено від рекреаційно-туристичної галузі: в палаці графів Голуховських в наш час знаходиться діагностичний центр. Палац греко-католицьких митрополитів та палац римо-католицьких архієпископів використовуються сьогодні як закриті резиденції церковнослужителів вищих чинів.

Кожен з цих палаців окрім названих вище шляхів їх використання має ще багато інших можливостей функціонування в туристичній сфері.

Сьогодні ми маємо декілька напрямів використання палацово-паркових комплексів Львова в туризмі: музейний туризм, екскурсійний туризм, виставковий туризм, подієвий туризм (музичні концерти, конкурси), конгресовий та фототуризм (що є перспективними напрямками), гастрономічний туризм, фестивальний та винний туризм тощо.

Безперечно, при використанні ресурсів виникають і різноманітні проблеми. На сьогодні деякі палаци просто руйнуються на наших очах і потребують негайної реконструкції (це палац вірменських архієпископів та палац Бесядецьких). Ще однією проблемою є створення торгових точок не біля палаців, а безпосередньо в їх залах. Негативним є також те, що туристи не можуть відвідувати палаци, в яких знаходяться навчальні заклади, резиденції церковнослужителів та Служба Безпеки України тощо. Окрім того туристична сфера потребує налагодження потужної реклами вітчизняного туристичного продукту, випуску високоякісного інформаційно-довідкового матеріалу, створення спеціалізованих видань туристичного профілю, постійних радіо- та телепрограм, забезпечення можливості регулярного проведення в Україні міжнародних і національних туристичних виставок, фестивалів, конкурсів на базі палаців Львова, створення мережі спеціалізованих центрів туристичної інформації у регіонах України тощо.

Висновки. Підсумовуючи та узагальнюючи вище подану інформацію, варто сказати, що у Львові знаходяться сімнадцять палацово-паркових комплексів, які датуються різним часом створення, мають різний рівень збереженості, популярності серед туристів тощо. А в загальному, палаци Львова – це неоціненний спадок України від минулих поколінь та віків. Майже всі вони мають значний туристсько-рекреаційний потенціал, на основі якого можна сформувати величезну кількість перспективних напрямків використання цих палацово-паркових комплексів в туризмі. Найбільш цікавим з таких потенційно виграшних напрямків на нашу думку

є конгресовий туризм на базі палаців у Львові і, на нашу думку, це питання варте обговорення в майбутньому.

Використані джерела:
1. Бейдик О.О. Рекреаційні ресурси України. – К.: Альтерпрес, 2009. – 400с.
2. Бірюльов Ю.О. Архітектура Львова: Час і стилі. XIII—XXI ст. — Львів: Центр Європи, 2008. — 426с.
3. Всеобщая история архитектуры. Т.5 / За ред. Геращенко Н.В. - М.: Искусство, 1967 – с.275-279.
4. Вуйцик В.С. Державний історико-архітектурний заповідник у Львові. - Львів: Каменяр, 1991. – 175с. 5. Енциклопедія Львова / За редакцією А. Козицького. - Львів: Літопис, 2007. – 469с.
6. Ковальчук Х.І. Особливості архітектури Львова наприкінці XVIII — початку XIX. — Львів: Ліга-Прес, 2005. — 119с.
7. Кусков А.С. Рекреационная география. – М.:Флинт, 2005. – 504с.
8. Любіцева О.О., Панкова Є.В., Стафійчук В.І. Туристичні ресурси України. Навчальний посібник. – К.: Альтерпрес, 2007. – 369 с.
9. Перелигіна О.О. Корнякта кам'яниця. - Львів: Літопис, 2010. — 415с.
10. Смірнов Ю.О. Палац на Курковій. Львівська резиденція графів Дідушицьких // Галицька брама — Львів. - № 11-12 (155-156), 2007. – С. 42-50.
11. Українська географічна енциклопедія. Т3. / За ред. О.М. Маринича. — К.: «Українська радянська енциклопедія» імені М. П. Бажана, 1993. – 480с.
12. Українська радянська енциклопедія. Т10. / За ред. М. Бажана. — К.: Наукова думка, 1979. – 576с.
13. Федорук А.Т. Старинные усадьбы минского края. – Минск: Полифакт, 2000г. – 120с. 14. city-adm.lviv.ua – Офіційний портал Львівської міської ради.
15. dzyga.com – Офіційний сайт мистецької галереї «Дзиґа».
16. lviv.travel – Офіційний туристичний сайт міста Львів.
17. www.dlab.com.ua – Універсальний львівський довідник.
18. www.lvivstory.com – офіційний сайт «Культура і туризм. Львів»

УДК 338.47/48 : 629.73 (045)

Ткачук Л.М.

ТРАНСФОРМАЦІЇ В СФЕРІ АВІАЦІЙНИХ ПЕРЕВЕЗЕНЬ: ВИКЛИКИ ДЛЯ ТУРИЗМУ

Стаття присвячена вивченню актуальних тенденцій функціонування ринку пасажирських авіаційних перевезень і визначенню механізмів та масштабів їхнього впливу на розвиток туризму.

Статья посвящена изучению актуальных тенденций функционирования рынка пассажирских авиаперевозок и определению механизмов и масштабов их влияния на развитие туризма.

The latest trends and challenges of air transport and their influence on tourism perspective are determined.

Постановка наукової проблеми та її значення. Прогрес на транспорті, зокрема розвиток авіаційних пасажирських перевезень, став визначальним фактором становлення масового міжнародного туризму. Нині важко переоцінити взаємозалежність, симбіотичність розвитку цих двох інтернаціональних за своїм характером галузей сфери послуг, які разом складають один з найпотужніших секторів сучасного світового

господарства. Актуальні тенденції, проблеми та перспективні напрямки трансформації сфери пасажирських авіаційних перевезень знаходять відображення у географії туристичних потоків, стають ключовими елементами системи менеджменту туристичних дестинацій, формують новий тип поведінки туриста.

Аналіз досліджень з цієї проблематики. Проблематика організації транспортного обслуговування в туризмі докладно вивчена російськими і вітчизняних вченими, зокрема Біржаковим М.Б., Нікіфоровим В.І., Гвозденком А.А. [2], Гуляєвим В.Г[3], Уваровою А.Є., Смірновим І.Г[4], Балабановим Г.В[1]. Традиційно транспортне обслуговування туристів розглядається як сектор туристичної індустрії, обов'язкова складова туристичного пакету. Такий підхід є логічним, але не розкриває всіх аспектів взаємного впливу та ступеню взаємної залежності транспорту, зокрема авіаційного, та туризму. Закордоном же проблеми взаємодії туризму та комерційної пасажирської авіації виділені у окремий міждисциплінарний напрямок наукових досліджень. Його розробляють Peter Forsyth [7], Andreas Papatheodorou [5], Anne Graham [7], David Duval[9], Andreas Wittmer[8], Thomas Bieger [8] та інші. Можна відзначити цілий ряд цікавих праць, зокрема «Tourism and Transport: Modes, Networks and Flows», «Aviation and tourism: implications for leisure travel», в яких з сучасних позицій переосмислено роль транспорту в туризмі, розкрито різні аспекти взаємодії туризму та авіаційного бізнесу, виявлено вектори та ступень взаємного впливу, обґрунтовано необхідність узгодження бізнесових та політичних рішень у сфері взаємних інтересів. В Україні дослідження такого роду знаходяться на початковій стадії.

Постановка проблеми. Дана стаття присвячена виявленню та аналізу актуальних тенденцій функціонування пасажирського авіаційного транспорту, що здійснюють вплив на розвиток туризму. В якості останніх розглядаються: 1) лібералізація системи правового та економічного регулювання сфери міжнародних авіаційних сполучень; 2) поява нових та трансформація традиційних бізнес моделей у комерційній авіації; 3) усвідомлення масштабів негативного впливу авіаційного транспорту на довкілля, зокрема на зміну клімату на планеті.

Виклад основного змісту дослідження. Повітряний транспорт являє собою основу сучасної глобальної економіки. Щорічно у такий спосіб перевозяться біля 2,8 млрд. пасажирів та 50 млн. тонн вантажів (2011р), в тому числі майже третину обсягу світового експорту товарів. За оцінками Oxford Economics повітряний транспорт безпосередньо забезпечує роботою 7,6 млн. людей та генерує 539 млрд. доларів внеску у світовий ВВП. [7] Особливо значний вплив здійснює повітряний транспорт на розвиток туризму. Нині 51% (2011р.) міжнародних туристичних подорожей здійснюється авіаційним транспортом, частка для подорожей на великі відстані та для острівних дестинацій – значно більша, наприклад для країн Карибського регіону цей показник складає 93% [10]. Авіація дозволяє не тільки швидко і комфортно подолати просторовий розрив між

місцями проживання туристів і туристичними дестинаціями, але й є важливим чинником розвитку туристичних центрів та зон, зокрема на території країн, що розвиваються, у межах так званих «нових» туристичних ринків. Так, наприклад, у Африці 54% від усіх зайнятих у туризмі, а це 2,5 млн. чол., обслуговують туристів, що прибули авіаційним транспортом. В цілому ж повітряний транспорт підтримує 34,5 млн. робочих місць у туризмі і виступає каталізатором отримання 762 млрд. доларів туристичних надходжень.[7] Авіаційні компанії по всьому світі стимулюють попит на свої послуги з боку туристичного бізнесу, виплачуючи туристичним агентствам комісійну винагороду за кожне заброньоване (напряму або через глобальні мережі бронювання та резервування) місце. З іншого боку, розвиток туризму може стримуватися тим, що транспортні системи в деяких країнах не відповідають світовим стандартам в сенсі зручності, ефективності, безпеки, а транспортні проекти, зокрема будівництво нових аеропортів, потребують для своєї реалізації величезних інвестицій. Слід також зазначити, що більшість пасажирів авіаційних рейсів туристи, відпочиваючи та подорожуючи у справах (діловий туризм).

Існує чітка кореляція між показниками інтенсивності і дохідності авіаперевезень та міжнародними туристичними прибуттями і надходженнями. Так світовий пасажиропотік за 10 років (2001-2010рр.) виріз у 1,5 рази, а туристичні прибуття у 1.4 рази. Щорічні темпи зростання міжнародних авіаційних перевезень на початку XXI ст. (2003 – 2007 рр.) склали у середньому 4,4 % і чітко корелювали з показниками приросту міжнародних туристичних прибуттів (4,1%) за цей же період, при цьому у 2005 – 2007 рр. і в авіаційних пасажирських перевезеннях, і у міжнародних туристичних прибуттях спостерігалося синхронне зростання темпів приросту 5,8% і 5,5 % відповідно. Тоді як найгірші роки міжнародного туризму: 2001, 2003, 2009 з показниками щорічного приросту кількості прибуттів 0%, -1,4% та -3,8%, відповідно, виявилися таким ж невдалими і для міжнародних пасажирських авіаційних перевезень. Останні скоротилися в цей час на 0,9% та 1,1% та 3,5% відповідно. У 2010 та 2011 синхронне стабільне зростання спостерігалося і у обсягах пасажирських авіаперевезень 8.2% та 6.4% щорічного приросту й у міжнародних туристичних прибуттях 6,4% та 4,6% – відповідно. [7,10].

Сучасні тенденції туристичного попиту стимулюють та розкривають нові можливості організації авіаційних подорожей по всьому світі. Тенденція дроблення відпускного періоду та зростання частоти короткотривалих подорожей відображаються у підвищенні попиту саме на авіатури оскільки подорожуючи намагаються витратити мінімум часу на переміщення до обраного туристичного центру і назад, особливо це стосується турів у вихідні та свята. У відповідь на такі ринкові запити авіакомпанії пропонують спеціальні тарифи: екскурсійні (excursion fares) та інклюзів-тур (IT fares / package holiday fares), а також послуги низькотарифних авіаперевізників. Зацікавленість туристів у пізнанні

навколишнього світу, екскурсійних турах та зростання кількості неорганізованих й індивідуальних поїздок стимулює ширше використання в туризмі послуг бюджетних авіаліній. Стабільні темпи приросту подорожуючих жінок, туристів у VFR сегменті, післякризовиве відновлення попиту на бізнес подорожі, зокрема інсентів-тури, збільшення кількості повторних поїздок відображають прагнення до комфортності та високої якості обслуговування і визначають попит на чартерні аіваперевезення та обслуговування вищого класу.

Нині 3846 аеропортів по всьому світу забезпечують можливість повітряного сполучення між 34 756 парами міст на основі угод укладених 1568 комерційними авіалініями. Така глобальна географія повітряного транспорту вимагає міжнародного регулювання і встановлення чітких і прозорих правил доступу на національні ринки. Досягнення високої ефективності системи регулювання міжнародних авіаційних перевезень є не тільки необхідною умовою прогресу повітряного транспорту але й запорукою стабільного розвитку світової туристичної індустрії.

З моменту підписання у 1944р. Чиказької конвенції ринок міжнародних авіаційних перевезень був детермінований двосторонніми угодами, які визначали права, свободи, обмеження та обов’язки 190 держав-учасниць із здійснення міжнародних авіаперевезень. Процеси деідеологізації міжнародних відносин, лібералізації сфери зовнішніх розрахунків та глобалізація поступово зменшували ефективність складної і заплутаної системи сформованої з двосторонніх Угод про повітряне сполучення (Air Service Agreement) між різними державами. Суттєві зрушення у регулюванні ринку міжнародних повітряних перевезень почали відбуватися на початку 80-х років (ідея дерегулювання була теоретично обґрунтована й практично застосована наприкінці 1970-х рр. американським економістом, керівником відомства цивільної авіації США А. Каном.) Суть їх полягала у зняті обмеженнь відносно кількості авіаліній, що можуть обслуговувати перевезення між парами міст, що знаходяться у різних країнах, їх національної приналежності, обсягу призначених для продажу квитків та їхньої вартості. Були започатковані угоди «про відкрите небо», які забезпечували рівні права та можливості для авіаперевізників країн-учасників договору в межах їх територій. Спочатку такі угоди були виключно двосторонніми (найбільше їх підписали з різними державами США, зокрема останній у 2011р. з Японією), згодом – багатосторонніми. Так у 1997 р. увійшов в дію режим «відкритого неба» між державами ЄС, а у 2007 р. угода «про відкрите небо» між США та ЕС, у 2008 р. відкрите небо над Австралією і Новою Зеландією поширилося на США. Отже у авіакомпаній з держав, що підписали багатосторонню угоду, з’явилась можливість здійснювати каботаж, тобто внутрішні перельоти всередині іншої країни, що дало змогу розширити пропозицію послуг за рахунок конкуренції і, безперечно, стимулювало розвиток авіаційного туризму у зазначених регіонах.

Проблема полягає в тому що у глобалізованому багатосторонньому світі як і раніше переважають двосторонні угоди, при цьому близько 150 двосторонніх Угод про повітряне сполучення є угодами «про відкрите небо», решта більш ніж 3000 все ще залишають повітряний простір в межах країни недоступним для конкуренції ззовні, а нерідко і встановлюють чіткі обмеження на кількість міжнародних рейсів, їхню частоту, ціни на квитки, клас та місткість повітряних суден. Це гальмує розвиток міжнародного туризму, обмежуючи можливості туристичного бізнесу з організації подорожей у масштабах, які відповідають потенційним можливостям тієї чи іншої туристичної дестинації. Збільшення кількості багатосторонніх Угод про повітряне сполучення стримується нерівними умовами, у яких опиняються частіше за все менш розвинені та новоприєднані держави. Показовим, з точки зору ефективного вирішення цих проблем, може виступити досвід поступового формування багатосторонньою регіональної системи регулювання повітряних перевезень у межах АСЕАН (ASEAN Multilateral Agreement on Air Services). Механізми її функціонування дозволяють країнам з менш розвиненою авіаційною галуззю впоратися з конкуренцією з боку компаній, що презентують більш розвинені країнами, шляхом поступового відкриття свого національного повітряного простору на основі врахування передбачуваних обсягів туристичних потоків (включаючи діловий туризм) у межах регіону. Так до зазначеної угоди поступово, з різним строками ратифікації 3,4,5-го пунктів угоди про відкрите небо (freedom traffic rights) приєднуються регіональні лідери – Японія, Китай, Республіка Корея та Індія. Також у цьому регіоні діє багатостороння угода про лібералізацію міжнародного повітряного транспорту (MALIAT) підписана між США та Брунеєм, Чилі, Новою Зеландією та Сінгапуром, у 2007р. укладено угоду про відкрите небо між Японією та Республікою Кореєю, у 2011р. – між Японією та Австралією та активізувалися переговори щодо лібералізації режимів повітряних перевезень між Китаєм та Японією, Китаєм та США, Китаєм та Республікою Кореєю. Вже сьогодні Азіатсько-Тихоокеанський регіон лідирує за обсягами авіаційних перевезень утримуючи в своїх межах 34% світового авіаційного трафіку, одночасно частка регіону у міжнародних туристичних прибуттях складає 22% і останнім часом швидко зростає (щорічний приріст протягом 2005-11рр. в середньому склав 6%)[7,10]. У 2012р. було підписано угоду про відкрите небо між Ізраїлем та ЕС, готується аналогічні між Туреччиною та ЕС, таким чином держави Близького Сходу, відкривають ширший доступ авіакомпаніям з головних для себе генеруючих туристичний потік ринків. Це дозволить і надалі підтримати високі темпи зростання міжнародних туристичних прибуттів, які протягом 2005-11рр. в середньому складали 7,3%[10]. Щодо України, то переговорний процес з питань укладення договору про Єдиний повітряний простір між Україною та ЄС було розпочато ще у 2007р. проте донині не закінчено (термін продовжено до травня 2013). За даними Державіаслужби України, головною перешкодою для підписання договору

про «відкрите небо» є технічні питання невідповідності систем сертифікації літаків у ЄС та Україні, залагодження яких дорого коштуватиме вітчизняним авіабудівникам.

Іншою сучасною формою регулювання системи міжнародного повітряного сполучення доступною авіакомпаніям є укладання код-шерігових угод, які передбачають спільну комерційну експлуатацію конкретного авіарейсу. Одна з авіакомпаній виступає оператором – організовує рейс, продає квитки від свого імені, або під подвійним кодом, інша – його виконує. Це дає змогу з одного боку підвищити рівень завантаженості рейсів, з іншого задовольнити попит на генеруючих потоки авіатуристів ринках, отримавши через компанію-партнера доступ до конкретного туристичного центру. Особливо ефективно код-шерінг використовується з метою регулювати пасажиропотоків у піковий період, що характерно для перевезення саме туристів, тому такі угоди укладають між собою як авіакомпанії, що здійснюють регулярні рейси так і чартерні оператори. Актуальною тенденцією, що визначає характер комерційної діяльності на міжнародному ринку пасажирських авіаперевезень є активні інтеграційні процеси, що проявляється у збільшенні кількості злиттів та поглинань серед авіаційних компаній та постійному розширенні глобальних авіа альянсів: Star Alliance, Alliance SkyTeam, Alliance Oneworld. Кооперація на ринку міжнародних повітряних перевезень призводить до скорочення витрат авіакомпаній на кожен рейс та зменшення тарифів на перевезення пасажирів, розширення маршрутної мережі, збільшення власної частку ринку і обмеження доступу на ринок перевізників, що не входять до альянсу. Авіакомпанії-учасники глобальних альянсів мають змогу пропонувати важливі для туристичної галузі ринкові рішення, здатні інтенсифікувати в першу чергу інтра-регіональні туристичні потоки, зокрема: стиковка рейсів за гнучкими і зручними графіками; зменшення кількості терміналів при пересадці на інший рейс; зали очікування в аеропортах по всьому світу; міжнародне визнання статусу; висока частота інтегрованих програм польоту.

Глобальні альянси розвиваються у бік більш щільного співробітництва з туристичним бізнесом. Прикладом такого взаємовигідного партнерства є запропонована альянсом Oneworld програма комплексного обслуговування подорожуючих до Європи. Oneworld і Deutsche Bahn (DB), найбільший залізничний оператор Європи і стратегічний партнер IATA, обслуговуючий тільки в Німеччині більше 6000 станцій, співпрацюють в області комбінованих перевезень з використанням авіаційного та залізничного видів транспорту. DB пропонує пасажирам скористатися послугами високошвидкісного потягу Intercity-Express (ICE), що розвиває швидкість до 300 км/год. і зв'язує міста у Німеччини з Австрією, Бельгією, Данією, Францією, Угорщиною, Нідерландами та Швейцарією. Іншою характерною особливістю сучасного етапу розвитку глобальних альянсів можна назвати мирне співіснування в них двох моделей авіа бізнесу: класичної та бюджетної. Виробничі

показники альянсів говорять про життєздатність і високий ступень конкурентоспроможності такої двоякої моделі в досяжному майбутньому. При цьому слід зазначити, що триваючий прогрес у розвитку високошвидкісного наземного транспорту, в першу чергу залізничного, може в довгостроковій перспективі призвести до домінування на традиційному ринку вже нізкотаріфних перевізників і їх інтегральної кооперації з іншими видами транспорту.

Активний розвиток бюджетних авіаліній протягом останніх десяти років докорінно змінив співвідношення сил та усталені правила гри на міжнародному ринку авіаперевезень. До категорії бюджетних належать компанії, що здійснюють регулярні авіаперевезення з обмеженим набором послуг на борту і на землі. Це дає їм змогу суттєво знизити ціни. Вони мають власну схему маршрутів, з'єднуючи другорядні аеропорти столиць, міста-центри регіонального значення з вигідним транспортно-географічним положенням, обминаючи при цьому великі аеропорти – хаби. «Бюджетні авіалінії» нині є найшвидше прогресуючим сектором ринку авіаперевезень, і, якщо раніше це стосувалося лише польотів на невеликі та середні відстані, то LCC компанії нової генерації, зокрема Air Asia X, Jetstar, що почали використовувати потужний Airbus A330-200, мають переконливі перспективи і на ринку авіаперевезень великої дальності. Запропоновані ними суттєво знижені ціни активізували туристичний ринок надавши значну кількість місць на різні туристичні напрями. Квитки на рейси «бюджетних авіаліній» продається через мережу Інтернет. Такі переваги виявилися найбільш ваговими для ділового туризму, подорожей з метою відвідування родичів, людей, що самостійно організовують відпочинок. За даними Організації цивільної авіації (ICAO) з 2000 р. постійно більша частина приросту кількості пасажирів авіаліній припадає на «бюджетні авіалінії». Нині вже 22% усіх здійснених за рік у світі авіарейсів та 24,3% місць забезпечили «бюджетні авіалінії», у Європі ці показники найвищі біля 35% місць, у Північній Америці – 28,6%, у АТР – 17,8%, на близькому Сході – 11%. [10]. Більшість провідних «бюджетних» авіакомпаній, таких як Ryanair, easyJet, Vueling, SkyEurope, Norwegian, Clickair, Southwest Airlines, Allegiant, WestJet, AirTran, JetBlue, AirAsia, Air Asia X ,Virgin Blue, Jetstar and Tiger Airways не є членами Міжнародної асоціації повітряного транспорту IATA. Саме ці компанії за прогнозами Організації цивільної авіації (ICAO) до 2030 р. будуть контролювати 45% світового ринку авіаційних перевезень. Проте майбутнє бюджетних авіаперевізників не гарантоване оскільки популярні туристичні маршрути вже зайняті і саме за цими географічними напрямами низькотарифні авіакомпанії відчувають серйозну конкуренцію з боку чартерних, особливо у Європі (на яку припадає 51% туристичних прибуттів та більше 85% чартерних авіарейсів). Для бюджетних компаній, які обслуговують рейси на невеликі відстані серйозним конкурентом дедалі більше стають швидкісні залізниці.

Усвідомлення масштабів негативного впливу авіаційного транспорту на довкілля, зокрема на зміну клімату на планеті, спонукає світову спільноту в особі міжнародних організацій, зокрема ІКАО, до рішучих дій з обмеження емісії речовин, що викликають незворотні процеси у екосистемі планети.

Обсяги викидів забруднюючих речовин здійснених авіаційним транспортом зростають швидше, ніж в будь-якому іншому секторі економіки. Переведення цивільної авіації на систему квотування обсягів емісії забруднюючих речовин є економічно ефективним способом контролю за викидами в даному секторі і дозволяє реалізувати підхід прийнятий ІКАО (Резолюція із зміни клімату, прийнята Асамблеєю ІКАО у жовтні 2010 р.). В Європі, де ситуація з емісією парникових газів критична, зі зміною клімату борються шляхом впровадження Європейської системи торгівлі квотами на викид забруднюючих речовин в навколишнє середовище (EU ETS). Пропонований підхід з 2011 р. реалізується стосовно викидів забруднюючих речовин, що виникають в результаті польотів всередині ЄС, а з 2012 р. – всіх рейсів, які мають пунктом відправлення або призначення аеропорти ЄС. Передбачені вимоги застосовуються як до європейських авіакомпаній так і до іноземних (незважаючи на протести з боку Американської асоціації повітряного транспорту, урядів Китаю та РФ). Подібно промисловим компаніям, які вже включені в Систему EU ETS, авіакомпанії зможуть продавати надлишкові квоти у разі скорочення рівня своїх викидів і повинні будуть купувати додаткові квоти у разі його підвищення. Очікується підвищення вартості авіаквитків у результаті переведення авіації на дану систему (за розрахунками Європейської комісії на суму від 2 до 12 євро.) але, навряд чи, воно буде значним порівняно із тим, яке мало місце в останні роки внаслідок зростання цін на авіаційне паливо. Експерти міжнародного туристичного ринку погоджуються у оцінках, що зазначена ініціатива не спричинить суттєвого зменшення туристичних потоків з/до та в межах ЄС, а частка туристів, що користуватимуться повітряним транспортом, за їх прогнозами, залишиться приблизно такою ж і в 2030р.[7]

Висновки. Більшість міжнародних туристичних прибуттів забезпечується авіаційним транспортом, відповідно доступність і розвиток тієї чи іншої туристичної дестинації виявляються залежними від надійності авіаційного сполучення з генеруючими ринками. Глобалізація усіх сфер життя, впровадження досягнень технологічного прогресу, тотальна інформатизація викликають появу новітніх, пристосованих до сучасних реалій, бізнесових моделей та ринкових стратегій, які дозволяють суб’єктам ринку пасажирських авіаційних перевезень ефективніше задовольняти потреби різних споживачів, в тому числі – туристів. Необхідність дотримання вимог скорочення негативних впливів авіаційного транспорту на навколишнє середовище визначає конкретні параметри стійкого розвитку туризму. Ефективні логістичні принципи організації та менеджмент якості сфери авіаційних перевезень, дають

можливість людям максимально реалізувати власний потенціал мобільності у сучасному глобалізовану світі.

Використані джерела:
1.Балабанов Г.В. Аналіз процесів взаємодії у системі «авіація – туризм»/ Г.В. Балабанов, Л.М. Ткачук //Науковий вісник Інституту міжнародних відносин НАУ. Серія: економіка, право, політологія, туризм : Зб. наук. ст. – К.: Вид-во Нац. авіац. ун-ту «НАУ-друк», 2010. – Вип. 1. – с.171-179.
2.Гвозденко А.А. Логистика в туризме : Учебное пособие для вузов / Гвозденко А.А. – М.: "Финансы и статистика", 2004. – 272 с.
3.Гуляев В.Г. Организация туристских перевозок / Гуляев В. Г. – М.: «Финансы и статистика», 2001. – 512с.
4.Смірнов І.Г. Логістика туризму : навчальний посібник / Смірнов І.Г. – К.: Знання, 2009. – 444с.
5.Andreas Papatheodorou, Zheng Lei Leisure travel in Europe and airline business models / Journal of Air Transport Management, Volume 12, Issue 1, January 2006, pages 47-52.
6.Aviation and tourism: implications for leisure travel / Edited by Anne Graham, Andreas Papatheodorou, Peter Forsyth.– Ashgate Publishing, LTD,2008. – 337p.
7.Aviation: benefits beyond borders / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http:// www.atag.org
8.Bieger T. ,Wittmer A. Air transport and tourism – Perspectives and challenges for destinations, airlines and governments, Volume 12, Issue 1, January 2006, Pages 40-46.
9.David Timothy Duval Tourism and Transport: Modes, Networks and Flows / Duval D. – MPG Book LTD, 2007. – 329p.
10. UNWTO Tourism Highlights – 2012 Edition. – Madrid: UNWTO Publication department, 20012. – 12p.

УДК 911.3

Курочка О.І.

ОСОБЛИВОСТІ ФУНКЦІОНУВАННЯ АЕРОПОРТІВ ЯК ОБ'ЄКТІВ ТУРИСТИЧНОЇ ІНФРАСТРУКТУРИ

У статті досліджуються особливості провідних аеропортів світу, в першу чергу, - їх сервісні складові. Досліджено 10 найбільш розвинених аеропортів у світі, які розподіляються по трьох основних регіонах – Європа, США та Азія.

Ключові слова: аеропорт, авіакомпанія, авіаційний комплекс, аеродром, аеровокзал.

В статье исследуются особенности ведущих аэропортов мира, в первую очередь, - их сервисные составляющие. Исследовано 10 наиболее развитых аэропортов в мире, которые распределяются по трем основным регионам – Европа, США и Азия.

Ключевые слова: аэропорт, авиакомпания, авиационный комплекс, аэродром, аеровокзал.

The article carries investigation of the world's leading airports, and, first of all - their service components. It was investigated 10 of the most advanced airports in the world that are subdivided into three main regions - Europe, the USA and Asia.

Keywords: airport, airline, aviation, airport, terminal.

Постановка проблеми. Повітряний транспорт є однією з галузей світового господарства, які найбільш швидко і динамічно розвиваються, і з кожним роком займає все більш міцні позиції в загальносвітовій

транспортній системі. Зараз у світі налічується понад 1300 авіакомпаній. У середньому на рік на авіарейсах перевозиться близько 2,7 млрд. осіб. Міжнародні повітряні сполучення забезпечують зараз понад 470 перевізників, близько 250 з них здійснюють міжнародні регулярні авіарейси. В обслуговуванні міжнародних повітряних сполучень беруть участь понад 1,5 тис. аеропортів світу, близько 650 з них обслуговують міжнародні регулярні авіаперевезення.

Актуальність дослідження. На частку повітряного транспорту припадає більше 20% від загального пасажирообігу в міжміському сполученні, ще більш значущий внесок повітряного транспорту в забезпечення міжнародних зв'язків – ним перевозиться більше 80% пасажирів у міжнародному сполученні. Така зростаюча роль авіаперевезень, а отже і аеропортів як основних інфраструктурних об’єктів, що їх забезпечують, визначає актуальність дослідження особливостей їх функціонування.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Аеропорти виступають функціональними одиницями, в першу чергу, транспортної інфраструктури, що дозволяє пов’язувати їх дослідження. Транспортна інфраструктура, як економічна категорія, є достатньо вивченою. Проблему розвитку інфраструктури досліджували у своїх роботах В.А. Жамін, К. Маркс, А. Сміт, С.А. Юрченко та багато інших вчених. Аналіз функціонування транспортної інфраструктури та її значення для економіки вивчали такі вітчизняні та зарубіжні науковці як І.Г. Смирнов, Н.О Іксарова, С.Ю. Максимова, О. Є. Соколова, О.Б. Пікулик, М.А. Потєєва, Н.Ю. Ткаченко, О.О. Фастовець, О.І. Шестак.

Мета статті і постановка завдання. Метою статті було дослідити організаційні засади функціонування аеропортів різних регіонів. Дослідження здійснювалось через виконання спектру основних завдань: здійснення аналізу діяльності провідних аеропортів світу, враховуючи технічні характеристики та сервісну роботу; дослідження геопросторової локалізації аеропортів у світі.

Виклад основного матеріалу дослідження. Аеропорт – важлива частина авіаційної транспортної системи, оскільки там здійснюється умовний перехід режиму функціонування в режим наземного функціонування повітряного транспорту. Аеропорт є складною підсистемою глобально великої системи цивільної авіації. Великий сучасний аеропорт є типовим прикладом складної системи. Підтвердженням тому служить наявність великої кількості елементів, складний характер зв’язку між ними, складність функцій, що виконує система, наявність факторів складно організованого управління, необхідність урахування взаємодії з навколишнім середовищем і взаємодії випадкових факторів [1, С.7]. Діяльність аеропорту пов’язана з трьома компонентами комплексу аеропорту: аеродромом, аеровокзалом, зовнішньоаеропортовим комплексом. Аеродромний комплекс є частиною аеропорту, яка складається з комплексу споруд, обладнання і земельної

ділянки з повітряним простором для зльоту, приземлення, розміщення та обслуговування літальних апаратів. [1, С.8].

Аеровокзальний комплекс – зона наземного обслуговування пасажирів – частина аеропорту, що знаходиться між зовнішніми межами і лінією входів – воріт, тобто площа від пункту, куди прибувають пасажири будь-яким видом транспорту, до пункту на пероні, на якому пасажири сідають до літака. Аеропорт – стратегічно і соціально значимий об'єкт, складова частина світового повітряного транспорту. 25 найбільших аеропортів світу виконують до 30% всіх регулярних і нерегулярних пасажирських перевезень. Всього в світі більше 1000 аеропортів, що виконують міжнародні перевезення, або 7% від загальної кількості цивільних аеропортів 40% міжнародних аеропортів розташовані в Європі [2, С. 10] Дослідження провідних аеропортів світу проводиться за показником обслуженого за певний період часу пасажиропотоку. При цьому важливим є врахування двоїстичності цих потоків: аеропорти можуть орієнтуватися на обслуговування внутрішніх або зовнішніх перевезень. Найбільші аеропорти світу за геопросторовим розміщенням можна структуризувати на 3 райони відповідно до трьох економічно найрозвинутіших регіонів світу, а саме: Європа, США та Азія. Для кожного з цих регіонів характерні певні закономірності та характерні риси. В Європі аеропорти перекривають зони впливу один одного, більшість з них орієнтована на міжнародні перевезеннями. Для США авіаційний транспорт є особливо важливим, він забезпечує переважно внутрішні перевезення. Характерною рисою аеропортів в Сполучених Штатах є функціонування їх, в першу чергу, як транспортних вузлів, не акцентуючи увагу на сервісній складовій. Азійські аеропорти характеризуються своєю фешенебельністю, пишністю, великою кількістю та якістю послуг. Серед найбільших аеропортів даних регіонів детальніше проаналізуємо характеристики десяти найбільших. В Європі це Хітроу, Шарль де Голль, Франкфурт, амстердамський Скіпхолл. В США – аеропорти Атланти, Чикаго (О'Хара), Лос-Анджелеса. Найбільші азійські аеропорти – аеропорт Гонконгу, Чангі в Сінгапурі та сеульський Інчеон.

Аеропорт Хітроу – один з найважливіших аеропортів світу і найбільший у Великобританії, він розташований в 24 кілометрах від Лондона. Щодня тут відбуваються понад 1305 рейсів, які виконують 86 авіакомпаній, обслуговуючи, в загальній складності, 193 напрямків. В терміналах аеропорту Хітроу розміщено 145 магазинів та бутиків, 42 заклади харчування, по дві (іноді – 3) магазини безмитної торгівлі. . Зони відпочинку, багато з яких надають бездротовий вихід в інтернет, офіси туристичних і прокатних компаній, представництва банків та авіакомпаній, численні бари, ресторани і кафе роблять короткочасне перебування в аеропорту комфортним.

Париж-Шарль де Голль. Аеропорт є другим в Європі і сьомим у світі за кількістю пасажирів з 61612 тис. пасажирів. Аеропорт складається з 3 аеровокзалів (9 терміналів: 2A, 2B, 2C, 2D, 2E, 2F, 2G, T1, T3) з'єднані

разом за допомогою автобусів. Аеропорт складається з двох частин «ШАРЛЬ-ДЕ-Голь-1» і «ШАРЛЬ-ДЕ-Голь-2». Перший з них «Шарль-де-Голь-1» являє собою великий термінал, від якого розходяться промені-переходи, що ведуть до будівель-сателітів, де розташовані ворота, приймаючі літаки. Друга частина аеропорту «Шарль-де-Голь» приймає в основному рейси національного перевізника авіакомпанії AIR FRANCE. Ця частина аеропорту розділена на п'ять терміналів, розташованих один проти одного. Є третій термінал Т3, обслуговуючий виключно чартерні рейси [3].

Франкфурт аеропорт. Аеропорт міста Франкфурта-на-Майні – це великий аеропорт, який по праву вважається другим за величиною в Європі. За кількістю пасажирів він займає третє місце в Європі, після аеропортів Хітроу і Шарль-де-Голль. Станом на 2012 р. 57520тис. пасажирів скористались цим аеропортом, з них – 54% – транзитні. Аеропорт має два термінали, які з'єднані між собою естакадною дорогою: термінал 1 (розділяється на зали A, B і C) і термінал 2 (розділяється на зали D і E). При переїзді з одного терміналу в інший курсує поїзд Sky Line з інтервалом у 2 хвилини. Щодо інфраструктури аеропорту, то площа всіх магазинів – 30 тис. км^2, закладів харчування – 13 тис. км^2. Загалом у Франкфуртському аеропорті налічується 26 магазинів duty-free та сувенірних магазинів, 71 барів та ресторанів, 59 видів сервісних послуг, 142 магазини та бутики, 120 операторів, 21 лаунж-зали, медпункт (17 клінік, 8 медсестер), оглядова тераса; конференц-центр (близько 200 конференс-залів для конференцій з 1200 часниками) [4] .

Аеропорт Схіпхолл. Основний міжнародний аеропорт Нідерландів, четвертий за величиною пасажиропотоку і третій за кількістю вантажоперевезень в Європі. Прогом 2011 аеропорт Схіпхолл забезпечив зв’язки з 317 європейськими та світовими аеропортами 98 країн з кількістю пасажирів 51036 тис. осіб за рік. Аеопорту Схіпхолл Skytrax нарахувало 4 зірки. Він неодноразово був визнаний кращим аеропортом світу. Тут налічується 311 реєстраційних стійок, 38126 місць для паркування, 115 магазинів (і ще 82 – для обслуговуючого персоналу), обладнані зони для відпочинку з телевізорами, ігрові дитячі кімнати, бібліотека, розташовані експозиції, наприклад – музей Рейксмюсеум, з торговими точками в них, безліч магазинів і пунктів громадського харчування [5].

Серед європейських аеропортів високі позиції займають італійські. Зокрема, столичний аеропорт Ф’юмечіно входить до десятки найбільших в Європі, як за пасажиропотоком, так і найкращих за рівнем сервісу.

Міжнародний аеропорт імені Леонардо да Вінчі (FCO) – найбільший аеропорт Італії. Розташований не в самій столиці Італії, а в містечку Ф'юмічіно, в 30 км від центру Риму. Має 3 термінали, обслуговує до 35 мільйонів пасажирів на рік. Термінал А обслуговує пасажирів місцевих авіарейсів, В і С-місцеві і міжнародні. У будівлі аеропорту розташовані магазини (в т.ч. і Duty Free), кафе, ресторани, пошта, митниця, прикордонний пункт. Італійська аеропортова система складається з

близько 37 аеропортів. Є 2 аеропортових системи і 9 регіональних аеропортів. Перша система складається з центрального аеропорту Міжнародний аеропорт імені Деонардо да Вінчі, або Ф'юмечіно, і аеропорту Рим Чампіно (CIA). У другому випадку, є три аеропорти: центр Milan Malpensa (MPX), Мілан Лінате (LIN) і Бергамо (BGY). Мальпенса, або Чітта ді Мілано (MXP) один з найбільших за пасажиропотоком аеропорт Італії розташований в 45 км від центру міста. У Мальпенса два термінали: для регулярних рейсів і для чартерних. У кожному з них – банки, ресторани, кафе, пошта, телеграф. 9 регіональних аеропортів: Альгеро (AHO), Анкона (AOI), Катанія (CTA), Генуя (GOA), Палермо (PMO), Піза (PSA), Пескара (PSR) і Верона (VRN). Вони забезпечують ефективне функціонування авіаперевезень в країні, роблячи її однією з найрозвиненіших в Європі. Та безперечно, лідерство у світі як за кількістю аеропортів, так і за величиною авіаперевезень належить США, що , в першу чегу, зумовлено внутрішніми особливостями країни. І серед всіх американських аеропортів найбільшим є *Міжнародний аеропорт Атланти Харсфілд Джексон*._Аеропорт міста Атланти є найбільшим у світі за кількістю пасажирів, яких він обслуговує за рік. У 2011 ця цифра становила 95463 тис. осіб, було здійснено 930 тис. рейсів. Площа терміналів і залів Міжнародного аеропорту Атланта Хартсфілд-Джексон становить близько 0,54 км^2. В аеропорту два термінали. Щодо інфраструктури аеровокзалів, то в аеропорту Атланти є 83 роздрібних магазини, 77 ресторанів і барів, 30828 паркувальних місць та 21 укомплектованих сервісних центрів. Аеропорт Атланти налічує більше 1296 туалетів, більш ніж 25 000 стільців та більш ніж 53 000 лампочок.

Міжнародний аеропорт О'Хара. Аеропорт О'Хара станом на 2011 р. надав сервіс 66634 пасажирам. В аеропорті є 4 термінали, а в них – 9 зон (зони B, C в 1 Терміналі, E, F –в другому, G, H, K,L – в третьому та M - в 5-му). Є 25683 місць для паркування. Площа терміналів – 127000 квадратних футів. Тут знаходиться 109 закладів харчування та 67 закладів роздрібної торгівлі. В аерпорту функціонує 11 станцій для заядки електричних засобів, 2 дитячі зони, 23 кімнати відпочинку (у терміналах внутрішнього напрямку), 30 мистецьких виставок [6].

Міжнародний аеропорт Лос-Анджелеса. Аеропорт є третім за обсягом пасажирських перевезень у Сполучених Штатах з показником – 63688 тис. осіб на близько 605 тис. рейсах. . Аеропорт займає площу 3425 акрів (1386 га) і налічує 9 терміналів, – Термінал 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8 та B. В аеропорту Лос-Анджелеса є значна кількість місць для паркування (22 тис. поблизу аеропорт та 10 тис. безпосередньо в ньому). Забезпечуються всі стандартні сервіси, зокрема: розміщення (47 готелів в межах аеропорту та 17 лаунж залів), харчування (63 заклади), послуги магазинів (10 Duty-free та 50 магазинів), дитячі майданчики, пошта, телефони, туалети та душові кімнати та ін.

Міжнародний аеропорт Гонконг (аеропорт Чхеклапкок). У аеропорту два термінали і дві злітно-посадочні смуги довжиною 3800 м. і

шириною 60 м., приблизний щорічний пасажирооборот – 50 млн. чоловік. Міжнародний аеропорт Гонконгу входить до десятки найбільш функціональних і зручних для пасажирів. Аеропорт має 2 термінали – Термінал 1, площею 570 тис. м^2, та Термінал 2, площею 140000 м^2. В них налічується 321 та 56 реєстраційних стійок відповідно, 11700 (Т1) та 700 (Т2) стільців, 1600 стільців в закладах харчування, 147 ліфтів, 60 туалетних блоків, 26 медпунктів, 280 магазинів роздрібної торгівлі та 80 магазинів для обслуговуючого персоналу, якого загалом налічується 65 тис. осіб, 3200 місць для паркування [7].

Міжнароний аеропорт Чангі. За останні 30 років став найбільш нагороджуваним у світі «Кращим аеропортом». За короткий період в сім років з моменту відкриття в Чангі, термінал 1 отримав своє перше визнання як кращий аеропорт у світі від Business Traveller (Великобританія) в 1988 р. Сьомий по завантаженості серед міжнародних аеропортів, аеропорт Чангі є головним повітряним транспортним центром в Азії, обслуговуючи понад 100 міжнародних авіакомпаній, що виконують рейси в 220 міст в 60 країнах і територіях по всьому світу. В 2012 р. аеропорт Чангі обслужив понад 51,2 млн. Площа аеропорту – 1300 га. Є три термінали (Т1, Т2, Т3), площа яких 280020, 358000 та 380 000 м^2 відповідно. Інфраструктура Чангі досить розвинута. Тут є 26 кімнат матері та дитини, 6 камер схову, 5 медпунктів та 7 аптек, 12 пунктів обміну валют, 5 поштових відділень, 3 молитовні кімнати, 15 кімнат для паління, 3 бізнес-центри, 2 готеля, басейн, 4 спа-центри, 4 дитячих майданчики, галерея, театр та інші засоби відпочинку. З 330 роздрібними магазинами і 120 точками F & B площею більше 70000 квадратних метрів торгових площ, аеропорт Чангі також є одним з кращих місць в Сінгапурі для шопінгу та відвідування закладів ресторанного сервісу [8].

Міжнародний аеропорт Інчеон. Аеропорт посів перше місце у номінації «Краще обслуговування в своєму класі» згідно з щорічною оцінкою Міжнародної ради аеропортів та Міжнародної асоціації повітряного транспорту, і отримав друге місце в номінації «Кращий аеропорт світу», випередивши Міжнародний аеропорт Сінгапуру Чангі, але пропустивши вперед себе Міжнародний аеропорт Гонконгу. За версією Міжнародної ради аеропортів Інчхон визнаний кращим цивільним аеропортом світу. У 2011 р. аеропорт обслужив 39154 тис. пасажирів, відбулося 257 тис. зльотів та посадок. Будівля головного пасажирського терміналу Міжнародного аеропорту Інчхон займає площу в 496 тисяч квадратних метрів, будучи найбільшим терміналом серед аеропортів країни і займаючи восьме місце серед всіх аеропортів світі. Зараз тут заходиться поле для гольфу, казино, сауна, 10 медпунктів, 8 дитячих майданчиків, 15 залів для паління, 3 готелі на 923 номера, каток та кінотеатр.

Висновки. Дослідження показало, що аеропорти світу мають суттєві відмінності в особливостях функціонування, зумовлені, перш за все, об’ємами перевезень, видами перевезень, національними уподобанням

пасажирів, вимогами до персоналу, ну і, звичайно, внутрішньою структурою. На фоні всіх аеропортів світу вигідно виділяються азіатські аеропорти Сеулу, Гонконгу та Сінгапуру, що володіють 5-ма зірками нагороди Skytrax а також європейські Фанкфурт та Цюрих (4 зірки) – за рівнем наданого сервісу.

Використані джерела:
1. Ложачевська О.М., Паламарчук Ю.А. Формування стратегії економічного розвитку пасажирського терміналу аеропорту. Монографія – К: Кондор, 2009. – 240 с. 2. Юркин Ю.А. Аэродромы и аэропорты: Учебное пособие. – М.: МГТУ ГА, 2000. – 104 с.
3. Аэропорт Париж Шарль-де-Голль [Електронний ресурс]//. – Режим доступу: http://www.aeroshuttletransfers.org/page-16-2.html.
4. Frankfurt airport [Електронний ресурс]//. – Режим доступу: http://www.frankfurtairport.com/content/frankfurt_airport/en/business_location/facts_figures.html
5. Schiphol airport. Facts and figures [Електронний ресурс]//. – Режим доступу: http://www.schiphol.nl/SchipholGroup/Company1/Statistics/TrafficReview.htm
6. O'Hare – The Global Gateway [Електронний ресурс]//. – Режим доступу: http://www.flychicago.com/OHare/EN/AboutUs/default.aspx
7. Аеропорт Гонконг [Електронний ресурс]//. – Режим доступу: http://www.flytourist.ru/airport/hongkong/
8. About Changi airport [Електронний ресурс]//. – Режим доступу: http://www.changiairport.com/our-business/about-changi-airport

УДК 911.3

Яценко Б.П., Ярошенко Д.О.

ЗАЛІЗНИЦЯ ЯК ВАЖЛИВА СКЛАДОВА ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ ЯПОНІЇ

В статті досліджується роль залізниці, як важливої частини транспортної системи країни, та її роль у туристичній індустрії Японії.

В статье исследуется роль железной дороги, как важной части транспортной сисетмы страны, и ее роль в туристической индустрии Японии.

The article examines the role of railways as an important part as an important part of the transport system and its role in the tourism industry of Japan.

Актуальність даної статті зумовлена високим рівнем системи функціонування японської залізниці, її використання у екскурсійній та туристичній діяльності. Її колії пролягають майже по всьому японському архіпелагу і з'єднують велику кількість туристичних дестинацій. Японська залізниця має високу ефективність не лише у своєї прямій функції перевезення пасажирів, але і в застосуванні успішної системи управління та технологічних інновацій. До того ж, сучасний туристичний ринок знаходиться у пошуках нових туристичних об'єктів і більш активне залучення залізниці, не лише як частини транспортної інфраструктури, але й як частини туристичних ресурсів дозволить збільшити кількість туристичних пропозицій. Японський досвід у цій галузі може допомогти Україні покращити та розширити сферу послуг, які надаються українським та іноземним пасажирам. Залізниця Японії як засіб комунікації. Японська

залізниця веде свою історію з 1872 р., коли у країні відкрився перший маршрут, протяжністю 29 кілометрів, який з'єднав станцію Сімбасі в Токіо та місто Йокогама. Після цього почався бурхливий розвиток японської залізниці, який зробив її однією з найкращих, на сьогоднішній день, у світі. На початку XXI ст. при скромній площі території Японії залізниці країни займають 11-е місце в світі за протяжністю колій та 3-е місце за обсягами пасажирських перевезень (табл. 1).

Таблиця 1.

Основні показники роботи залізничного транспорту Японії та провідних «залізничних» країн на 2010 р. [4, с.405]

Країна	*Пасажироперевезення млрд. пас./км*	*Вантажоперевезення млрд. т/км*	*Протяжність колій тис. км*
Індія	903,5 (1)	600,5 (4)	64,0 (4)
Китай	791,2 (2)	2451,2 (2)	66,2 (3)
Японія	393,5 (3)	20,4	27,0 (11)
Росія	139,0 (4)	2011,3 (3)	85,3 (2)
Франція	86,9 (5)	22,8	33,6
ФРН	78,6 (6)	105,8	33,7
Україна	50,2 (7)	218, 1	21,7
США	9,5	2468,7 (1)	228,5 (1)
Канада	1,3	322,7	58,3

На 2013 рік існує велика різниця між Japan Railways та іншими приватними залізничними компаніями. Зараз таких приватних компаній нараховується більше 110. Вони фінансуються не лише приватним капіталом, а й регіональними адміністраціями. JR також належать швидкісні лінії Сінкансен, 6 регіональних транспортних систем (табл. 2) та ще три групи підприємств, які відповідають за вантажні перевезення, дослідження та інформацію. Кожне з підприємств має свій логотип, фірмовий колір, штаб-квартиру та регіон надання послуг.

Таблиця 2.

Структура Japan Railways

Назва	*Скорочено*	*Регіон*	*Штаб-квартира*	*Колір логотипу*
Хоккайдоська залізниця	JR Hokkaido	Хоккайдо	Саппоро	світло-зелений
Східнояпонська залізниця	JR East	Тохоку, Канто, Косін'ецу	Токіо	зелений
Центральна залізниця	JR Central	Токай	Наґоя	помаранчевий
Західнояпонська залізниця	JR West	Хокуріку, Кінкі, Тюгоку	Осака	синій
Залізниця Сікоку	JR Shikoku	Сікоку	Такамацу	блакитний
Залізниця Кюсю	JR Kyushu	Кюсю	Фукуока	червоний
Залізничні інформаційні системи	JR System	Вся країна	Токіо	бордовий
Інститут вивчення залізничних технологій	RTR	Вся країна	Токіо	фіолетовий
Японські вантажні залізниці	JR Freight	Вся країна	Токіо	сірий

Загальна довжина залізниці складає 27 тис. кілометрів, що дозволяє займати Японії 11 місце серед інших країн по загальній протяжності залізничних доріг (цікавим фактом є те, що, одразу після Японії, йде Україна з її 22 тис. кілометрів). JR управляє 20 тис. км цих ліній, решта належить приватним компаніям. Залізниці Японії перевозять 23 мільярди пасажирів щорічно. Для порівняння, найбільша, за протяжністю, залізниця Євразії – російська, яка довша японської майже у три рази, перевозить 1,3 мільярдів пасажирів. 39% від вищезазначеної кількості перевозять лінії системи JR, 41% - лінії великих приватних корпорацій (найбільші з них – «Токю», «Тобу», «Одакю», «Кейсей» та інші), 20% – інші місцеві приватні лінії.

Як бачимо, залізниці системи JR і приватні залізничні корпорації виконують спів мірні обсяги пасажирських перевезень (табл. 3). При цьому, приватні корпорації діють не тільки на залізничному транспорті. Вони мають свої автобусні парки і служби таксі, їх автобусні маршрути проникають у найвіддаленіші куточки сільської місцевості «живлячи» таким чином залізничні станції (слід зазначити, що і регіональні залізниці JR теж мають розгалужену мережу власних автобусних маршрутів). Залізничні станції нерідко об'єднані з супермаркетами або універмагами відповідної корпорації. Зрештою, вони мають свої мережі готелів, пансіонатів, місць відпочинку, конвініенс-лавок та туристських фірм. Це дозволяє розцінювати їх як міжгалузеві транспортно-обслуговуючі угрупування [1, с.111].

Таблиця 3.

Порівняльні характеристики роботи корпорацій, що діють на залізничному транспорті Японії (2009 р.) [4, с.404 - 405]

Корпорації	Перевезення пасажирів, тис. чол. (за день)	Протяжність колії (км)	Корпорації	Перевезення пасажирів, тис. чол. (за день)	Протяжність колії (км)
JR-Хігасі-Ніхон	16682	7527	«Токю»	2422	105
JR-Нісі-ніхон	4867	5013	«Тобу»	2373	463
JR-Токай	1400	1971	«Одакю»	1950	120
JR-Кюсю	802	2122	«Кейсей»	1735	85
JR-Хоккайдо	346	2500	«Сейбу»	1715	177
JR-Сікоку	125	855	«Кінтецу»	1708	508
Токійське метро	6328	195	«Ханкю»	1614	141
			«Натецу»	1421	444

На залізницях Японії використовують чотири види колій. Найбільшу протяжність, так звані, Капські колії (трохи більше 22 тисяч кілометрів). Їх

ширина становить 1067 мм (назва походить від британської Капської колонії, тепер територія ПАР). Подібні колії, крім Японії, експлуатуються в країнах південної та центральної Африки, Індонезії, Тайвані, Філіппінах, Новій Зеландії та Австралії. Майже 4 тисячі кілометрів – стандартна Європейська колія. ЇЇ ширина становить 1435 мм. Приблизно 60% всіх світових залізниць мають саме такі колії. Дороги для «Сінкансен» будувались зі стандартною європейською колією. Залізниці з іншою шириною колії використовуються лише там, де немає необхідності виходу на центральні магістралі JR або «Сінкансен».

Японія – гірська країна, тому перевезення пасажирів у гірських районів вимагає нестандартних способів пересування. У високогірних районах використовують прийом реверсного руху, коли потяг підіймається по схилу зигзагоподібно. Зупиняючись та знову зрушуючи з місця в зворотному напрямі, поїзд плавно підіймається чи спускається по схилу. Прикладом такого способу може бути залізниця Хаконе-Тодзан, в національному парку Фудзі-Хаконе [5, с.11]. Але це не єдиний спосіб для пересуванню по високогір'ю. Зубчаста залізниця – особливий вид залізниць, який відрізняється від звичайних залізниць наявністю зубчастої рейки. Зубчаста рейка зазвичай прокладається посередині двох звичайних рейок. Відповідно, рухомий склад таких залізниць оснащений зубчастим колесом або сталевими пластинами із зубцями. Японія – морська країна. Тому з'єднання великих островів залізницею було складною проблемою, яка зрештою була вирішена. Були побудовані підводні тунелі між Хонсю і Кюсю, Хонсю і Хоккайдо, а потім і три ланцюги мостів між Хонсю і Сікоку. Першим був тунель Каммон між островами Хонсю та Кюсю. Його будівництво розпочалось у 1936 році, а в 1942 році залізничний тунель був запущений в експлуатацію. Більш відомими є тунель Сейкан, під протокою Цугару між Хонсю та Хоккайдо. На сьогодні це найдовший залізничний тунель у світі. Його відрито 13 березня 1988 року, довжина становить 53,65 кілометри, підводна частина складає 23,3 кілометри. Тунель опускається на глибину 240 метрів, на 100 метрів нижче рівня моря. В містах Токіо, Фукуока, Сендай, Саппоро, Осака, Наґоя, Кобе, Кіото та Йокогама діють системи метрополітену. Однак більшість пасажиропотоку припадає на міські електрички, які повсюдно мають добре розвинену транспортну мережу. Також в багатьох містах функціонують трамвайні та монорейкові системи [2]. Отже Японія має рейковий транспорт один із найпотужніших у світі, добре організований та технічно оснащений, здатний перевозити великі маси пасажирів.

Залізниці Японії як інфраструктура основа туристичної діяльності. В 2011 р. за кордон виїжджало 16, млн. японських туристів, і країна прийняла 8,6 млн. іноземних туристів. Ще більші обсяги подорожуючих склав внутрішній туризм. Левова частка цих людей скористалися послугами залізничного транспорту. Перевезення туристів на далекі відстані забезпечує мережа ліній «Сінкансен» та лінії JR міжрегіонального сполучення. На місцевому рівні доступ залізницею до місць дестинації

(національні парки, історичні пам'ятки, комплекси храмів або сакральних місць тощо) забезпечують: а) регіональна мережа електричок, в більшості випадків – приватних; б) лінії електричок, що забезпечують під'їзд до місць підвищеного туристського попиту; в) залізничні (часто доповнені фунікулерами та канатними дорогами), що діють безпосередньо в туристсько-рекреаційній зоні.

«Сінкансен» – це сітка високошвидкісних залізних доріг призначена для перевезення пасажирів між великими містами. Належить до компанії «Japan Railways». Перша лінія була відкрита у 1964 р. між Токіо та Осака. Спочатку лінії Сінкасен була призначена для цілодобових пасажиро- та вантажоперевезень. Нині обслуговуються тільки пасажири, вночі всі лінії Сінкасен закриваються з 0:00 до 6:00 ранку для проведення обслуговування. Перші потяги рухались зі швидкістю 210 кілометрів на годину. Найвища швидкість, яка була зафіксована на звичайному рейсі – 350,4 кілометрів на годину між містами Осака та Фукуока. Це було 8 серпня 1992 р. Швидкісні поїзди курсують на лініях чотирьох підрозділів «Japan Railways», окрім JR Shikoku. По японським технологіям швидкісні потяги були запущені також в Тайвані, Великій Британії та КНР. Крім цього, велика кількість китайських залізничників приїжджають до Японії на стажування. З приводу експорту швидкісних поїздів ведуться перемови з урядами Бразилії, США, Канади та В'єтнаму [9]. «Сінкансен» є дуже важливою складовою бізнес-туризму, адже велику кількість пасажирів складають саме бізнесмени.

Регіональні мережі. Діставшись магістральними дорогами до місцевості туристських дестинацій, подорожній прямує далі або місцевою залізницею, або автобусам який в більшості належать тій же локальній залізничній корпорації. Особливо густі мережі склались в метрополітенських регіонах Токіо – Йокогама – Тіба, Осака – Кобе – Кіото, навколо Нагоя, Хіросіма, Сендай, на півночі Кюсю. Візьмемо, наприклад, регіон навколо світового історичного міста Кіото (мал. 1). Окрім ліній метро і міських електричок в самому Кіото є хороший зв'яхок з Осака («Сінкансе», 2 лінії JR, лінії «Ханкю», «Кейхан», «Кінтецу», «Кансай»), з історичним місто Нара (лінії JR і «Кінтецу») із зонами відпочинку на оз. Біва та гірському масиві Арісіяма. У всіх випадках подорожній має вибір чим їхати. Скажімо від Кіото до Осака можете швидко проїхати одну зупинку «Сінкансен» (комфортно, але дорого), годину їхати на JR (кондиціонер, м'які сидіння), пару годин на локальній електричці однієї з приватних ліній (зупинки «біля кожного стовпа», народу битком, але дешево). На регіональних мережах Токіо, Осака і Саппоро використовують монорейкові дороги. В Токіо їх дві: від станції Сімбасі на Одайба – житловий масив на насипних землях. Туристи та місцеві жителі використовують його для здійснення екскурсійних поїздок. Особливо на штучний острів Одайба, який знаходиться у Токійській затоці. Друга лінія Токіо – Ханеда являється найнавантаженішою та найприбутковішою у світі. Вона відкрита в 1964 олімпійському році,

довжина: 17,8 км, 10 станцій, обслуговує 137 900 пасажирів на день. Лінія з'єднує аеропорт Ханеда із залізничною станцією Хамамацутьо. Проходить через високорозвинені ділові та житлові райони Токіо. У деяких місцях йде паралельно Сінкансен і основним залізничним шляхам. В основному лінія проходить на естакаді, але є і кілька підземних ділянок в районі аеропорту і під каналами (лінія проходить через кілька штучних островів в Токійській затоці). Багато опор стоїть у воді. Станції також бувають надземними, на рівні землі, вбудованими в підземні будівлі (в аеропорті). Останнє подовження лінії було в 2004 р. (додали 900 метрів): була побудована нова станція в другому терміналі аеропорту Ханеда.

Рис. 1. Мережа залізниць району Кінкі (Осака-Кабе-Кіото). Сегмент: Східне передмістя Осака, Кіото і передмістя та Нара.

Лінії під'їзду до місць підвищеного попиту туристів. Це найбільш відвідувані національні парки, комплексі храмів (місця прощі), міста

проведення найбільш популярних національних фестивалів тощо. Загальні риси таких транспортних систем – доступність і наявність вибору для подорожуючого. Візьмемо, наприклад, доступ до найбільш шанованого національного парку Нікко («Хто не бачив Нікко – той не знає, що таке «прекрасно» японська приказка). Територія цієї рекреаційної зони – в горах, то ж магістралі «Сінкансен», JR та швидкісного шосе далеко в долині. Але є декілька варіантів подорожі в зону, два з них залізничні. Можна доїхати на «Сінкансен» до Уцуномія, а далі гілкою JR до Нікко, або скористатися лінією приватної корпорації «Тобу» від району Асакуса в Токіо до Нікко (мал. 2).

1. Місто і станція Уцуномія. 2. Гілка JR до Нікко. 3. Лінія приватної корпорації «Тобу». 4. Лінія «Сінкансен». 5. Територія міста і національного парку «Нікко». 6. Дорога від міста Нікко до рекреаційної зони оз. Тюдзенідзі і водоспаду Кесон-Такі. 7. Комплекс сінтоїстських храмів «Тосьогу».

Рис. 2. Транспортна доступність до національного парку Нікко

Залізниці як складова туристсько-рекреаційної зони. Така транспортна ситуація складається в багатьох місцях, наприклад в кратері вулкану Асо і горах Кірісіма на Кюсю, Арасіяма (біля Кіото) і Тоба (сакральний сінтоїстський комплекс) в Кансай, національному парку

Фудзі-Хаконе (мал. 3) тощо. Наприклад, подорож на Хаконе в околицях Фудзіяма більшість туристів розпочинає в Одавара (станція «Сінкансен» і JR) і піднімається гірською електричкою з реверсним рухом на серпантинах до станції Гора, потім – фунікулером, ще вище – канатною дорогою до перевалу понад, так званою, Дзігокудані («долина пекла»). Помилувавшись видом священної гори, і підкріпившись, так званими, «чорними яйцями» – звареними в окропі гейзера на схилі вулкану, можна спуститись тією ж канатною дорогою до озера Асіно-ко (канатна дорога – друга в світі за довжиною). На протилежному кінці озера ще одне цікаве для туристів місце – тут на старовинній дорозі Токайдо (тепер залізниці Токайдо проходять берегом) стояла застава Хаконе, що навпіл ділила Японію на Схід і Захід. Але в цій статті не будемо заглиблюватись в історію…

1. Гірська залізниця Одава–Гора з реверс ним рухом потягів. 2. Фунікулер від Гора до «долини пекла» 3. канатна дорога на перевал Овакудані і далі до озера Асіноко (друга за довжиною в світі). 4. канатна дорога і фунікулер на вершину вулкана Комагатаке (1327 м. над рівнем моря). 5. Музей і залишки застави «Хаконе» на старовинній дорозі Токайдо. 6. Панорама понарама Фудзіями з перевалу Овакудані. а) Гора. б) Овакудані в) Застава Хаконе г)перевал Хаконе (848 м. над рівнем моря) д)напрям до станції од авара («Сінкансен» і JR).

Рис. 3. Національний парк «Фудзі-Хаконе-Ідзу»

Пропозиція свого туристичного продукту залізницями Японі. Шкільний туризм. Пропозиція самої залізниці як туристського об'єкту розпочалась з шкільних туристичних поїздок. Перша подібна поїздка була здійснена у 1886 р., коли на 12 днів та 11 ночей була здійснена кругова екскурсія з Токіо до префектури Тіба. В 1897 учням та студентам почали робити знижки на подібні подорожі. Для того, щоб задовольнити зростаючий інтерес до подібних екскурсій почали створювати спеціальні залізничні маршрути, які проводились на спеціально підготовлених поїздах. До подібних путівок також входило використання автобусного транспорту та зупинки у традиційних японських готелях – рьоканах. Згодом, особливо в останні десятиліття, шкільний туризм в Японії став обов'язковим елементов шкільних навчальних планів. Вважається, що до закінчення школи молодий японець повинен обов'язково відвідати видатні історичні та географічні об'єкти своє Батьківщини. Звичайно, важливу роль тут відіграють автобусні маршрути туристичних фірм, але й залізниця теж зберегла значний сегмент ринку. З проведенням Олімпіади у 1964 цей внутрішній потік значно збільшився, великий внесок у збільшення подорожуючих внесла саме залізниця. Після цього дуже посилився зв'язок місцевих адміністрацій, залізничних перевізників та туристичних агенцій, що дозволило відкрити нові туристичні маршрути.

Ретротуризм. В японській залізниці віддають данину минулому та традиціям. Павільйони деяких станцій відтворюють традиційні помешкання. Станція Юнокаміонсен на залізничній дорозі Айдзу – відтворення традиційних, критих соломою, сільських будівель району Айдзу, який знаходиться в північній частині Хонсю. У цьому ж регіоні курсує незвичайних потяг із цікавою назвою «Поїзд, який складається із вагону з татамі, відкритого та оглядового вагону», що повністю відповідає його концепції. Основую слугує вагон о-дзасікі («вагон з татамі»). Оформлення інтер'єру нагадує традиційну кімнату для прийому гостей, яка встелена татамі. Пасажирам пропонують готові обіди бенто та напої. Цей вагон знаходиться у «хвості» поїзду. Посередині розміщується відкритий пасажирській вагон, а у «голові» - спеціальний оглядовий вагон для перегляду місцевих пейзажів. Маршрут поїзду проходить по 45-кілометровій дорозі між станціями Айдзу Вакамацу та Айдзу Тадзіма, що у живописній частині префектури Фукусіма. Тривалість поїздки – півтори години.

Ще один специфічний потяг курсує по рівнині Цуґару (північна частина острова Хонсю) з грудня по березень, коли все навколо вкрите товстим шаром снігу. Він оснащений, так званою, «пузатою» піччю та долає до свого кінцевого пункту призначення майже 21 кілометр. Цей потяг був побудований в 1948 році, він оснащений піччю, яка розтоплюється вугіллям, а стіни та підлога в них дерев'яна [5, с.13].

До 1976 р. вугілля як паливо для поїздів, майже, по всій Японії було замінене дизельним пальним чи електроенергією. Але є і виключення – паротяги продовжують курсувати на 16 лініях, найбільше їх у регіонах

Тюгоку, Канто та Тохоку. Більшість з них перевозять тільки туристів і лише в теплі сезони, коли з вікна можна помилуватись чудовими пейзажем. Єдиним поїздом, який курсує цілий рік, являється паротяг приватної залізниці Оіґава у префектурі Сідзуока. Кожен день паротяг наповнений пасажирами, багато хто подорожує сім'ями, адже все проходить, як у минулому. Перед відправленням подається сигнал, в небо починають підійматись шари диму. Він курсує між станціями Каная та Сендзу. Довжина маршруту становить 39,5 кілометрів.

Елітний туризм. В Японії курсують і комфортабельні експреси. Звісно, вони не мають такої довгої та славетної історії як, наприклад, «Дунайський експрес» чи «Експрес Берніна» – найбільш високогірний альпійський маршрут, що проходить через 55 тунелів, 196 мостів та по території світового спадку ЮНЕСКО. Але японські експреси дуже затишні та сповнені своєю, особливою атмосферою [9]. Перші спроби створення подібних експресів можна віднести до 1960 р., коли з'явилась концепція «Joyful Train». Тоді японські залізничники вирішили переробити 29 ретро вагонів-ресторанів, 1935 р. випуску, у вагони традиційно японського стилю о-дзасікі із татамі на підлозі. На сьогоднішній день «Joyful Train» займаються лише чартерними перевезеннями, туристичними екскурсіями та різноманітними святковими подіями, будь-то дні народження чи фестивалі. Тридцять вісім експресів курсують нині по всій Японії. Всі вони поділяються на три види: дизель – поїзди, електровози та тепловози. Найбільше їх нараховується у JR-Хігасі-ніхон – 20. Також вони відрізняються завдяки інтер'єру та екстер'єру, можуть мати одноколірне забарвлення, а можуть бути розписані як картини. Крім цього, існує поділ на вагони - купе, спальні вагони, вагони із сидячими місцями та з татамі.

Найбільш відомими комфортабельним експресом можна назвати поїзд «Cassiopeia». Тричі на тиждень він курсує між станцією Уено у Токіо та Саппоро на Хоккайдо. Кожен тиждень по вівторкам, п'ятницям та неділям він відправляється зі станції Уено, а з Саппоро виїжджає кожний понеділок, середу та суботу. У період свят кількість рейсів збільшується.

Свою історію експрес веде з 1999 р. Він став першим в Японії розкішним поїздом, в якому є тільки приватні купе. Майже за 16 годин він долає 1200 кілометрів із середньою швидкістю 110 кілометрів на годину. Всі купе на «Кассіопеї» є приватними, що виділяє її на тлі більшості інших поїздів. Купе відрізняються за структурою: є «номери» з вітальнею і спальнею, розкішні «номери» та спальні для двох. Подібні «номери» складаються з двох поверхів – вітальня знаходиться зверху, звідки можна стежити за краєвидом. На нижньому рівні розміщується спальна на двох. На верхньому поверсі, крім вітальні є душ, туалет та умивальник. Пасажирам пропонують обслуговування зіркового класу. У вагоні-ресторані, працюючому виключно за системою попереднього замовлення столиків, пропонують страви французької кухні і кращі страви традиційної японської кухні. До складу поїзду включений також відкритий вагон, що грає роль кімнати для відпочинку. Після проходження тунелю Сейкан, до

Саппоро залишається, приблизно, три години. За цей час пасажири можуть відвідати кімнату відпочину, поснідати у вагоні ресторані чи придбати сувеніри: брелоки, прикраси для мобільних телефонів і іграшкові моделі поїзда [5, с.16-19]. Невдовзі почне курсувати ще один комфортабельний експрес – «Seven Stars in Kyushu». Концепція поїзда лежить у його назві – сім зірок означають сім префектур Кюсю, сім головних туристичних атракцій острову (природа, кухня, гарячі джерела, історія та культура, «місця сили», людяність та потяги), а також кількість вагонів, які входять до складу експресу. Поїзд буде прикрашений оздобленням в західному та японському стилі. Лаунж-вагон буде мати барну стійку, дивани та крісла, для того, щоб насолоджуватись живою грою на фортепіано. Як і в «Cassiopeia» тут буде міститись відкритий вагон для перегляду оточуючих краєвидів. Загалом, буде п'ять спальних вагонів, лаунж-вагон та вагон-ресторан із загальною місткістю, яка розрахована на 28 пасажирів. Кожне купе має свій туалет та душ, крім цього ще є два люксові номери із власним відкритим майданчиком. Вся подорож триватиме чотири дні, починаючись та закінчуюсь на станції Хаката, що знаходиться у місті Фукуока [6].

Таким чином розвинута дорожня мережа, високий рівень сервісу та обслуговування, інноваційність та краса оточуючих краєвидів роблять японську залізницю не лише частиною транспортної інфраструктури країни, але й її туристичним об'єктом.

Використані джерела:
1. *Б.П. Яценко Структура господарства Японії. – К.: 2006 . – 253 с. : іл.*
2. *В. О. Перфилеьв Япония от А до Я: популярная иллюстрированная энциклопедия. – М.: Издательство "Япония сегодня", 2000. – 640 с.*
3. *Рьоко-детаку нару тідзу (Туристичний атлас Японії). – Токіо: 2010.*
4. *Ніхон коку сей дзуе. – Токіо: 2012.*
5. *Nipponia, No. 4, December 15, 2007. – Tokyo: Inshokan Printing.*
6. *Cruise train – Seven stars [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://www.cruisetrain-sevenstars.jp/en/ (10.05.13)*
7. *Japan Railway and transport review[Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://www.jrtr.net/jrtr55/pdf/6-15web.pdf (10.05.13)*
8. *Monorails of Japan [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://www.monorails.org/tmspages/japan.html (10.05.13)*
9. *Sumida Crossing [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://www.sumidacrossing.org/Prototype/JREast/JoyfulTrains/ (10.05.13)*
10. *Travel guide [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://guide.travel.ru/japan/transport/experience/ (10.05.13)*

УДК 005.56:338.48

Лісіцина І.І.

ТЕОРЕТИЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИЗНАЧЕННЯ ПОНЯТТЯ «ДЕРЖАВНО-ПРИВАТНЕ ПАРТНЕРСТВО В ТУРИЗМІ»

У статті розглядаються наукові теорії, що зумовили появу та пояснюють сутність державно-приватного партнерства, узагальнюються підходи до визначення термінів «державно-приватне партнерство» та «державно-приватне партнерство в

туризмі», а також подається власне трактування поняття «державно-приватне партнерство в туристичній галузі».

Ключові слова: державно-приватне партнерство, туризм, теорії, підходи, технологія.

В статье рассматриваются научные теории, которые обусловили появление и объясняют сущность государственно-частного партнерства, обобщаются подходы к определению терминов «государственно-частное партнерство» и «государственно-частное партнерство в туризме», а также дается собственная трактовка понятия «государственно-частное партнерство в туристической отрасли».

Ключевые слова: государственно-частное партнерство, туризм, теории, подходы, технология.

This article studies the scientific theories, which caused the origin and explain the essence of public-private partnership. Also the article summarizes the approaches to definition of such terms as «public-private partnership» and «public-private partnership in tourism» as well as provides the authors interpretation of the concept «public-private partnership in tourism sphere».

Key words: public-private partnership, tourism, theories, approaches, technology.

Всесвітня туристична організація з недавніх часів дуже активно заохочує країни впроваджувати механізми державно-приватного партнерства (ДПП) в туристичну галузь для стимулювання її відновлення після глобальної економічної кризи 2008-2009 рр. Глобальний економічний спад, що спричинив різку зупинку росту показників індустрії туризму у 4 кварталі 2008 р., призвів до значних втрат глобальної туристичної економіки, зокрема у сфері зайнятості та доходів. Державно-приватне партнерство дозволяє уряду сформувати важливий важіль для відновлення діяльності туристичної галузі та забезпечення її підтримкою з боку приватного сектору [37]. Процес співробітництва та партнерства державного та приватного секторів є основним елементом стійкого розвитку туризму. Ефективне партнерство – таке, що залучає до співпраці міжнародні організації, уряди, державні органи, що регулюють туристичну діяльність, міжнародні та національні асоціації, туристичні компанії, неурядові організації та волонтерів. Важливість партнерства держави та приватного сектору полягає у тому, що воно дозволяє розпочати процес діалогу щодо стійкого розвитку туризму між усіма зацікавленими сторонами та визначити механізми та план дій для досягнення цілей стійкого розвитку туристичної галузі [39]. Таким чином, розгляд сутності державно-приватного партнерства в туристичній галузі (ДППТ) є дуже актуальною темою досліджень, зокрема для країн, що розвиваються.

Мета статті – розглянути теорії, що пояснюють основи державно-приватного партнерства, узагальнити підходи до визначення терміну «державно-приватне партнерство в туризмі» та надати власне його бачення. Варто відзначити, що досвід підготовки та реалізації проектів ДПП у різних країнах вивчають такі іноземні вчені, як: W.D Eggers, T. Startup, M.Abrantes de Sousa, M. Dutz, C. Harris, I. Dhingra, C. Shugart, C. Farrugia, T. Reynolds, R.J. Orr, E. Farquharson, C. Torres de Mästle, E.R. Yescombe, J. Encinas, L. O`Toole, T. Bovaird, G. Hamilton та ін.

Досвід впровадження ДПП у різних сферах досліджується наступними вченими: P. Marin (вивчає ДПП у секторі водопостачання країн, що розвиваються); P. Farlam (досліджує досвід країн Африки у впровадженні ДПП у сфері телекомунікацій, водопостачання, транспортної інфраструктури, енергетики); Y. Mumssen, L. Johannes, G. Kumar (концентрують увагу на досвіді ДПП у сферах комунікацій, шляхобудування, енергетики, водопостачання, охорони здоров'я, освіти); I. Menzies, C. Mandri-Perrott (розглядають досвід впровадження ДПП у сфері легко рельсового транспорту); N. LaRocque (вивчає шляхи реалізації ДПП у сфері освіти), W. Knüpfer (досліджує ДПП у контексті використання сучасних форм управління нерухомістю).

Типи контрактів ДПП, ризики під час впровадження проектів ДПП досліджують J. Delmon, D. Ehrhardt, T. Irwin, G. Schwartz, A. Corbacho, K. Funke, E. Iossa, G. Spagnolo, and M. Vellez, L. Bing, A. Akintoye, P.J. Edwards, C. Hardcastle, Y. Ke, S.Wang, A. P.C. Chan та ін.

Питання, пов'язані із фінансуванням ДПП у своїх працях розглядають J. Buchanan, D. Daube, S. Vollrath, H.W. Alfen, C. Harris, K.S. Tadimalla, B. Weiss. та багато інших. Порівняння ДПП із державними закупівлями здійснюється у роботах E. Engel, R. Fischer, A. Galetovic та ін.

Наслідки ДПП та уроки, засвоєні у процесі реалізації проектів ДПП досліджуються B. Akitoby, R. Hemming, G.Schwartz, J. C. Zevallos Ugarte та ін. Причини провалів ДПП та повторних переговорів аналізуються у працях J.L. Guasch. K. Gassner, A. Popov, N. Pushak змістовно досліджують яким чином приватний сектор покращує рівень послуг. P. Burger, J. Tyson, I. Karpowicz, M.D. Coelho зосереджують увагу на впливі глобальної кризи на ДПП. D. Grimsey, M. Lewis розробляють підходи до оцінки співвідношення ціни і якості проектів ДПП, взаємозв'язок між розподіленням ризиків та обліковими ставками.

Російські вчені досліджували наступні аспекти ДПП. В.Г. Варнавський аналізує світовий досвід та досвід Росії у реалізації ДПП, його форми, види ризиків, приклади проектів ДПП у різних сферах. В.І. Якунін розглядає питання, пов'язані із ціннісними та правовими основами політики державно-приватного партнерства. М. Дерябіна досліджує теоретичні та практичні проблеми розвитку ДПП. А.Є. Динін розглядає питання, пов'язані із ризиками ДПП. В.О. Михеєв вивчає політику та механізм реалізації ДПП. С.Д. Данасарова аналізує процес становлення інституту державно-приватного партнерства в Росії.

Серед українських дослідників державно-приватного партнерства варто виділити наступних: Б.М. Данилишин (аналізує законодавчі аспекти впровадження ДПП), Т.І. Єфименко (досліджує податкові умови впровадження ДПП), Ю.С. Вдовенко (розглядає засади впровадження ДПП в автодорожній сфері, аналізує світовий та вітчизняний досвід концесійної діяльності), М. Лендьєл (вивчає досвід та перспективи впровадження державно-приватних партнерств в Україні та за кордоном), І.В. Запатріна (аналізує потенціал державно-приватного партнерства у економіках, що

розвиваються, а також використання ДПП у інфраструктурних проектах України та наданні публічних послуг), І.М. Сараєва (розглядає основні моделі і механізми взаємодії держави та бізнесу в Україні, пропонує напрями вирішення проблем, що виникають під час такої взаємодії).

Проблематика ДПП в туристичній галузі розкривається у дослідженнях J.C. Cambrils (вивчає досвід впровадження ДПП в Іспанії), С.О. Баранова, В.С. Латипова, О.М. Воротнікова (розглядають перспективні напрямки ДПП у сфері культури та розвитку культурно-пізнавального туризму), В.О. Тутинас та Є.В. Тутинас (аналізують міжнародні правові основи ДПП в туризмі).

Досвід вітчизняного вивчення механізмів ДПП в туризмі відображають праці С.Г. Захарової (вивчає зарубіжний досвід розвитку ДПП в туристичній галузі, механізми залучення населення до реалізації проектів ДПП, питання, пов’язані із регулюванням ДПП), А.М. Гаврилюка (досліджує маркетингові засади ДПП в туризмі). Термін «державно-приватне партнерство» з'явився порівняно недавно, на початку 90-х рр. XX ст. Поява його пов'язана з історією розвитку британської моделі приватної фінансової ініціативи (PFI – Private Financial Initiative), яка є модернізованою концепцією управління державною власністю. Згідно з цією концепцією, в рамках договорів і угод про державно-приватне партнерство держава передає приватному сектору функції фінансування (будівництва, реконструкції, експлуатації, управління) об'єктів соціально-культурної і виробничої інфраструктури, що знаходяться в державній власності [14]. Існує декілька наукових теорій, що зумовили появу та пояснюють сутність державно-приватного партнерства (табл.1).

Таким чином, теорії та концепції, що наведені у табл. 1, дозволяють визначити наступні характерні ознаки державно-приватного партнерства: інститут ДПП є економічним і політичним водночас; ДПП забезпечує ефективне використання державної та приватної власності; інструменти ДПП постійно модифікуються; ДПП покликане вирішувати завдання економічного розвитку; ДПП є результатом самоорганізації суспільства і наслідком становлення трьохсекторної моделі суспільства; ДПП повинне враховувати відносини в усіх видах політичних (соціальних) мереж; ДПП є складовою міжсекторного співробітництва; основою ДПП є налагодження взаємодії між державою і бізнесом по задоволенню суспільних інтересів.

Таблиця 1

Огляд внеску економічних теорій у дослідження сутності державно-приватного партнерства

Теорія, концепція	Внесок у дослідження сутності ДПП	Ключові слова
Теорії		
Інституціональна економіка (Д. Норт,	Інститут ДПП можна розглядати як частину єдиної структури, у рамках і за посередництвом	Інститут, частина

Дж. Ходжсон	якої вибудовуються відносини в інноваційній економіці між суб'єктами бізнесу [35,25]	структури
Теорія суспільного вибору (Дж. Бьюкенен, Дж. Бреннан, Д. Мюллер, У. Нісканен, М. Олсон, Г. Таллок, Р. Толлісон)	Політичний ринок розглядається за аналогією із товарним, «раціональні політики» підтримують ті програми, що підвищують шанси отримати перемогу на виборах. Умова ефективної боротьби із бюрократією – приватизація [2]. Таким чином, інститут ДПП є одночасно і економічним, і політичним за сутнісними і функціональними ознаками. Економічна і політична складова в інституті ДПП виступають як взаємні передумови, взаємодіють одна з одною і постійно переходять одна в одну[5]	Раціональні політики, приватизація, економічний інститут ДПП, політичний інститут ДПП
Теорія змішаної економіки (П. Самуельсон)	Соціально-економічну основу змішаного суспільства створюють розмаїття та взаємодія різних форм власності та господарювання. Найважливішим засобом подібної взаємодії є державно-приватне партнерство із його різноманітними формами та суттєвими потенційними можливостями. За рахунок використання різноманітних форм, що враховують конкретну специфіку, ДПП забезпечує вибір найбільш ефективних шляхів використання як державної, так і приватної власності [15]	Різноманітні форми ДПП, ефективні шляхи, власність
Теорія державного регулювання економіки (Дж.М. Кейнс)	Складні форми організації та ведення сучасного господарства неможливі без регулювання державою діяльності компаній, галузей та сфер економіки. На підтримку системи економічного регулювання у кожній країні працює значна частина державної машини, видається велика кількість нормативних документів, модифікуються наявні та з'являються нові інструменти ДПП, що регламентують дії бізнесу при здійсненні державно-приватних проектів [7]	Регулювання , нормативні документи, інструменти ДПП
Теорія суспільного сектору економіки (Е. Аткінсон та Дж. Е. Стігліц, Дж. Гелбрейт, Дж. Б'юкенен, В. Танці)	В кожній країні існує потужна система суспільного сектору, її масштаби у тій чи іншій країні періодично змінюються. ДПП покликане вирішувати завдання економічного розвитку, вдосконалення виробничої інфраструктури, ліквідації та пом'якшення провалів ринку [7]	Суспільний сектор, завдання ДПП
Теорія самоорганізації сучасних суспільств (Г. Хакен)	Самоорганізація – це самостійна зміна організації системи, процес спонтанного упорядкування (переходу від хаосу до порядку), утворення і розвитку структур без цілеспрямованого управлінського впливу, одним із результатів якого і є становлення трьохсекторної моделі суспільства, базові елементи якої (держава, бізнес-структури, суспільство) і є учасниками ДПП [20]	Самоорганізація, трьохсекторна модель суспільства, учасники ДПП
Концепції		
	Ключовим пунктом розгляду є зв'язки і	

Концепція політичних мереж (Р. Родес)	відносини між суспільними інститутами, а не між персоналіями в межах інститутів. Політичні (соціальні) мережі – набір відносно стабільних взаємовідносин взаємозалежних акторів, яких об'єднують спільні інтереси та які обмінюються ресурсами для того, щоб ці інтереси реалізувати. Для успішного становлення інституту публічно-приватного партнерства важливе значення має врахування практично усіх видів мереж: політичні мережі, професійні мережі, міжуправлінські мережі, мережі виробників, проблемні мережі [20]	Набір відносин, спільні інтереси, ресурси, види мереж
Концепція міжсекторного соціального партнерства (В.М. Якімець)	Міжсекторне соціальне партнерство (МСП) – конструктивна взаємодія організацій із двох або трьох секторів при вирішенні соціальних проблем, що є вигідним для населення території та кожній зі сторін та забезпечує синергетичний ефект від «додавання» різноманітних ресурсів. У даному випадку, ДПП можна розуміти як одну із складових МСП [26]	Взаємодія, сектори, синергетичний ефект, різноманітні ресурси
Концепція нового державного менеджменту (Д.Осборн, Т. Геблер)	Новий характер публічного управління полягає не у наданні громадських послуг, а у вмілому спрямуванні цього процесу, залученні сил та ресурсів співтовариства; не в адмініструванні, а в налагодженні взаємодії між державою і суспільством по задоволенню суспільних інтересів [11]. Цей підхід покладений в основу ДПП	Громадські послуги, ресурси співтовариства, налагодження взаємодії

Аналіз внеску різноманітних теорій та концепцій у розуміння державно-приватного партнерства, а також дослідження інших вчених дозволяють визначити основні підходи до розуміння його сутності (табл. 2). З огляду на недостатній ступінь дослідження механізмів державно-приватного партнерства в туристичній галузі, а також на схожість підходів до визначень, морфологічний аналіз терміну «державно-приватне партнерство в туризмі» базується на підходах до визначення терміну «державно-приватне партнерство» та інформації, поданої у табл. 3.

Таблиця 2

Узагальнення підходів до визначення поняття «державно-приватне партнерство»

Категорія	Характеристика	Джерело
Сукупність (розмаїття)	1. розмаїття механізмів: від неформальних, стратегічних партнерств, до офіційних спільних підприємств;	EIB[1] [32]
	2. сукупність організаційно-правових і фінансово-економічних відносин і дій держави і приватного бізнесу;	Якунін В.І.[27]
	3. сукупність формальних та неформальних принципів, інструментів та інститутів	Белокрилова О.С. [3]

Елемент	1. ключовий елемент у стратегії уряду з забезпечення сучасних, високоякісних послуг для громадськості;	British Government's Approach [38]
	2. елемент і різновид політичних мереж – мереж виробників	O`Toole L. [36]
Інструмент	інструмент підвищення конкурентоспроможності країни	British Government's Approach [38]
Метод	1. метод введення приватного управління суспільними послугами;	Grigorescu A. [33]
	2. метод вирішення публічних завдань, що потребують довготривалих інвестицій	ДІПБ[2] [22]
Співробітництво[4]	Між: державними підприємствами, установами, органами місцевого самоврядування та приватними фірмами, регіональними корпораціями, внутрішніми та зовнішніми інвесторами, позичальниками, постачальниками	ЗУ[3] [1], Михеєв В.О. [19], Бобко У.П. [4], Knüpfer W. [16]
	При якому: 1. відносини складаються з приводу розвитку інноваційного потенціалу регіону;	Knüpfer W. [16]
	2. отримується взаємна вигода;	
	3. учасники розподіляють між собою ризики, витрати, переваги, ресурси, обов'язки та винагорода відповідно до компетенцій кожного з партнерів;	Коровін Є. [17], ADB[5] [40]
	4. приватні фірми виконують інституційні функції та (або) використовують державну власність у своїх комерційних цілях;	Михеєв В.О. [19]
	5. приватна сторона отримує пільги;	NT RSA[6][42]
	6. створюється спільне підприємство, капіталом якого є певні ресурси;	Knüpfer W. [16], Bovaird T.[29]
	7. майно спільних проектіввикористовуєтьсязгідно інтересів громади; 8. відповідальність за якість наданих послуг залишається за владою;	Hamilton G. [34]
	9. діяльність здійснюється на основі договору;	ЗУ[1]
Співробітництво[4]	10. мають місце довгострокові контракти фінансового характеру;	Blondal J.R. [28]
	11. вирішуються політичні завдання; 12.мають місце різноманітні форми співпраці;	Коровін Є. [17]
	13. досягаються загальні економічні цілі; 14. співпраця ведеться відносно об'єктів та послуг, що знаходяться у сфері безпосереднього державного (суспільного) інтересу і контролю;	Михеєв В.О. [19]
	15. відбувається залучення додаткових інвестицій	Delmon J. [31]
Система	1. система співпраці між публічною владою і приватним сектором; 2. система співпраці з формами і механізмами конкретних організаційно-економічних та майново-господарських відносин; 3. система співпраці, в якій відносини здійснюються в суспільних інтересах на умовах, економічно і соціально вигідних для всіх учасників таких відносин	Фільченков В.О., Погребова О.С. [24]

	4. система співробітництва, в якій розподіляються ризики між партнерами принципом кращої спроможності їх нейтралізації;	
	5. система співробітництва, в якій існує узгоджений підхід до поділу винагород	Данилишин Б.М. [12]
Процес	процес закупівель для надання послуг або передачі майна шляхом співробітництва між державним та приватним сектором	ADB [40]
Об'єд-нання[7]	1. об'єднання матеріальних та нематеріальних ресурсів суспільства (держави та місцевого самоврядування) та приватного сектора (місцевих компаній, корпорацій, спільних підприємств);	Динін А.Є., Нефедьєв О.Д., Семенов Я.В. [13]
	2. поєднання базових інтересів приватного і державного секторів; 3. поєднання інтересів сторін, під час якого на кожну із них покладається виконання інституційно властивих функцій; 4. поєднання інтересів, метою якого оптимального вирішення соціально значущих задач;	Вдовенко Ю.С. [9]
	5. альянс, при якому реалізовуються суспільно значущі проекти у широкому спектрі сфер діяльності;	Варнавский В.Г. [8]
	6. альянс, при якому засновується спільна організація	Bovaird T. [29]
Механізм	1. правовий механізм узгодження інтересів та забезпечення рівноправності держави та бізнесу; 2. правовий механізм, що діє в межах реалізації економічних проектів, які спрямовані на досягнення цілей державного управління	Вилисов М.В. [10]
Інститут	1. інститут, що координує діяльність держави, органів місцевого самоврядування й підприємницьких структур;	Полуянов В.П., Крав-ченко Р.С. [21]
	2. інститут, у межах якого на рівних реалізуються економічні інтереси державних органів влади та приватного сектора;	Сараева И.Н. [23]
	3. інститут, що включає в себе сукупність формальних і неформальних правил	

Примітка: 1. EIB – European Investment Bank. 2. ДІПБ – Датський інститут підприємництва та будівництва. 3. ЗУ – Закон України «Про державно-приватне партнерство». 4. На основі аналізу визначень ДПП, автор пропонує використовувати категорії «кооперація», «діяльність», «відносини», «угода» «контракт», «домовленість» як синоніми категіорії «співробітництво» з огляду на схожість їхніх характеристик. 5. ADB – Asian Development Bank. 6. NT RSA – National Treasury, Republic of South Africa. 7. На основі аналізу визначень ДПП, автор пропонує використовувати категорії «поєднання», «альянс», «асоціація» як синоніми з огляду на схожість їхніх характеристик.

Таблиця 3

Узагальнення підходів до визначення поняття «державно-приватне партнерство в туризмі»

Категорія	Характеристика	Джерело
	Залучення приватного сектору органами державної влади на контрактній основі і на умовах компенсації витрат,	Латипов В.С.,

Процес залучення	поділу ризиків, зобов'язань і компетенції для: 1. більш ефективного та якісного виконання завдань органів державної влади в сфері розвитку, збереження, реставрації та популяризації пам'яток історії та культури, збереження та розвитку культурно-національної самобутності народу; 2. створення сприятливих умов для розвитку туризму; 3. сприяння підвищенню привабливості відвідуваності країни в туристичних цілях у світовому співтоваристві	Воротніков О.М. [18]
Альянс	Інституціональний та організаційний альянс між владою та бізнесом з метою реалізації суспільно значущих проектів та програм в туріндустрії	Варнавський В.Г. [6]
Форми співробітництва	Форми співробітництва між державними і приватними суб'єктами туризму на різних рівнях зобов'язань: низький рівень участі, проекти співробітництва, стабільного партнерства	Cambrils J-C. [30]

Аналіз існуючих підходів до формулювання терміна «державно-приватне партнерство» дозволяє виділити декілька вимірів його визначень. У першому вимірі ДПП асоціюється з контрактом. Однак, такий підхід значно обмежує сферу прояву державно-приватного партнерства.

Другим є громадянський вимір ДПП, що акцентує увагу на задоволенні потреб громад, зокрема, місцевих, проте не охоплює потреб усіх суб’єктів, чиї інтереси реалізуються під час означеного партнерства.

Ще одним виміром ДПП є управлінський, однак він не враховує можливості впливу громадськості (громадських та наукових установ, вищих навчальних закладів) на процес реалізації та результат означеного типу відносин.

Четвертим є стратегічний вимір, що розглядає ДПП як бачення щодо цілей та завдань розвитку економіки, галузі, однак він не орієнтований на оперативне реагування на зміни факторів внутрішнього та зовнішнього середовища економіки (галузі).

П’ятим є політичний вимір, що базується на розгляді ДПП, як засобу впливу на населення та підприємницькі структури з боку держави. Однак, будувати на цьому поняття державно-приватного партнерства неможливо, оскільки при цьому нівелюється сама сутність партнерства, як рівноправної взаємодії із метою рівноправного задоволення потреб кожного із учасників.

На основі систематизації підходів до визначення поняття «державно-приватне партнерство» запропоновано визначити термін «державно-приватне партнерство в туризмі» виходячи зі змістовної характеристики терміна «партнерство» із урахуванням специфіки правовідносин у галузі туризму і розуміти під ним особливу технологію виробництва туристичного продукту, що базується на системі відносин, складові елементи якої у своїй сукупній дії призводять до очікуваного результату протягом визначеного періоду. Таким чином, державно-приватне

партнерство в туристичній галузі – це технологія виробництва туристичного продукту, що базується:

1) на особливостях технології діяльності виробників головних складових туристичного продукту (туристичні оператори та агенти, підприємства готельного та ресторанного господарства, підприємства транспортних перевезень, підприємства, що надають анімаційні та екскурсійні послуги);

2) на системі відносин між органами державної влади, що регулюють функціонування туристичної галузі на макро-, мезо- та мікрорівнях, а також державними туристичними установами, та приватними установами.

В результаті застосування подобної технології реалізується суспільно значущий проект та досягається синергетичний ефект за умов поєднання ресурсів (туристичних, матеріально-технічних, трудових, фінансових, інформаційних ресурсів, а також унікальних ресурсів кожного партнера) та компетентного розподілу ризиків, витрат, обов'язків та винагород. При цьому, секторами співробітництва держави та приватних інституцій в туристичній галузі можуть бути [41]:

1) дослідження та планування розвитку територій;
2) фінансування та інвестиції;
3) впровадження інноваційного туристичного продукту;
4) розвиток інфраструктури;
5) розвиток місцевих громад;
6) захист навколишнього середовища;
7) захист історико-культурної спадщини;
8) забезпечення безпеки туристів;
9) освіта, підвищення кваліфікації;
10) маркетинг території, об'єкту, туристичного продукту;
11) технологічні інновації.

Таким чином, нині існує значна кількість підходів до розгляду термінів «державно-приватне партнерство» та «державно-приватне партнерство в туризмі». У даній статті запропоновано розглядати державно-приватне партнерство в туристичній галузі як особливу технологію виробництва туристичного продукту, що має за мету формування та реалізацію проектів та науково-дослідних робіт зі створення (покращення) інфраструктури, товарів, послуг або ресурсів, що мають пряме або опосередковане відношення до розвитку туристичної галузі. Варіантом подальших досліджень у даному науковому напрямку може бути розгляд ролей та економічних інтересів кожного із суб'єктів відносин державно-приватного партнерства в туризмі.

Використані джерела:

1. Закон України «Про державно-приватне партнерство» // Відомості Верховної Ради України. – 2010.– № 40. – Ст. 22.

2. Базилевич В. Д. Історія економічних учень: навчальний посібник / В. Д. Базилевич, Н. І. Гражевська, Т. В. Гайдай, П. М. Леоненко, А. П. Нестеренко. – К.: Знання, 2004. [Електронний ресурс] – Режим доступу: http://www.infolibrary.com.ua/books-text-1957.html.

3. Белокрылова О. С. Взаимодействие бизнеса и власти в процессе формирования стратегии экономического развития регионов / О. С. Белокрылова // Проблемы формирования государственных политик в России. М.: Научный эксперт, 2006.—570 с.
4. Бобко У. П. Державно-приватні партнерства в Україні та перспективи їх впровадження на прикладі підготовки до Євро-2012/ У. П. Бобко // Науковий вісник Львівського державного університету внутрішніх справ. – 2011. – № 1 (1). – С. 274-282.
5. Бьюкенен Дж. Нобелевские лауреаты по экономике / Дж. Бьюкенен. — Т. 1. – М., 1997.
6. Варнавский В. Г. Альянс на неопределенный срок / В. Г. Варнавский //ФельдПочта. — 2004. — N 29. — С. 5.
7. Варнавский В. Г. Место и роль государственно-частного партнерства в системе экономических категорий: попытка системного анализа [Электронный ресурс] – Режим доступа : www.econorus.org/consp/files/x3yb.doc.
8. Варнавский В. Г. Частно-государственное партнерство [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.opec.ru/article_doc.asp?d_no=50578.
9. Вдовенко Ю. С. Приватно-державне партнерство в автодорожній сфері: Могорафія. – Чернігів, ЧДТУ, 2009. – 198 с.
10. Вилисов М. В. Государственно-частное партнерство: политико-правовой аспект /М. В. Вилисов // Власть. – 2006. – № 7. – С. 14-19.
11. Государственная политика и управление. Учебник. В 2 ч. Часть I. Концепции и проблемы государственной политики и управления / Под ред. Л.В. Сморгунова. – М: «Российская политическая энциклопедия» (РОССПЭН), 2006. – 384 с.
12. Данилишин Б. М. Аналіз регуляторного впливу при впровадженні Закону України «Про загальні засади розвитку державно-приватного партнерства в Україні» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.me.gov.ua/control/uk/publish/article/system?
13. Дынин Е. А. Риски бизнеса в частно-государственном партнерстве / Е. А. Дынин, А. Д. Нефедьев, Я. В. Семенов – М.: Ассоциация Менеджеров, 2007. – 116 с.
14. Захарова С. Г. Державно-приватне партнерство в системі регулювання туристичної галузі України: Дис... канд. екон. наук: 25.00.02 / С. Г. Захарова ; Класичн. приватн. університет. – З., 2009. – 218 с.
15. Зельднер А. Г. Концептуальные основы становления и функционирования государственно-частного партнерства (научный доклад) / А. Г. Зельднер – М. : Институт экономики РАН, 2010.
– 38 с.
16. Кнюпфер В. Государственно-частные партнерства (ГЧП) в контексте использования современных форм управления комплексами недвижимости [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.duma.gov.ru/sobstven/analysis/corporation/ 161007/5knupfer.htm.
17. Коровин Е. Кредитный риск проектов частно-государственного партнерства и механизмы поддержки. Выступление на круглом столе «Федеральные инструменты поддержки инвесторов», 10 октября 2006 г. [Электронный ресурс]. – Режим доступа:http://regionalistica.ru/project/investproject/fed_instr.
18. Латыпов В. С. Перспективы использования государственно-частного партнерства в сфере культуры и развития культурно-познавательного туризма / В. С. Латыпов, А. М. Воротников // Недвижимость и инвестиции. Правовое регулирование. – 2010. – № 4 (45). – 31-34 с.
19. Михеев В. А. Государственно-частное партнерство в реализации приоритетных национальных проектов [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.c-society.ru/wind.php?.
20. Надолішній П. І. Публічно-приватне партренство в Україні: теоретико-методологічні засади і умови інситуціаналізації / П.І. Надолішній, Н.В. Піроженко [Електронний ресурс]– Режим доступу : http://www.nbuv.gov.ua/ejournals/tppd/2012_10/zmist/R_1/02%20Nadolishni.pdf.
21. Полуянов В. П. Реформа ЖКХ и институт государственно-частного партнерства /В. П. Полуянов, Р. С. Кравченко [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.confcontact.com/20101224/4_poluyanov.php.
22. Сайт Датського інституту підприємництва та будівництва – Access mode: htpp:/www.deaca.dk/publicprivatepartnership.
23. Сараева И. Н. Государство и предпринимательство: проблемы взаимодействия (системно-институциональные аспекты) / И. Н. Сараева. – Одесса: «Фенікс», 2011. – 98 с.

24. Фильченков В. А. Понятие «государственно-частное партнерство» и подходы к его определению / В. А. Фильченков, Е. С. Погребова // Сервис plus. – 2007. – № 1. – с. 47-50.
25. Ходжсон Д. Экономическая теория и институты : Манифест современной институциональной экономической теории : пер. с англ./ Д. Ходжсон – М., 2003. – 464 с.
26. Якимец В.Н. Межсекторное социальное партнерство в России: механизмы и лучшие практики [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://rpp.nashaucheba.ru/download/docs-11963/11963.doc
27. Якунин В.И. Партнерство в механизме государственного управления [Электронный ресурс] – Режим доступа : http://safbd.ru/sites/default/files/gchp_2007_partnerstvo_v_sisteme_gosupravleniya.pdf.
28. Blondal J. R. International Experience Using Outsourcing, Public Private Partnerships and Vouchers / J. R. Blondal - Arlington VA: IMB Centre for the Business of Government, 2005. – 48 p.
29. Bovaird T. Public - Private Partnerships: From Contested Concepts to Prevalent Practice / T. Bovaird // International Review of Administrative Sciences. – 2004. – № 70(2). – pp. 199 – 215.
30. Cambrils J.-C. An introduction to the Tourism PPP. The Turespaña experience [Electronic resource]. – Access mode: http://dtxtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/551pptmoscow.joan_. carles.cambrils.pdf.
31. Delmon J. Private Sector Investment in Infrastructure: Project Finance, PPP Projects and Risk / J. Delmon. – The World Bank and Kluwer Law International. 2009. – 640 p.
32. European Investment Bank: The EIB's Role in Public-Private Partnerships (PPPs) [Electronic resource]. – Access mode: www.eib.org/Attachments/thematic/eib_ppp_en.pdf.
33. Grigorescu A. Models of public - private partnership projects in tourism industry [Electronic resource]. – Access mode: http://mpra.ub.uni-muenchen.de/25094/.
34. Hamilton G. The challenges of capacity building in PPP in Central Asia [Electronic resource]. – Access mode: http://aef.kz/ru/history/aef2010/presentation/ppp/Hamilton.pdf.
35. North D. Institutions, institutional change and economic performance. New York, USA: Cambridge University Press, 1990.
36. O`Toole L. The Implications for Democracy in a Networked Bureaucratic World [Electronic resource]. – Access mode: http://doc.utwente.nl/2481/1/O'Toole97implications.pdf.
37. PPP – Partnering For Tourism Growth [Electronic resource]. – Access mode: http://www.cnnmediainfo.com/task/download/TASK_Compass_19.pdf.
38. Public Private Partnerships – the Government's Approach. London. The Stationary Office [Electronic resource]. – Access mode: http://www.hm-treasury.gov.uk/d/80.pdf.
39. Public-Private Partnership For Sustainable Tourism: Delivering a Sustainability Strategy For Tourism Destinations. – Access mode:http://publications.apec.org/publication-detail.php?pub_id=552.
40. Public-Private Partnerships Handbook: Asian Development Bank. – Access mode: http://www.adb.org/documents/public-private-partnership-ppp-handbook.
41. Public-Private Sector Cooperation: Enhancing Tourism Competitiveness [Electronic resource]. – Access mode : https://library.conservation.org/Published %20Documents/2009/PublicPrivat %20Sector%20Cooperation.pdf.
42. Treasury Regulations for departments, trading entities, constitutional institutions and public entities [Electronic resource]. – Access mode: http://www.treasury.gov.za/legislation/pfma/ regulations/gazette_27388.pdf.

УДК 911.3

Доманська М.В.

АНАЛІЗ АТЛАСУ «ТУРИСТИЧНЕ НАМИСТО УКРАЇНИ»

У статті зроблено аналіз атласу «Туристичне намисто України». Подана оцінка повноти його змісту та внутрішньої єдності.

В статье сделан анализ атласа «Туристичне намисто України». Данная оценка полноты его содержания и внутреннего единства.

The article gives an analysis of atlas The travel necklace of Ukraine. The assessment of the completeness of its contents and the internal cohesion is presented here.

Постановка проблеми. Історико-культурна спадщина кожного народу є найбільшим його надбанням. Зберігання та відновлення пам'яті про об'єкти культури, природи та історії є основним завданням нащадків кожного народу. Українська історико-культурна спадщина формувалась протягом тисячоліть і налічує понад 130 тисяч пам'яток археології, історії, культури, містобудування та архітектури, палацо-паркового і монументального мистецтва [1]. Туризм та екскурсія є активними засобами пізнання навколишнього світу та популяризації загальнонародного надбання – пам'яток культури та історії, природних багатств країни. Ефективне функціонування туристичної сфери неможливо уявити без картографічного забезпечення. Для відображення складної структури туристсько-рекреаційних комплексів необхідно концентрувати знання про місцевість та відображати їх в зручній для огляду, аналізу та обробки формі. Сумування різноманітних знання в галузі туризму необхідне для визначення певного підсумку у вивченні різних сторін життя, природи та суспільства, для встановлення географічних закономірностей та проведення прогнозів. Таким високим вимогам відповідає туристичний атлас, який являється систематичним зібранням туристичних карт, виконаних за програмою як цілісний твір і виданих у вигляді книги. Туристичний атлас формує цілісну модель туристичної спадщини України в цілому і є засобом популяризації України у світі, розвитку туризму й поширення інформації про красу нашої Батьківщини. За допомогою картографічних творів (туристичних атласів і карт) можливо вирішувати безліч різноманітних задач, проте варто зупинитись на головній – це отримання інформації про туристичні об'єкти за допомогою умовних позначень, що використовуються на картах, та різноманітних додаткових даних (текстових даних, карт-врізок, ілюстрацій, картосхем тощо).

Вихідні передумови. На сьогодні напрям наукового дослідження аналізу туристичного атласного картографування висвітлений в наукових роботах недостатньо. Основна тематика існуючих статей характеризується акцентуванням уваги на загальному вигляді туристичних атласів або технічному їх оформленні (О. Барладін, Л. Даценко, В. Остроух, І. Дрогушевська, Г. Кучеренко та інші) [1]. На основі узагальненого досвіду створення атласів розглянутий широкий спектр науково-організаційних та методичних питань підготовки атласів різного змісту у працях Сваткової Т.Г [2]. Розглянуті моделі нових напрямків атласного картографування в Україні в статті Пархоменко Г.О[5]. Загальний огляд туристичної картографії України представлено в працях Северинова В.Ф., де поданий аналіз туристичних атласів (навчальних, краєзнавчих та інші) [3].

Метою даної публікації є проведення аналізу туристичного аласу з поданням оцінки повноти його змісту та внутрішньої єдності.

Виклад основного матеріалу. Для аналізу був обраний атлас «Туристичне намисто України», за видавництвом ДНВП «Картографії», що являється довідковим середньо форматним тематичним атласом України, що відображає рівень розвитку туристичної сфери в кожному регіоні нашої країни та дає загальний огляд території (рис. 1). Для аналізу даного туристичного атласу був використаний системний підхід, за допомогою якого було виділено системи карт з відповідними їм зв'язками та співвідношеннями.

Рис. 1 Атлас «Туристичне намисто України»

Атлас, як система карт, відображає природні, рекреаційні та соціально-економічні комплекси методом моделювання кожного елементу комплексу окремо та передає їх стан та взаємодії. Тому для аналізу туристичного атласу важливо оцінити його повноту і внутрішню єдність, а для цього розглянути атлас в цілому, співставити його окремі карти і розділи.

Таблиця 1

Структура атласу

Назва узагальненого розділу	Число карт	Число сторінок	% карт від загального числа	% сторінок від загального числа	Об'єм тексту в друкованих листах	% об'єму атласу, заповненого текстом
Україна	3	10	6,8	7,5	1	1,9
Рекреаційні ресурси	3	14	6,8	10,5	6	11,8
Туристичні об'єкти	38	98	86,4	82,0	44	86,3
Об'єм атласу	44	135	100	100	51	100

Структура атласу «Туристичне намисто України» розроблена у відповідності до прийнятого змісту і призначення атласу (табл. 1). Атлас має певні особливості, які полягають у наступному: структура атласу складається з карт, графічних побудов, аерокосмічних зображень та текстів науково-довідкового спрямування, що розміщенні у прийнятій до програми атласу послідовності. Атлас не має поділу на розділи.

Рис. 2 Сторінка з атласу «Туристичне намисто України»

Інформація групується на основі географічно-територіального поділу України – за областями. Характеристика туристичних об'єктів кожної області подається на загальній карті регіону, де відображаються основні туристичні об'єкти та подається довідкова інформація про них та загальна про регіон у супроводі з ілюстраціями. Окремо відображена карта важливих туристично-рекреаційних комплексів з довідковою інформацією та ілюстраціями до них (рис. 2), наприклад: Південний берег Криму, Шацький національний природний парк. Додатково подана інформація про визначні пам'ятки цього регіону, що складають його культурну спадщину, наприклад: Бахчисарай. Ханський палац, Києво-Печерська лавра. Значною особливістю атласу є наявність плану центральної частини міста з відображенням основних туристичних центрів та довідкової інформації про них у супроводі з ілюстраціям, наприклад: Севастополь. Центральна частина, Київ. Центральна частина. Також найбільші міста України відображені на космічних знімках. Тираж атласу складає 2000 примірників, що пояснюється великими матеріальними затратами на видання даного картографічного твору та призначенням для вузького кола читачів. Розмір атласу становить 135 сторінок форматом 70×100/8. Параметри атласу були визначені у відповідності до призначення,

зручності використання та специфіки відображення найбільш велико масштабних територій.

Для складання атласу «Туристичне намисто України» були підібрані різноманітні джерела інформації авторським та редакторським колективом для кожного розділу і окремої карти індивідуально. Інформаційна база була надана обласними державними адміністраціями, управліннями культури та туризму Вінницької, Дніпропетровської, Запорізької, Івано-Франківської, Київської, Луганської, Миколаївської, Полтавської, Сумської, Тернопільської, Херсонської, Чернігівської, Хмельницької областей; Дніпропетровським обласним центром з охорони історико-культурних цінностей, Рівненським обласним краєзнавчим музеєм, Тернопільською обласною комунальною інспекцією охорони пам'яток історії та культури, Хмельницькою обласною інспекцією з охорони пам'яток історії та культури, офіційним сайтом Автономної Республіки Крим. При проектуванні туристичного атласу були розроблені типові компоновки аркушів з чітким вказанням розміщення заголовку карти, контурів території, що картографується в різних масштабах, додаткових карт та графіків (рис. 3). Математична основа є основною ознакою системності карт в атласі і визначається призначенням атласу та його змістом, конфігурацією території, що картографується. Сюди входять масштабний ряд, проекції, градусна сітка [2]. Проекції для карт атласу були обрані з числа найбільш використовуваних з урахуванням вимог розміру та конфігурації території картографування. Територія подана в нормальній конічній рівно проміжній проекції з відображення градусної сітки та поданням підписів меридіанів та паралелей.

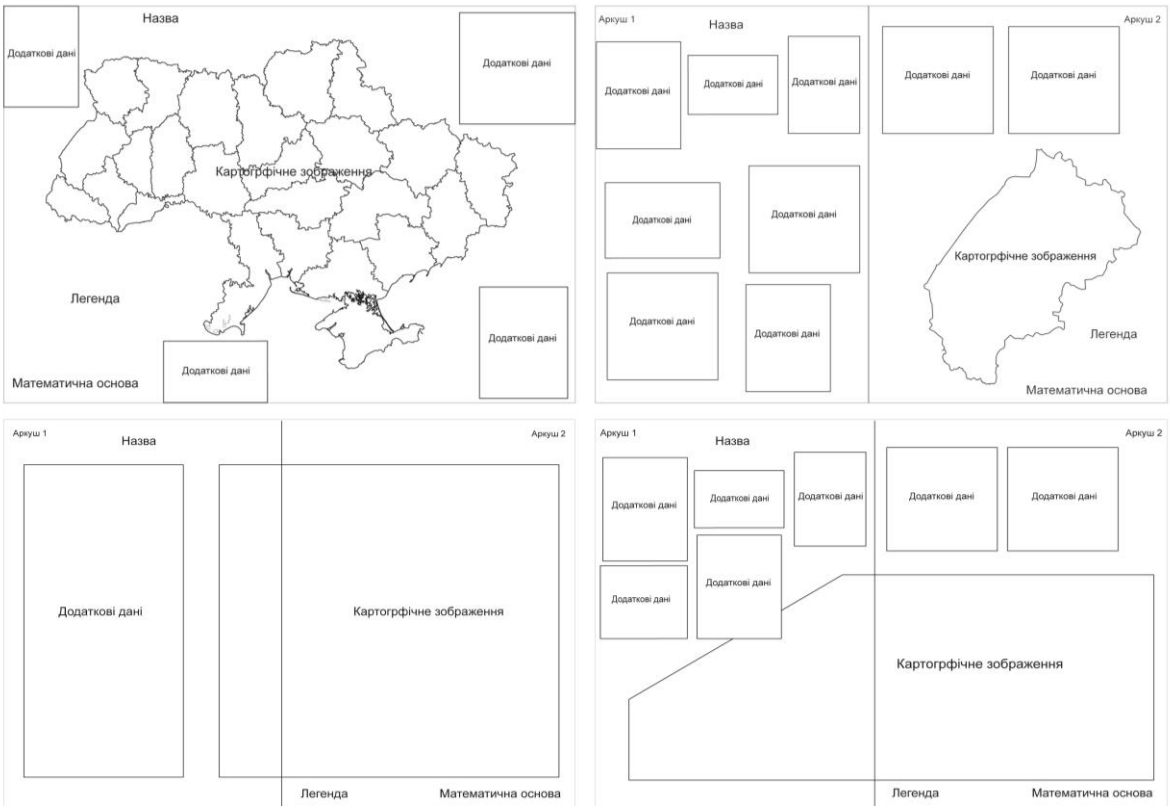


Рис. 3 Приклади типових компоновок листів карт

Масштабний ряд атласу визначений відповідно до розміру атласу та розробки типових компоновок. В результаті до атласу «Туристичне намисто Україні» ввійшли карти в наступних масштабах:

- 1:11 000 – карти центральних частин міст Севастополя, Ужгорода,Києва, Львова, Одеси, Харкова та Чернігова;
- 1:65 000 – карта міста Києва;
- 1:130 000 – карта Південний берег Криму;
- 1:200 000 – карти Шацького, Карпатського національних природних парків та парку «Святі гори»;
- 1:750 000 – карта туристичних об'єктів Автономної республіки Крим;
- 1:800 000 – карти туристичних об'єктів Закарпатської, Івано-Франківської, Тернопільської та Чернівецької областей;
- 1:900 000 – карта Рекреаційні території Криму;
- 1:1 000 000 – карти туристичних об'єктів Вінницької, Волинської, Дніпропетровської, Донецької, Житомирської, Запорізької, Київської, Кіровоградської, Луганської, Львівської, Миколаївської, Полтавської, Рівненської, Сумської, Харківської, Херсонської, Хмельницької, Черкаської, Чернігівської областей;
- 1:1 400 000 – карта туристичних об'єктів Одеської області;
- 1:3 000 000 – карти адміністративно-територіального устрою, фізичної поверхні, природно-заповідного фонду та рекреаційних ресурсів України.

Використано спрощену географічну основу атласу, яка відображається на всіх картах. В цілому підібраний оптимальний набір елементів географічної основи, що включає гідрографічну мережу, населені пункти та дороги з поданням їх підписів. Для всіх елементів встановлені цензи відбору відповідно до масштабу карт атласу. Географічна основа покращує ефективність читання змісту карти та не перевантажує її інформативність.

Структура атласу як картографічного твору достатньо визначена. Атлас зброшурований у вигляді книги з жорстокою обкладинкою, на якій подана назва атласу – атлас «Туристичне намисто України». На титульному аркуші подана повторно назва атласу та наступна інформація: місце видання – Київ, організація видання – ДНВП «Картографія», рік видання – 2011. Наступні сторінки відведені для передмови, змісту та умовних позначень відповідно. На початку атласу розміщені загальні карти України. Поділ атласу на розділи здійснюється за змістовим принципом. Інформація, що подана в атласі, добре продумана і дозволяє читачу вивчати об'єкти та явища за картами у певній логічній послідовності.

Детальність атласу відповідає його призначенню та вимогам даного кругу читачів. В атласі «Туристичне намисто України» прослідковується повне охоплення території та чітке розміщення карт за масштабом та глибиною дослідження об'єкта картографування (табл. 2). Детальність

карт відповідає особливостям проведеної генералізації. З цього можна зробити висновок про високий рівень детальності картографування туристичних об'єктів та рекреаційних ресурсів як кожного регіону окремо, так і України в цілому.

Таблиця 2

Список карт атласу «Туристичне намисто України»

Назва групи	Територія картографування	Карти
Вступний	Україна	Україна з космосу, Адміністративно-територіальний устрій, Фізична поверхня, Природно-заповідний фонд, Туристичні об'єкти
Рекреаційні ресурси	Крим	Крим з космосу, Рекреаційні території Криму
	Карпати	Українські Карпати з космосу, Українські Карпати. Рекреаційні території, Зимовий відпочинок в Українських Карпатах. Славське. Буковель. Драгобрат.
Туристичні об'єкти	Крим	Автономна республіка Крим, Південний берег Криму, Бахчисарай. Ханський палац. Судак. Судацька фортеця. Керч. Акрополь Пантікапея, Севастополь. Центральна частина. Заповідник «Херсонес Таврійський»
	Вінницька область	Вінницька область
	Волинська область	Вінницька область, Шацький національний природний парк
	Дніпропетровська область	Дніпропетровська область
	Донецька область	Донецька область, Національний парк «Святі гори»
	Житомирська область	Житомирська область
	Закарпатська область	Закарпатська область, Ужгород. Центральна частина
	Запорізька область	Запорізька область, Заповідник «Хортиця»
	Івано-Франківська область	Івано-Франківська область, Карпатський національний природний парк
	Київська область	Київська область, Київ, Київ з космосу, Київ. Центральна частина міста, Києво-Печерська лавра. Софія Київська. Михайлівський Золотоверхий монастир
	Кіровоградська область	Кіровоградська область
	Луганська область	Луганська область
	Львівська область	Львівська область, Львів з космосу, Львів. Центральна частина
	Миколаївська область	Миколаївська область

	Одеська область	Одеська область, Акерманська фортеця, Одеса. Центральна частина
	Полтавська область	Полтавська область
	Рівненська область	Рівненська область
	Сумська область	Сумська область
	Тернопільська область	Тернопільська область, Печери Тернопілля. Печера «Млинки»
	Харківська область	Харківська область, Харків. Центральна частина
	Херсонська область	Херсонська область
	Хмельницька область	Хмельницька область, Заповідник «Кам'янець»
	Черкаська область	Черкаська область, Дендрологічний парк «Софіївка»
	Чернівецька область	Чернівецька область, Заповідник «Хотинська фортеця»
	Чернігівська область	Чернігівська область, Чернігів з космосу, Чернігів. Центральна частина

В туристичному атласі кожна карта супроводжується коротким описом її змісту, довідковою інформацією про об'єкт картографування та ілюстративними матеріалами. Текст поданий в розгорнутому вигляді. Опис містить характеристику місць локалізації туристичних об'єктів та території щодо рівня туристичного розвитку. Опис доповнюється фотографіями та типовими для даного атласу художніми ілюстраціями визначних туристичних об'єктів. Умовні позначення, що використані на картах атласу, розміщені на початку атласу. Подані умовні позначення для туристичних (тематичних) об'єктів і загально географічних елементів географічної основи. Враховуючи специфіку розміщення туристичних об'єктів у визначеному місці, для умовних позначень використовуються способи картографування – спосіб знаків, ареалів, якісний фон та інші. Для відображення туристичних об'єктів картографування проведено цілеспрямований підбір умовних позначень, показників та структур легенд, що служить для об'єднання окремих карт в серії, а серії в єдиний твір – атлас. Атлас «Туристичне намисто України» володіє високим рівнем сучасності. Зміст карт атласу (2011-го року видання) відповідає рівню розвитку туризму в Україні. Для його створення використовувалися нові види інформації та ГІС-технології, що забезпечило підвищення достовірності та точності інформації.

Для підвищення цілісності картографічного твору визначається його зовнішній та внутрішній вигляд. Атлас «Туристичне намисто України» оформлений в тематичному стилі. Єдині оформлювальні прийому прослідковуються в наступному:

- оформлення титульного листа, градусної сітки та полів карт;
- створення унікальної системи умовних позначень та підбір їх кольорів;
- вибір шрифтового оформлення для кожного елементу атласу.

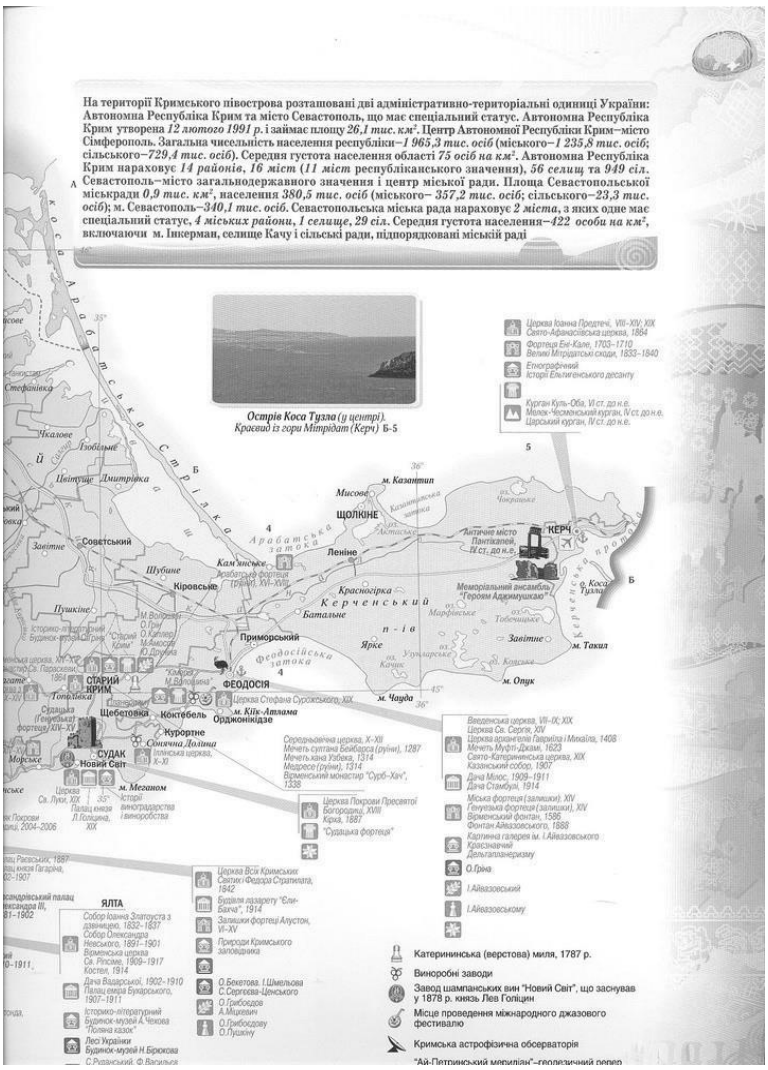


Рис. 4 Приклад оформлення сторінки атласу «туристичне намисто України»

При оформленні даного атласу використовувалися лінії мінімальної товщини, значки складної будови, пастельні тонові зафарбування, шрифти визначених розмірів, що сприяло формування цілісного картографічного твору (рис. 4). Внаслідок цього покращилась читаність атласу та легкість сприйняття змісту карт. Щодо технологічних особливостей видання, атлас надрукований багатокольоровим двостороннім друком на високоякісному папері. Атлас «Туристичне намисто України» можна вважати художнім твором, який втілює в собі високу інформативність та естетичність відображення об'єкту картографування.

Висновки. Атлас «Туристичне намисто України» – цілісний твір. Територіальні, змістові та функціональні характеристики в ньому мають тісні взаємозв'язки. Атлас володіє повнотою змісту – всі необхідні питання висвітленні з високою детальністю. Аналіз даного картографічного твору показав, враховуючи його призначення, що всі карти розміщені структурно правильно, присутній системо утворюючий зв'язок та диференціація масштабів. При уніфікації масштабів, проекцій та

класифікацій, які виконані в інтересах внутрішньої єдності атласу в цілому, збереглася висока якість карт. Це дозволяє робити висновок про застосування актуальних джерел інформації та ГІС-технологій, що відображають територію картографування з високою точністю та детальністю. Атлас можна використовувати при різних дослідження у сфері туризму. Враховуючи високу якість видання і науково-довідкову цінність, атлас є зручним для користувачів та має естетичний вигляд для представлення його як приклад високохудожнього картографічного твору.

У зв'язку з швидким розвитком сфери туризму в Україні атлас «Туристичне намисто України» дає детальну інформацію краєзнавчого характеру, що доповнена великою об'ємом довідкової інформації, художніми малюнками, космічними знімками та фотоілюстраціями.

Використані джерела:

1. *Даценко Л.М., Підлісецька І.О. Аналіз зарубіжних туристичних карт//Географія та туризм: наук. зб./ Ред. кол.: Я.Б. Олійник (відп. ред.) та ін. – К.: Альтепрес, 2011. – Вип.11 – С.177-185.*
2. *Сваткова Т.Г. Атласная картография:Учебное пособие. – М.:Аспект Пресс, 2002. – 203 с.*
3. *Северинов В.Ф. Атласне науково-популярне картографування туристичних ресурсів України // Туристично-краєзнавчі дослідження. Випуск 1: Матеріали III Всеукраїнської науково-практичної конференції «Туризм в Україні: економіка та культура» (Світязь, 9-10 вересня 1998 р.).- У двох частинах. - К.: «КМ - Трейдинг», 1998. – Частина друга - с.360.*
4. *Салищев К. А. Картоведение. – М., 1982. – С.156-157.*
5. *Пархоменко Г.О. Моделі нових напрямків розвитку атласного картографування в Україні//Інститут географії НАН України. К. – 2007. – 9 с.*
6. *Атлас «Туристичне намисто України»/ Н.О. Крижов – К.: ДНВП «Картографія», 2011. – 136 с.*

ІІ. АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ СУСПІЛЬНОЇ ГЕОГРАФІЇ ТА КРАЇНОЗНАВСТВА

УДК 911.3

Олійник Я. Б., Мазур О.В., Таращук І.П.

ГЕОГРАФІЯ НАУКОВО-ТЕХНІЧНИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ

У статті розкрито сутність науково-технічних послуг. Виділено наукові центри з найвищими показниками розвитку наукового потенціалу – Північно-Західний, Північно-Східний, Донецький, Придніпровський, Західний, Південний. Визначено напрями підвищення рівня розвитку науково-технічної діяльності.

Ключові слова: науково-технічні послуги, науковий центр, науковий потенціал.

В статье раскрыто суть научно-технических услуг. Выделено научные центры з наивысшими показателями развития научного потенциала – Северно-Западный, Северно-Восточный, Донецкий, Приднепровский, Западный, Южный. Определено направления повышения уровня развития научно-технической деятельности.

Ключевые слова: научно –технические услуги, научный центр, научный потенциал.

In article revealed essence of scientific-technical services. Distinguished scientific centers with the highest number of scientific capacity – North- Western, North-Eastern, Donetskiy, Prydniprovskiy, Western. Defined directions of increasing the level of scientific-technical activities.

Key words: scientific-technical services, scientific center, scientific capacity.

Постановка проблеми. У період економічної кризи в Україні в першій половині 90-х років XX ст. найсерйозніші руйнування відбулися в науково-технічному потенціалі країни, що є головним джерелом сучасного економічного зростання. Обсяг науково-дослідних і дослідно-конструкторських розробок скоротився більше ніж у 10 разів, що спричинило різке зниження конкурентоспроможності національної економіки і втрату значної частини потенціалу економічного зростання.

Актуальність дослідження. Сучасний період розвитку України характеризує етап прискореного науково-технічного прогресу. Тому важливим є розкриття поняття науково-технічних послуг та поширення їх на території України.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання сутності науково-технічних послуг знайшло відображення в роботах зарубіжних та вітчизняних дослідників; окремі аспекти у дослідженні даного питання знаходимо у працях вчених-географів: Я.Б. Олійника, О.І. Шаблія, В.Ф. Паська, О.М. Трусій. Разом з тим багато теоретичних і прикладних питань територіальної організації науково-технічних послуг через їх багатогранність і складність залишаються маловивченими й невирішеними, тому потребують подальшого дослідження і науково-методичного обґрунтування.

Мета статті і постановка завдання. Метою статті є дослідження науково-технічних послуг в Україні в період прискореного розвитку НТП.

Досягнення зазначеної мети можливе через вирішення наступних завдань: визначення сутності і структури науково-технічних послуг в Україні; з'ясування основних регіонів і центрів переважаючого науково-технічного розвитку; визначення напрямів підвищення рівня розвитку науково-технічної діяльності.

Виклад основного матеріалу дослідження. Науково-технічні послуги визначаються як діяльність, що пов'язана з дослідженнями і розробками і сприяє створенню та застосуванню науково-технічних знань. До них належать: науково-технічна діяльність бібліотек, музеїв тощо; переклад, редагування тощо науково-технічної літератури; розвідування (геологічні, гідрологічні тощо); збір даних про соціально-економічні явища; розвідка корисних копалин; патентно-ліцензійна діяльність. Науково-технічні послуги не належать до наукових досліджень та розробок. Основна маса організацій, які виконують наукові та науково-технічні роботи в Україні зосереджена в економічно розвинутих регіонах – м. Київ (25,2 % усіх організацій на початок 2004 р.), Харківській (14,6%), Донецькій, Дніпропетровській, Львівській та Одеській областях (6,8% - 4,8%). Характерно, що майже в усіх регіонах кількість організацій дещо збільшилася порівняно з 1991 р., тоді як чисельність працюючих скоротилась майже вдвічі [2].

Рис. 1. Науковий комплекс України

Фахівці визначають суттєві регіональні відмінності у результативності науково-технічної діяльності в Україні. За розробленою типізацією до регіонів з вищим рівнем результатів науково-технічної діяльності була віднесена Закарпатська, Івано-Франківська, Тернопільська, Черкаська, Волинська, Львівська області та м. Київ. Закарпатська область переважає інші за кількістю вчених-іноземців, які приїздили до регіону в розрахунку

на організацію, яка здійснює НДДКР, та кількість виїздів наукових працівників за межі України з метою здійснення наукової роботи – ці показники вищі середніх по країні в 3,7 та 13,8 разів відповідно. Івано-Франківська область перевершує інші за кількістю заявок на видачу охоронних документів, поданих до Держпатенту України і патентних відомств інших країн, в розрахунку на 1000 фахівців та на 100 тис. постійного населення регіону – переважає середній показник по країні в 4,8 та 4,4 рази відповідно. Тернопільська область переважає інші кількістю патентів, отриманих у Держпатенті України і патентних відомствах інших країн, в розрахунку на 1000 фахівців і 100 тис. постійного населення регіону – ці показники вищі середніх по країні в 6,6 та 1,3 рази відповідно. Волинська область є лідером за кількістю проведених міжнародних конференцій та кількістю лекцій проведених фахівцями за межами України. Ці показники вищі середніх по країні в 1,8 та 6,2 рази відповідно.

Лідером за кількістю виконаних робіт в розрахунку на одну організацію, яка виконує НДДКР, та за кількістю виконаних розробок в розрахунку на 1000 фахівців, зайнятих виконанням НДДКР, в країні є Черкаська область – ці показники вищі середніх по країні в 4,6 та 8,6 рази відповідно. Львівська область переважає інші за кількістю грантів, отриманих від міжнародних фондів, у перерахунку на 1000 фахівців – цей показник вищий середнього по країні в 2,7 рази. У м. Києві з десяти показників, які найбільш повною мірою характеризують науково-технічний потенціал регіону, сім значно переважають середні по країні [3]. Поза сумнівом інноваційна модель розвитку є найбільш ефективною в сучасному світі. За інноваційного розвитку реальної економіки використання нових знань, реалізація конкретних переваг, які полягають в НТП, та людського капіталу країни, забезпечують зростання обсягу виробництва, підвищення якості продукту, зміцнення її конкурентоспроможності [1]. Найгірший стан у царині розробки та впровадження інновацій в Україні склався у Закарпатській та Житомирській областях. Практично за усіма показниками вони поступались середньому по країні рівню, особливо відстаючи у вартості нових видів продукції машинобудування, освоєної вперше в Україні – відповідні показники становили 0,18 середнього по країні показника у Житомирській та 0,03-у Закарпатській області. Для підвищення рівня розвитку науково-технічної діяльності в Україні необхідно удосконалити механізм розподілу та використання коштів державного бюджету, що спрямовуються на фінансування наукової і науково-технічної діяльності, підвищити рівень результативності такої діяльності та ефективність управління державним сектором науки, визначити механізм залучення позабюджетних коштів у наукову сферу [4]. Проблеми передбачається розв'язати шляхом:

- поетапного збільшення обсягу видатків загального фонду державного бюджету на проведення наукових досліджень і науково-

технічних розробок, що відбираються на конкурсній основі, у тому числі в рамках виконання державних наукових і науково-технічних програм, а також на виконання державного замовлення на створення новітніх технологій;

- залучення провідних іноземних експертів до проведення наукової і науково-технічної експертизи наукових проектів;
- спрощення процедури отримання від міжнародних організацій грантів на проведення наукових досліджень і науково-технічних розробок;
- стимулювання залучення приватних інвестицій у проведення наукових досліджень і науково-технічних розробок;
- удосконалення нормативно-правової бази щодо комерціалізації об'єктів інтелектуальної власності, створених за рахунок коштів державного бюджету;
- підвищення ролі Державного фонду фундаментальних досліджень та збільшення обсягу його фінансування для проведення фундаментальних наукових досліджень;
- визначення механізму надання грантів для проведення прикладних наукових досліджень і науково-технічних розробок, спрямованих на створення та впровадження новітніх технологій і високотехнологічної продукції;
- удосконалення порядку проведення фундаментальних та прикладних наукових досліджень і науково-технічних (експериментальних) розробок за рахунок коштів державного бюджету;
- посилення персональної відповідальності керівників наукових досліджень і науково-технічних розробок за їх проведення;
- приведення тематики наукових досліджень, що проводяться бюджетними науковими установами, у відповідність з пріоритетними напрямами розвитку науки і техніки;
- активізації співпраці наукових установ та вищих навчальних закладів;
- удосконалення порядку формування державного замовлення на проведення наукових досліджень, науково-дослідних або дослідно-конструкторських розробок;
- оптимізації мережі наукових установ з урахуванням результатів державної атестації;
- забезпечення функціонування державних лабораторій, що проводять наукові дослідження і науково-технічні розробки за пріоритетними напрямами розвитку науки і техніки;
- збільшення обсягу фінансування наукових проектів у рамках міжнародного науково-технічного співробітництва;
- визначення центральних органів виконавчої влади, що можуть надавати гранти на проведення наукових досліджень і науково-технічних розробок;

- забезпечення розвитку матеріально-технічної бази науково-дослідних установ, зокрема шляхом створення мережі центрів колективного користування науковими приладами;
- удосконалення механізму наукометричного оцінювання діяльності наукових працівників;
- удосконалення податкового законодавства у частині оподаткування операцій з проведення наукових досліджень і науково-технічних розробок за рахунок грантів міжнародних організацій, у тому числі операцій із ввезення на територію України безоплатно наданого наукового обладнання, а також у частині оподаткування податком на додану вартість робіт з проведення наукових досліджень і науково-технічних розробок, що виконуються за рахунок коштів державного бюджету;
- стимулювання розвитку недержавного сектору науки, зокрема діяльності спеціалізованих недержавних (корпоративних) фондів грантової підтримки наукових досліджень і науково-технічних розробок.

Висновки. Отже, можна зробити висновок, що поширення ноуково-технічних послуг в Україні носить нерівномірний характер. Найвищі показники науково-технічного потенціалу спостерігаються в м. Києві та Харківській області, оскільки ці регіони найкраще забезпечені висококваліфікованими науковими кадрами, мають сучасну науково-дослідну, експериментальну та матеріальну базу. На другому місці знаходяться Львівська, Одеська, Дніпропетровська області. Найнижчі показники науково-технічного потенціалу у Закарпатській, Волинській, Рівненській, Тернопільській, Хмельницькій, Чернівецькій, Житомирській, Чернігівській, Кіровоградській областях.

Використані джерела:

1. Данилишин Б.М., Чернюк Л.Г., Фащевський М.І. та ін. Просторова організація продуктивних сил України: мезо- та мікрорегіональний рівень. – Вінниця: Книга-Вега, 2007.

2. Дорогунцов С.І., Заяц Т.А., Пітюренко Ю.І. та ін. Розміщення продуктивних сил і регіональна економіка. – К.: КНЕУ, 2005;

3. Олійник Я.Б., Запотоцький С.П., Кононено О.Ю., Мельничук А.Л., Пасько В.Ф. Регіональна економіка: Навчальний посібник/ За ред. Я.Б. Олійника. – К.: КНТ, Видавець Фурса С.Я., 2007;

4. Шаблій О.І. Соціально-економічна географія України: Навч. посібник – Львів: Світ, 2000.

УДК:911.913.-330.332 (67/68).

Єрмаков В.В.

ПРОМИСЛОВО-ГЕОГРАФІЧНІ ПРОЦЕСИ У ПЕРІОД ФОРМУВАННЯ ІНДУСТРІАЛЬНОГО СУСПІЛЬСТВА

У статті розглядаються особливості розвитку промислово-географічних процесів у період формування індустріального суспільства, розкриваються галузеві і територіальні аспекти промислового перевороту,охарактеризовано елементи територіальної організації стадійних форм промислового виробництва.

Ключові слова: ремесло, мануфактура, фабрика, промислово-географічні процеси, промисловий переворот, суспільно-економічна формація.

В статье рассматриваются особенности развития промышленно-географических процессов в период формирования индустриального общества, раскрываются отраслевые и территориальные аспекты промышленного переворота, охарактеризованы элементы территориальной организации стадийных форм промышленного производства.

Ключевые слова: ремесло, мануфактура, фабрика, промышленно-географические процессы, промышленный переворот, общественно-экономическая формация.

The article discusses the features of industrial and geographical processes during the formation of the industrial society, reveals sectoral and territorial aspects of the industrial revolution, characterized by elements of the territorial organization of stage forms of industrial production.

Key words: handicraft, manufacture, factory, industrial and geographical processes, industrial revolution, socio-economic system.

Вступ та актуальність питання. Уявлення про просторові процеси, явища і закономірності, про їх розвиток є сутнісною складовою сучасної географічної науки. Дослідження закономірностей геопросторових процесів, загальних і конкретних питань організації геопростору набувають з часом все більшого значення, що зумовлено суспільними потребами. Сучасні ринкові трансформації галузевої і територіальної структур промислового виробництва підвищують актуальність поглибленого дослідження аналогічних процесів, відомих для періоду становлення основ капіталістичного виробництва. Вагома роль у вирішенні цих питань належить їх аналізу у ретроспективному плані.

Аналіз попередніх досліджень. Наукова література вміщує багато фактичного матеріалу щодо особливостей перебігу промислового розвитку та розміщення промисловості на вітчизняних теренах у період формування індустріального суспільства. Особливо це стосується історико-економічних досліджень [7;10;12;17;24;26;28;29], та робіт, де розглядається проблематика промислового перевороту [8;11;18;19;25;31]. В ряді робіт намічені аспекти питання про формування територіальних структур промислового виробництва у даний період [4;6;11;13-15;17;28;29], проте воно, на нашу думку, заслуговує більш поглибленого вивчення із суспільно-географічної точки зору, оскільки дозволить з’ясувати історичні корені сучасних територіальних форм промислового виробництва, намітити можливі тенденції їх подальшої динаміки.

Метою даної статті є аналіз особливостей розвитку виробничо-географічних (насамперед промислово-географічних) процесів у період формування індустріального суспільства.

Виклад основного матеріалу. Спираючись на сучасну систематизацію суспільно-географічних процесів [1;20], ми зосередили свою увагу на хроноструктурних (що характеризують зміни стадій розвитку суспільно-географічних утворень у часі) та пов’язаних з ними компонентно-структурних і територіально-структурних процесах, а також на процесах за суспільно-географічним змістом, що відповідає певному

типу зв'язків – виробничі (аграрні, промислові, технологічні), соціальні (демогегографічні), виробничо-природні (природокористування). У свою чергу, компонентно-структурні процеси охоплюють такі часткові процеси, як диверсифікація, інтеграція та поляризація, і характеризують зміни у галузевій структурі досліджуваних об'єктів чи явищ, а територіально-структурні – територіальне диференціювання, концентрування та агломерування.

Теоретико-економічним фундаментом аналізу виробничо-географічних процесів є положення про необхідне існування будь-якого виробництва у певній соціально-економічній формі, фундамент якої складають відносини власності на засоби виробництва. Відносини власності характеризують суспільний спосіб з'єднання працівника із засобами виробництва; відповідні йому відносини між людьми з приводу привласнення засобів і результатів виробництва, а також умови розпорядження і використання факторів виробництва (капіталу, праці, землі, підприємницьких здібностей) [22, с.507]. Кожний спосіб виробництва (із власним технічним базисом) визначає певні специфічні потреби та можливості суспільства економічно ефективно використовувати ті чи інші матеріали та сили природи на задоволення цих потреб (а значить, і, відповідно, розширювати ці виробництва). Кожній суспільній формації відповідають свої особливості територіальної структури і територіальної організації господарської діяльності як територіальної модифікації основних економічних законів даної формації [23, с.48]. Це визначає специфіку взаємодії природи та суспільства на даному історичному етапі в даному географічному регіоні, склад та умови протікання суспільно-географічних процесів, формування структури суспільно-географічних систем. Форми і особливості взаємодії елементів суспільно-географічних систем формують «зовнішній вигляд» цих систем, а він, у свою чергу, визначає своєрідність територіальної структури і територіальної організації господарства у різних регіонах.

Методологічний принцип територіальності у географічних дослідженнях знайшов своє відбиття у різних підходах щодо оцінки значення території для розвитку суспільства та його продуктивних сил. У зв'язку з цим постає питання визначення географічної специфіки даних процесів. Як відзначав М.М.Баранський, «критерієм географічності до явищ людського життя є не тільки просторова зв'язаність цих явищ з явищами природи, але й між собою, тобто, наявність просторового поєднання всередині кола економічних явищ, а також соціальних явищ в цілому»[2, с.4]. Тому, оцінюючи значення теоретико-економічного аспекту суспільно-географічних досліджень, слід погодитися з думкою А. Геттнера, що «…господарські явища не можуть бути зведені безпосередньо до природних умов, але повинні бути спочатку зрозумілі у їхньому внутрішньому взаємному зв'язку, для чого якраз і потрібна політична економія»[5, с.243]. Розглянемо особливості розвитку промислово-географічних процесів у період формування індустріального суспільства.

Процес зародження та розвитку промислового виробництва пройшов кілька історичних етапів, які співпадали з основними етапами розвитку суспільства. В цілому кожному з цих етапів були притаманні певні особливості розміщення і територіальної організації промисловості відповідно до закономірностей функціонування соціально-економічних систем. Період, обраний нами для дослідження, був часом формування основ індустріального суспільства головною ознакою якого є інтенсивне зростання великого промислового виробництва на базі машинної техніки і масового споживання [9, с.653-654]. Тобто, головним критерієм виділення даного історичного типу суспільства, виступає розвиток техніко-технологічних та організаційно-економічних відносин, які зазнають періодичних структурних оновлень. Загальнотехнічні революції виступають серцевиною революцій у продуктивних силах, сприяючи піднесенню їх на якісно новий рівень свого розвитку. Одночасно ці процеси стимулюють якісні зміни у розвитку самої людини та ефективності її праці як головного елемента продуктивних сил [11; 23].

Для повнішого наукового дослідження специфіки суспільно-географічних процесів у промисловому виробництві необхідно використати концепцію промислового перевороту (технічної революції) у її класичному варіанті, яка враховує такий важливий чинник як відносини економічної власності на засоби виробництва [15;18;19;25;26 та ін.]. Промисловий переворот (або технічна революція) виступав головним суспільним процесом, який визначив технічні, соціально-економічні та територіальні зрушення у структурі продуктивних сил у період формування індустріальної економіки. Окрім традиційно розкритої технічної та соціальної сторін промислового перевороту, на нашу думку, є підстави говорити і про територіальний, або географічний його бік. Він полягав у трансформації галузево-функціональної та територіальної структури промислового виробництва. Зокрема, у галузевій структурі промислового виробництва під впливом технічної революції відбувалися якісні структурні зміни: а) збільшення темпів зростання виробництва засобів виробництва порівняно із виробництвом предметів споживання, що було характерним для мануфактурного періоду. Це є наслідком зростання ємкості внутрішнього ринку на засоби виробництва порівняно із ринком на предмети споживання (який певний час стримувався низькою купівельною спроможністю основної маси населення на початкових етапах розвитку капіталізму); б) черговість охоплення промисловим переворотом окремих груп виробництв і формування територіальних структур виробництва (спочатку була трансформована легка промисловість, насамперед, текстильна, а на завершальних стадіях промислової революції відбувалося зростання галузей важкої індустрії). Такий порядок галузевого перебігу промислового перевороту був характерним для останніх етапів феодалізму та ранніх етапів становлення капіталізму залежно від регіональних моделей його ґенези [12, с.305; 25, с.67].

На практиці становлення нових суспільних відносин проявилося у послідовному виникненні таких форм промислового виробництва, як ремесло і проста кооперація, мануфактура та фабрика. Це три стадії ґенези капіталізму у промисловості, які притаманні (з певними модифікаціями) й іншим галузям господарства – аграрному виробництву і транспорту [18]. Окрім того, кожна з цих стадій характеризувалася підвищенням продуктивності праці й означала особливу сходинку економічного прогресу, адже кожній з них були притаманні економічні, технічні особливості, які впливали і на їхні територіальні риси (особливості локалізації у просторі). Тому, для подальшого викладу важливим етапом є відповідь на низку таких питань, як характер територіального поділу праці при дрібних кустарних промислах, при мануфактурі, при фабрично-заводській машинній індустрії; характер утворених районів; характер економічних зв'язків: широкі або вузькі торгові і виробничі зносини (за сировиною, паливом, готовою продукцією) в розрізі окремих галузей і виробництв. Аналіз територієформуючого впливу трьох стадій розвитку капіталізму у промисловості дозволить значно конкретизувати особливості суспільно-географічних процесів у цій галузі на території Полтавської губернії у другій половині XIX ст. Такий аналіз необхідний при визначенніособливостейтериторіальноїорганізаціїпромисловостівідносно невеликих територій масштабу губерній та історико-географічних країв.

Тривалий час ремісниче виробництво як зародок промисловості знаходилося у рамках сільського господарства, складаючи його підсобну ланку (аграрний тип суспільства) та забезпечуючи повсякденні потреби сільського населення в однорідній продукції. Тому розміщення ремесла характеризувалося суцільністю із слабким розвитком територіальної спеціалізації. Лише на початку періоду ґенези індустріального суспільства у ремеслі почали відбуватися кардинальні зміни, які врешті призвели до появи окремої сфери матеріального виробництва – промисловості, що поступово технічно і економічно підпорядкувала собі сільське господарство. Під поняттям кустарних промислів розуміється сукупність переважно селянських промислів (що було зумовлено становим характером суспільства) [15, с.388]. Треба зазначити, що від другої половини XIX ст. активно дискутувалося питання щодо розуміння селянських кустарних промислів як самостійної форми промислового виробництва, або перехідної стадії до мануфактури та фабрично-заводської промисловості [4;6;13;15 та ін.]. Мануфактура – це підприємство, засноване на поділі праці та ремісничій техніці, виступає як стадія розвитку капіталістичної промисловості, яка змінила просту капіталістичну кооперацію (від середини XVIст.) та була витіснена великим машинним виробництвом (остання третина XVIII ст.), яке означало появу нового типу промислового підприємства – заводу (фабрики) з машинною технікою та крупними масштабами виробництва [21, с.253-254].

Основні напрямки суспільно-географічних процесів у промисловому виробництві у пореформений період зумовлювалися техніко-виробничими та організаційно-економічними особливостями трьох стадійних фаз

розвитку капіталістичних відносин у цій галузі виробничої сфери. Для кустарних промислів – це: а) процеси їх «капіталізації», тобто підпорядкування законам ринку та входження до системи складніших форм промислового виробництва (складова частина мануфактури або фабрики); б) процеси концентрації виробництва (відносно кількості зайнятих та суми виробництва) на невеликій кількості найбільших підприємств та закладів; в) механічне перенесення промислів на нові території під впливом конкуренції, розширення раніше існуючих промислів серед місцевого населення та поглинання їх більш високими формами промислового капіталізму.

Характер економічної організації низки кустарних промислів реально був проміжною технологічною ланкою великих капіталістичних операцій з обробкибудь-якого виду продукту і становив певну сходину у розвитку промисловості [14, с.398-399; 15, с.395]. Звертає на себе увагу територіальний аспект процесів нерівномірного розвитку окремих видів кустарного виробництва. У літературі наводиться багато прикладів того, як у межах одного району одночасно в одному і тому ж промислі можуть поєднуватися протилежні процеси поширення кустарних промислів та поглинання їх вищими формами промислового капіталізму – мануфактурою і фабрикою [15, с.287; 24, с.100-166]. Подібне явище можна пояснити фазами розвитку капіталістичних відносин та їх просторовим поширенням. У менш розвинених галузях виробництва та районах процес його розвитку лише розпочинається, проявляючись у виникненні нових видів кустарних промислів, у розвиненішій області чи у розвиненішій галузі промисловості відбуваються процеси стягнення дрібних кустарів до фабрики. Через це, у пореформений період можна спостерігати своєрідний територіально розпорошений комплекс виробництв певних галузей промисловості, які складали різні стадіальні форми капіталістичної промисловості.

Подальшого розвитку суспільно-географічні процеси у промисловому виробництві набули починаючи з його мануфактурної стадії. Насамперед, це: а) територіальне переміщення або зникнення окремих галузевих районів і центрів мануфактурного виробництва, що залежало від соціально-економічного типу мануфактури та характеру організації виробництва на ньому; б) поширення переважно початкових, розпорошених форм мануфактурного виробництва внаслідок часткового характеру селянської реформи і перешкод у вільній міграції робочої сили; в) формування промислових осередків з ознаками внутрішньої цілісності та суцільних районів зі спеціалізацією всередині ареалу і широкими виробничими зв’язками.

Аналіз літератури дозволяє визначити ті особливі умови, за яких відбувалася ґенеза мануфактури [7; 8; 25]. Умови проведення селянської реформи визначили загальну складність промислово-географічних процесів та співіснування різних економічних типів мануфактурних підприємств (казенної, посесійної, вотчинної та приватнокапіталістичної), котрі істотно відрізнялися за характером організації виробництва і

виробничих відносин. Перші три типи мануфактур при їх юридично-правових відмінностях ґрунтувалися на кріпосних способах організації і використання праці. Лише тип приватнокапіталістичної мануфактури був структурою з використанням вільнонайманої праці. В умовах технічного прогресу та розвитку нових капіталістичних відносин історичні перспективи подальшого розвитку для капіталістичних мануфактур та мануфактур із примусовою працею мали принципово відмінний характер. Через це, слід погодитися з думкою тих дослідників, які обґрунтовували положення про те, що тільки капіталістично організовані мануфактури могли виступити основою технічного перевороту та великої машинної індустрії, оскільки після скасування кріпосних відносин база для існування вотчинних мануфактур зникла [7, с.43, 74-96; 8, с.49-64; 25, с.15-23].

Для фабричної форми промислового виробництва характерними були наступні процеси: а) розподіл виробничих потужностей по окремих промислових центрах та районах, посилення виробничої і територіальної концентрації; б) зростання нерівномірності розміщення виробництва через боротьбу за сприятливіші регіональні умови обігу капіталів; в) формування великих за площею суцільних галузевих та інтегральних промислових районів; г) формування основних елементів територіальної структури і територіальної організації промислового виробництва сучасного типу.

В основі послідовного переходу різних стадій промислового виробництва одна в іншу знаходився розвиток суспільного поділу праці та пов’язаного з ним територіального поділів праці. Це призводило до все більшого відокремлення промислового виробництва від аграрної основи, сприяючи виникненню нових галузей та поглибленню територіальної спеціалізації. Відповідні процеси галузевої диференціації були властиві як промисловості, так і сільському господарству, що у територіальному плані мало своїм результатом формування спеціалізованих галузевих та інтегральних районів.

Процеси усуспільнення виробництва і праці, характерні для періоду індустріального суспільства (зростання товарного виробництва, концентрація виробництва у промисловості і сільському господарстві, створення мобільності населення і трудових ресурсів, зростання кількості та питомої ваги індустріальних центрів різного рангу), мали безпосередній стосунок до перебігу суспільно-географічних процесів, територіального розміщення виробництва та розвитку міжнародного поділу праці, що зумовило прогресуючу тенденцію відриву центрів виробництва від джерел сировинних ресурсів та ринків збуту продукції [27, с.16-18, 28, 42-43].

В умовах ринкової економіки простір почав впливати на раціональний вибір розміщення підприємств як один із важливих чинників поряд із сировинним, паливно-енергетичним, транспортним та збутовим, що знайшло відповідне теоретичне обґрунтування [3;16]. Це знайшло свій конкретний прояв в економічному значенні розміщення виробничих об’єктів по відношенню до джерел сировини, енергії, трудовим ресурсам та ринкам збуту готової продукції.

Ремісниче виробництво, що було складовою частиною аграрної економіки і виконувало функції обслуговування виробничо-побутових потреб сільського населення, відображало таку відмінну рису феодального ладу, як натуральний характер господарства. Територіальна організація наступної стадії розвитку промисловості – мануфактури, відзначалася більшою складністю, появою нових елементів та посиленням нерівномірності розміщення виробництва по території, його концентрацію у межах більш-менш чітко окреслених районів та населених пунктів. Але на цій стадії розвитку промисловості ще спостерігалася певна територіальна замкненість виробництва, яка була остаточно подолана лише великою машинною індустрією. Такій замкненості додатково сприяли великі відстані і незручності шляхів сполучення, наявність місцевих природних ресурсів [30а, с.440].

Остання стадійна форма промислового виробництва – фабрика, була результатом завершальної фази становлення капіталізму та суспільства індустріального типу. Вона з'явилася внаслідок промислового перевороту і характеризувалася складанням загальнонаціональних зв'язків, а також завершенням формування основних елементів територіальної структури промисловості сучасного типу. Велике машинне виробництво характеризувалося нерівномірним розміщенням по території країни, концентруванням у межах невеликої кількості районів та великих міст. Це, головним чином, старі індустріальні райони, що сформувалися ще у феодальну епоху, де і після початку інтенсивного капіталістичного розвитку продовжувала швидко зростати текстильна, машинобудівна та інші галузі обробної промисловості. Ці старі райони з наявними в них виробничими фондами, кваліфікованими кадрами та розвиненим споживанням мали найбільшу приватнопідприємницьку привабливість через найвищі темпи обігу капіталу (чого вимагає конкуренція для постійного зростання капіталу). Саме швидкість руху капіталу виступала вирішальним чинником величини капіталістичного прибутку на початкових фазах розвитку капіталізму, коли індивідуальні капітали були ще незначні [17, с.143-144]. Тобто, на стадії великої машинної індустрії істотно зростає роль історичних нагромаджень та історичної наступності як самостійного чинника суспільно-географічних процесів. Отже, з огляду на вищеозначене можна вести розмову про існування декількох індустріальних фаз (або фаз індустріалізації) у розвитку промисловості. Причому, різні галузі промисловості проходили різні фази за неоднакові часові і просторові межі (наприклад, низка кустарних промислів завершили перехід на індустріальну основу лише за радянський час, об'єднавшись у складі місцевої промисловості). Кожна індустріальна фаза мала свої характерні технологічні та організаційно-економічні особливості, а тому об'єктивно виробляла і свої специфічні форми територіальної організації, тобто мала свої форми та можливості районоутворення (мали різну районоутворюючу роль). Часове і територіальне співіснування різних індустріальних фаз (через наявність різноманіття соціально-економічних укладів в економіці

пореформеного періоду) зумовило також і співіснування елементів територіальної організації промислового виробництва відповідних фаз, її своєрідний синтезований характер. Це дає змогу виробити підходи до визначення особливостей територіальної структури промислового виробництва за пореформений період та виділити елементи цієї структури. На основі аналізу джерел та наукових праць ми виділили в узагальненому вигляді основні елементи територіальної організації, які створюються зазначеними формами промисловості та їхні ознаки (табл. 1).

Таблиця 1.

Елементи територіальної організації стадійних форм промислового виробництва

Стадійні форми промислового виробництва	Ознаки територіальних структур
1	2
Ремесло	а) незначний ступінь суспільного поділу праці; б) нерозвиненість технологічної спеціалізації; в) вузькість територіальних зв'язків по сировині та збуту готової продукції; г) місцевий характер виробництва; д) поширення головних видів ремесла по всій території залюднення.
Мануфактура	а) наявність переважно неземлеробського центру торгово – промислового характеру(містечко, село) з відповідною зоною економічного тяжіння; б) формування промислових округ з ознаками внутрішньої цілісності та замкненості через особливості мануфактурного виробництва; в) формування суцільних районів зі спеціалізацією всередині їх ареалу (потоварний поділ праці) з широкими торговельними зв'язками; г) різнобічний розвиток внутрішньовиробничого поділу праці з переважанням ручної праці та послабленням зв'язків робітників із сільським господарством.
Фабрика	а) формування великих за площею суцільних промислових районів; б) зародження основних елементів територіальної структури промислового виробництва сучасного типу (промислових пунктів, центрів, вузлів); в) технічне переоснащення виробничих процесів та різке збільшення обсягів, інтенсивності і дальності економічних зв'язків; г) активізація та поглиблення процесів виробничої і територіальної концентрації промисловості.

Висновки. Таким чином, аналізуючи особливості промислово-географічних процесів у період ґенези індустріального суспільства, можна зробити наступні висновки: а) на початкових етапах існування відтворюючого господарства (аграрна цивілізація), розміщення ремісничого виробництва підпорядковувалося інтересам і потребам сільського господарства і територіально тяжіло до місць зосередження населення. Певний виняток становили лише галузі ремесла, пов'язані із видобутком важливих або унікальних корисних копалин, тому у своєму розміщенні вони орієнтувалися на їхні родовища; б) у період формування

індустріального суспільства та з розвитком послідовних стадій переходу від ремесла до мануфактури і фабрики, почали формуватися окремі райони концентрації кустарних промислів, значення яких було підсилено мануфактурою, а з появою великого фабричного виробництва вони трансформувалися у класичну систему промислових галузевих та інтегральних районів; в) у розвитку пореформеної промисловості прослідковується декілька індустріальних фаз (або фаз індустріалізації). При цьому, різні галузі промисловості проходили різні фази у неоднакових часових і просторових межах; г) кожна індустріальна фаза мала свої характерні технологічні та організаційно - економічні особливості, а тому об'єктивно виробляла і свої специфічні форми територіальної організації, тобто мала свої форми та можливості районоутворення. Часове і територіальне співіснування різних індустріальних фаз зумовило також і співіснування елементів територіальної організації промислового виробництва відповідних фаз, її своєрідний синтезований характер.

Використані джерела:

1. *Алаев Э.Б. Социально-экономическая география. Понятийно-терминологический словарь . / Алаев Э.Б. – М.:Мысль,1983. – 350 с.;*
2. *Баранский Н.Н. Экономическая география. Экономическая картография. / Баранский Н.Н. – М.: Географгиз, 1956. – 366 с.;*
3. *Бунге В. Теоретическая география: Бунге В.; [пер. с англ. В.Я. Барласа и др.] – М.: Прогресс, 1967. – 279 с.;*
4. *Воронцов В.В. Прогрессивные течения в крестьянском хозяйстве. / Воронцов В.В. – СПб., 1892. VI, 261 с.;*
5. *Геттнер А. География, её сущность и методы: Геттнер А.; [пер. с нем. Н.Н. Баранского]. – М.: 1930. – 400 с.;*
6. *Даниельсон Н.Ф. Очерки нашего пореформенного общественного хозяйства. / Даниельсон Н.Ф. – СПб., 1893. XVI, 353 с.;*
7. *Деревянкін Т.І. Мануфактура на Україні в кінці XVIII – першій половині XIX ст. / Деревянкін Т.І. – К.: Вид-во АН УРСР, 1960. – 127 с.;*
8. *Деревянкін Т.І. Промисловий переворот на Україні: питання теорії та історії. / Деревянкін Т.І. – К.: Наукова думка, 1975. – 279 с.;*
9. *Економічна енциклопедія: У трьох томах. Т.1. / Редкол.: С.В. Мочерний (відп. ред.) та ін. – К.: Видавничий центр «Академія», 2000. – 864 с.;*
10. *Єрмаков В.В. Закономірності динаміки промислової підсистеми господарства Полтавського регіону після селянської реформи 1861 року // Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету. Серія: Географія. – Тернопіль, 2005. – №2. – С. 82–84;*
11. *Захарченко В.І. Другий цикл індустріального розвитку (1846-1900) і формування промислових територіальних систем. / Захарченко В.І. // Вісник Львівського ун-ту. Серія «Міжнародні відносини». – 2001. Вип.3. – С. 150-157;*
12. *Історія народного господарства Української РСР: У 3 т. – К., 1983-1985: Т.1. – К., 1985. – 436 с.;*
13. *Корсак А. О формах промышленности вообще и о значении домашнего производства (кустарной и домашней промышленности) в Западной Европе и России. / Корсак А. – М.: 1861. – 311 с.;*
14. *Ленин В.И. Полное собрание сочинений в 55-ти т. / Ленин В.И. – М.: Политиздат: Т.2. Кустарная перепись 1894/1895 года и общие вопросы «кустарной промышленности». – С. 317-424;*
15. *Ленин В.И. Полное собрание сочинений в 55-ти т. / Ленин В.И. – М.: Политиздат: Т.3. Развитие капитализма в России. Процесс образования внутреннего рынка для крупной промышленности. – С.3-606;*
6. *Леш А. Географическое размещение хозяйства. / Леш А.; [пер. с англ. Л.А. Азенштадта и др.]. – М.: Изд-во ин. лит-ры, 1959. – 455 с.;*

17. Лившиц Р.С. Размещение промышленности в дореволюционной России. / Лившиц Р.С. – М.: Изд.-во АН СССР,1955. – 295 с.;
18. Маркс К. Собр. соч. в 30-ти т. / Маркс К., Энгельс Ф. – М.: Политиздат: Т.25. Ч.1-2. Капитал. Т.1.
19. Мельник Л.Г. Технічний переворот на Україні у XIX столітті. / Мельник Л.Г. – Київ, Вид-во Київського ун-ту, 1972. – 240 с.;
20. Пістун М.Д.Основи теорії суспільної географії: Навч. Посібник. / Пістун М.Д. – К.: Вища шк.,1996. – 231 с.;
21. Покишишевский В.В. Население и география. Теоретические очерки. / Покишишевский В.В. – М.: Мысль, 1978. – 315 с.;
22. Политическая экономия: Словарь. / Под ред. О.И. Ожерельева и др. – М.: Политиздат, 1990. – 607 с.;
23. Розміщення продуктивних сил і регіональна економіка: Підручник. / За ред. В.В.Ковалевського, О.Л.Михайлюк, В.Ф.Семенова. - 7-ме вид., стер. - К.:Знання, 2005. – 350 с.;
24. Рындзюнский П.Г. Крестьянская промышленность в пореформенной России (60-80-е годы XIX в.). / Рындзюнский П.Г. – М.: Наука, 1966. – 261 с.;
25. Соловьева А.М. Промышленная революция в России в XIX в. / Соловьева А.М. – М.: Наука, 1990. – 272 с.;
26. Струмилин С.Г. Очерки экономической истории России и СССР. / Струмилин С.Г. – М.: Наука, 1966. – 514 с.;
27. Топчієв О.Г. Основи суспільної географії: Навчальний посібник. / Топчієв О.Г. – Одесса: Астропринт, 2001. – 560 с.;
28. Туган-Барановский М.И. Русская фабрика в прошлом, настоящем и будущем. Историко-экономическое исследование. – СПб.: Пантелеев, XI, 1898. Т.1. Историческое развитие русской фабрики в XIX веке. СПб.: Пантелеев, XI, 1898. – 487 с.;
29. Фейгин Я.Г. Размещение производства при капитализме и социализме. / Фейгин Я.Г. – 2-е изд. перераб. и доп. М.: Госполитиздат, 1958. – 687 с.;
30. Харизоменов С.А. Значение кустарной промышленности. / Харизоменов С.А. // Юридический вестник – 1883. – а)№ 11. – С. 414-441; б)№ 12. – С. 543-597;
31. Яковец Ю.В. Ускорение научно-технического прогресса: теория и экономический механизм. / Яковец Ю.В. – М.: Экономика, 1988. – 335 с.;

УДК 911.3:314(447)

Заставецька Л.Б.

ПРИНЦИПИ І МЕХАНІЗМИ ФОРМУВАННЯ НОВИХ ТЕРИТОРІАЛЬНИХ ГРОМАД І ФУНКЦІОНУВАННЯ ПЕРВИННИХ СИСТЕМ РОЗСЕЛЕННЯ

У статті проаналізовано особливості функціонування первинних систем розселення у сучасний період, а також вказано на необхідність формування в Україні нових територіальних громад як базових об'єктів управління. При цьому повинні бути враховані такі принципи: розселенський, територіальний, демографічний, соціально-економічний та самоврядний. Ці принципи також покладені в основу просторової організації локальних систем розселення, що формуватимуться у процесі проведення адміністративно-територіальної реформи.

Застосування кластерного підходу до нової територіальної організації виробництва і розселення стане важливою умовою оптимізації територіальної організації суспільства, підвищення ефективності його управління.

Запропоновано схему перспективної територіальної організації системи розселення Тернопільської області.

Ключові слова: територіальна громада, адміністративно-територіальний устрій, система розселення, населений пункт, місто, село, розселення.

Принципы и механизмы формирования новых территориальных общин и функционирования первичных систем расселения

В статье проанализированы особенности функционирования первичных систем расселения в современный период, а также указано на необходимость формирования в Украине новых территориальных общин как базовых объектов управления. При этом должны быть учтены следующие принципы: расселенческий, территориальный, демографический, социально-экономический и самоуправляемый. Эти принципы также положены в основу пространственной организации локальных систем расселения, формироваться в процессе проведения административно-территориальной реформы. Применение кластерного подхода к новой территориальной организации производства и расселения станет важным условием оптимизации территориальной организации общества, повышения эффективности его управления. Предложена схема перспективной территориальной организации системы расселения Тернопольской области.

Ключевые слова: территориальная община, административно-территориальное устройство, система расселения, населенный пункт, город, деревня, расселение.

The paper analyzes the features of the functioning of the primary settlement systems in the modern period, and indicated the need for the formation of the new Ukraine local communities as basic facilities management. This should be taken into account the following principles: placing the population, territorial, demographic, socio-economic and self-governing. These principles are the basis for the spatial organization of local settlement systems, which will be formed in the administrative-territorial reform.

The use of cluster-based approach to the new territorial organization of production and resettlement will be essential for optimizing the territorial organization of society, improving the efficiency of its management.

The scheme promising territorial organization of settlement Ternopil region.

Keywords: local community, administrative divisions, settlement system, settlement, town, village, settlement.

Актуальність теми. Як показали дослідження систем розселення різних таксономічних рівнів, найбільші зміни на сучасному етапі відбуваються на низовому рівні: саме для локальних, а передусім первинних, систем розселення характерними є переорієнтація розселенських зв'язків, зміна функцій центрів систем, децентралізація функцій, зміна меж систем. Тому важливим поштовхом для організації нових систем з оптимальною територіальною організацією може бути формування територіальних громад – нових одиниць адміністративно-територіального устрою низового рівня. Як відзначається у Законі України «Про місцеве самоврядування в Україні» (1997), територіальною громадою є «жителі, об'єднані постійним проживанням у межах села, селища чи міста, що є самостійними адміністративно-територіальними одиницями, або добровільне об'єднання жителів кількох сіл, що мають єдиний адміністративний центр»[3].

На тому, що ця громада є адміністративно-територіальною одиницею акцентує свою увагу проект Закону України «Про територіальний устрій України» (2005), в якому громаді надається право мати власні органи місцевого самоврядування, місцевий бюджет та комунальну власність.

Отже, територіальна громада в такому розумінні є базовою одиницею майбутнього адміністративно-територіального устрою країни. Водночас вона стане системою розселення, тобто на основі територіальної громади замикатимуться головні виробничі і соціальні зв'язки, буде здійснюватися життєзабезпечення жителів поселень, формуватиметься рівень і якість життя людей. Саме тому формування територіальних громад має відбуватися згідно з науковими положеннями і принципами.

Стан вивчення проблеми. У сучасних умовах актуальним стає питання обгрунтування меж нових одиниць адміністративно-територіального поділу, зокрема громад і районів. Значну роботу у цьому напрямку виконали М.С.Дністрянський (1998, 2000), А.І.Доценко (2003), З.Тітенко (2008), Л.Заставецька (2008), Г.Заваріка (2010) та ін.

Формування таких громад, на думку вчених, має бути спрямоване на надання громадянам максимальної кількості якісних послуг. Саме в межах громади здійснюватиметься дошкільне виховання та освіта дітей, первинне медичне обслуговування, культура і дозвілля мешканців, побутове забезпечення (водо-, енерго-, теплопостачання, каналізація), використання землі і охорона довкілля, транспорт та зв′язок тощо.

Мета дослідження. Визначити основні принципи і механізми формування нових територіальних громад в Україні, обґрунтувати необхідність реформування її адміністративно-територіального устрою.

Виклад матеріалу. Майбутня реформа адміністративно-територіального устрою має здійснюватися “знизу вгору”, тобто перетворення торкнуться спочатку низового рівня територіального устрою, а потім зміни поступово відбуватимуться на вищому рівні. Територіальні громади будуть формуватися в аграрних регіонах переважно із декількох первинних систем розселення, що складаються переважно із сільських поселень. Вони, згідно з проектом Закону України “Про територіальний устрій України”, будуть «адміністративно-територіальною одиницею, до якої входять жителі одного або декількох поселень, яка має визначені в установленому Законом порядку межі її території і є територіальною основою для створення і діяльності органів місцевого самоврядування громади та надання населенню громади визначеного рівня, адміністративних, соціальних та культурних послуг» [6, с.9].

Локальний рівень управління має забезпечити конкретну реалізацію рішень на рівні територіальних громад, в сучасних умовах він пов'язаний зі змінами у складі і межах цих громад внаслідок реформування системи адміністративно-територіального устрою України. Органом управління у таких громадах стануть самоврядні ради (агенції регіонального розвитку). У аграрних регіонах територіальні громади об'єднуватимуть декілька сільрад, що скадаються переважно з сільських поселень. Такі громади згідно з Проектом Закону України «Про територіальний устрій України» будуть «територіальною основою для створення і діяльності органів місцевого самоврядування громади та надання населенню громади

визначеного рівня адміністративних, соціальних та культурних послуг» [6, с.9].

Одним із атрибутів громади науковці виділяють спільний інтерес (Б.Хорєв, 1981; В.Наврузов, 2000; О.Кучабський, 2010 та ін.). Під поняттям «територіальний інтерес» розуміють «залежність між необхідністю та важливістю задоволення потреб територіальної громади через її безпосередню або опосередковану діяльність, спрямовану на забезпечення умов існування та розвитку цієї громади і конкретного регіону» [1, с.34]. для того, щоб цей інтерес був реалізований, необхідне певне ресурсне забезпечення (природні, фінансові, економічні ресурси). Соціально-економічний потенціал громади є «однією з передумов її часткової управлінської автономії» [10, s.28]. Такий інтерес є частиною загальносуспільного інтересу, але враховує місцеві властивості, т.з. територіальну свідомість, спільність відношення до території, єдність традицій та культури тощо. На основі територіальної громади створюються органи місцевого самоврядування, які спільно з державою і іншими об’єктами суспільства встановлюють необхідний баланс її інтересів.

Втілення принципу реалізації місцевого самоврядування означає право територіальних громад управляти територією на користь власного населення.

Важливою проблемою є обґрунтування територіальної організації територіальних громад. При цьому необхідно виходити з таких принципів [6, с.12]:

1. розселенського, тобто територія громад має базуватись на вже сформованих системах розселення, функції при цьому мають розширюватися, при встановленні меж громад необхідно враховувати міжпоселенські зв′язки;
2. територіального, тобто громади мають охоплювати компактну територію, всі пункти, на якій мають високий рівень транспортної доступності;
3. демографічного, тобто враховувати тенденції відтворення населення, зміну його вікової структури, міграційні потоки;
4. соціально-економічного, тобто громада має здійснювати економічну діяльність з ефективним використанням місцевих ресурсів, вона має забезпечувати повсякденні потреби людей;
5. самоврядного, тобто представляти інтереси громади, забезпечувати їхнє право на самоврядування.

Ці принципи також покладені в основу просторової організації локальних систем розселення, що формуватимуться у процесі проведення адміністративно-територіальної реформи.

При цьому населені пункти у такій громаді будуть розвиватися у тісному взаємозв'язку один з одним. На відміну від сучасних сільрад, що відзначаються низьким економічним потенціалом, недостатньо розвиненою виробничою та соціальною інфраструктурою. Маючи у своєму

складі по 5-10 населених пунктів, значну територію (понад 90 км^2) та кількість населення (5-7 тис. осіб), такі громади забезпечуватимуть комплексний розвиток території. На їх основі буде здійснено оптимізацію територіальної організації розселення населення регіону, формуватимуться нові системи т.з. мережевої організації, з широким розвитком горизонтальних зв'язків.

Населені пункти, що входитимуть у громаду, розвиватимуться згідно з їх місцем і роллю у цій громаді. Звичайно, найбільший соціально-економічний розвиток має бути передбачений для центрів громад, якими визначені великі села і селища міського типу. У них мають бути зосереджені важливі виробничі і соціальні об'єкти, що забезпечуватимуть населення роботою і різноманітними послугами. Такий пункт повинен мати добре транспортне сполучення із всіма селами громади, із районним центром. Це будуть своєрідні «полюси зростання», які стануть своєрідними центрами нових систем розселення і сфери територіального управління.

Інші поселення громади повинні також отримати соціально-економічний імпульс, позаяк вони не повинні стати «периферійними» у прямому значенні. У випадку нерозвитку в них неаграрних видів діяльності, невисокої транспортної доступності такі села можуть стати знелюдненими і поступово зліквідованими. Тому населені пункти у кожній громаді мають розвиватися відповідно до встановлених для них функцій, згідно з їх соціально-економічним потенціалом.

На цьому наголошують сучасні географи і економісти (А.Доценко, А.Новікова, Л.Шепотько, І.Прокопа, О.Максимюк, Я.Олійник, М.Пістун, А.Степаненко, Д.Стеченко та ін.), що займаються питаннями розселення людей. Вони застерігають управлінців щодо підтримки розвитку тільки т.з. перспективних сіл – центрів громад, неувага до інших сіл може стати причиною їх подальшого занепаду і поступового зникнення. Щоб цього не сталося, необхідне «обгрунтування структурних і трансформаційних процесів у господарстві, перспективних форм його функціонування» [5, с.25].

Внаслідок того, що у сучасних умовах у виробничій сфері відбувається перехід від строгої ієрархічності до мережевої просторової організації, що характерно для інформаційно-організованої економіки, то й у розселенні відбуваються процеси деієрархізації. Системи розселення, які існували дотепер, перетворяться у т.з. кластери, тобто у мережі поселень, які тісно пов'язані між собою для виконання спільного завдання – реалізації спільних програм соціально-економічного розвитку на певній території, перехід до політики сільського розвитку стане основою поступу різних за людністю і функціями сільських поселень, умовою їх соціально-економічного зростання.

Застосування кластерного підходу до нової територіальної організації виробництва і розселення стане важливою умовою оптимізації

територіальної організації суспільства, підвищення ефективності його управління.

Отже, кластерні моделі територіальних громад утворяться внаслідок посилення виробничих, інформаційних, соціальних зв'язків між окремими поселеннями, налагодження тісних управлінських зв'язків. Спільна праця людей над зміцненням місцевої економіки, залученням ресурсів території у виробництво, розвитком інфраструктури – це переваги кластерної організації життєдіяльності населення певної території. Саме завдяки тому, що учасники кластеру не залежать один від одного, це дає їм можливість використати власний потенціал і залучені інвестиції за цільовим призначенням. На основі добровільної кооперації учасників кластеру і взаємодії їх із органами влади може бути досягнуто ефективне використання інвестицій із державного та місцевого бюджетів для відродження сільських територій.

У процесі функціонування громад зникне проблема належного забезпечення місцевих бюджетів, які мають відповідати вартості гарантованих громадам різноманітних послуг. Для успішного функціонування таких громад М.П.Пістун обгрунтував оптимальну модель муніципальної структури – форму організації управління і влади на рівні кожної самоуправної одиниці [5, С.21-28].

У сучасних умовах необхідні зміни у бюджетно-податковій політиці, системі місцевого оподаткування. Зокрема, через зміни до Бюджетного кодексу України пропонується перевести до категорії місцевих податків плату за землю, збір за спеціальне використання природних ресурсів, за забруднення довкілля та ін.; пропонується надавати місцевим громадам кредити та ін.

Для створення територіальних громад, які були б новими первинними системами розселення, необхідно здійснити ряд заходів, а саме:

1. виокремити ті поселення, які будуть центрами нових територіальних громад, при цьому має бути враховано ряд ознак: людність поселень, соціально-економічний потенціал, транспортна доступність до інших поселень, географічне положення поселень та ін.;
2. визначити межі територіальних громад на основі встановлення зони «притягання» центру, розвинених розселенських зв'язків, врахування транспортної доступності поселень, природних меж;
3. обгрунтування можливостей комплексного економічного і соціального розвитку громади з метою її ефективного функціонування, забезпечення високого рівня життя її жителів.

Дослідження територіальних систем розселення у агропромисловому регіоні показує, що вони мають невеликі розміри і людність. І саме тому громади зможуть забезпечити надання тих послуг, які найбільше потрібні людині, бо сучасні сільради не здатні забезпечити таких потреб через те, що живуть на дотаціях від уряду, міжбюджетних трансфертах. Невеликий розмір сільрад (як у територіальному, так і в людському вимірах) не

дозволяє нормальному їхньому функціонуванню, тому питання про об'єднання сільрад у громади є абсолютно виправданим. Питання тільки у тому, чи завжди чисельність 5 тис. осіб є оптимальною для громади. На нашу думку, такий підхід не може бути єдиним для різних регіонів України, бо до складу територіальних громад входять переважно села, а вони не відзначаються значною людністю. Встановлено, що середня людність сільського поселення в Україні загалом становить близько 540 осіб, а тому для територіальної громади з людністю 5 тис. осіб необхідно об'єднати в середньому 8-10 сіл, або одне невелике міське і декілька сільських поселень. А для регіонів із дисперсним розселенням (північні і східні області України) цей показник є ще вищим. Для Подільського регіону він наближається до середньоукраїнського (Тернопільська і Вінницька області – по 8-9 сіл, Хмельницька область – 10 сіл). Тому функціонування громад у такому складі призведе у майбутньому до поступової деградації тих сіл, які не виконуватимуть роль центрів цих адміністративно-територіальних одиниць (вже доведено на практиці, що зниження статусу поселення знижує перспективність його соціально-економічного розвитку). Тому для регіонів України, що відзначаються дисперсним розселенням, кризовою демографічною ситуацією, показник мінімального критерію людності має бути зменшений хоча б до 3 тис. жителів (сучасні дослідження у сфері регіонального управління доводять, що при показнику нижче 3 тис. осіб громада не може нормально функціонувати). До таких регіонів відноситься і Тернопільська область, як і загалом Поділля. Цей регіон і надалі відзначатиметься депопуляцією населення, здрібненням міських і сільських поселень, зменшенням кількості сіл.

Зважаючи на це, а також враховуючи інші принципи формування територіальних громад в Україні, нами запропоновано схему перспективної територіальної організації системи розселення Тернопільської області.

Ця схема створена на основі реалізації попередніх принципів, передусім розселенського. Наявність великої кількості первинних систем і т. з. автономних поселень, що знаходяться у складі 580 сільських рад, вимагає значних затрат ресурсів. Така велика кількість сільрад не є доцільною для ефективного ведення господарства на цих територіях, особливо, якщо враховувати, що в багатьох районах є випадки, коли сільради налічують у своєму складі по 300 і менше осіб. Центр сільради в такому випадку, як правило, має слабкий економічний потенціал, недостатньо розвинену виробничу і соціальну інфраструктуру. Такий центр не спроможний повною мірою забезпечити потреби населення в освіті, охороні здоров'я, працевлаштуванні, рекреації. А це, в свою чергу, впливає на відтік населення з цих територій у міста або за межі країни. Через деякий час такі поселення занепадають все більше і більше. З метою вдосконалення низового адміністративно-територіального поділу нами запропоновано 135 ймовірних первинних систем розселення, які змогли б

стати основою формування майбутніх територіальних громад Тернопільської області.

Одним із найважливіших завдань при запровадженні нового адміністративно-територіального устрою є визначення тих поселень, які могли б стати ядрами формування нових територіальних громад. Найчастіше ними будуть центри сучасних первинних і кущових систем розселення, що мають порівняно з іншими поселеннями значний соціально-економічний потенціал. Виділяючи центр громади, нами враховувалась низка ознак, а саме: людність поселення; транспортну доступність до нього інших населених пунктів громади; особливості територіального розміщення поселення в громаді; рівень розвитку виробничої та соціальної інфраструктури.

Проте, не завжди при визначенні центра громади можна рівноцінно враховувати всі означені ознаки. Інколи окремі з них відіграють домінуючу роль.

Нерідко поселення-центри займають периферійне положення на території громади, проте вони мають добру транспортну доступність від всіх поселень громади, високу людність, досить добре розвинену соціальну та виробничу інфраструктури. Якщо на території громади розміщене містечко, то воно автоматично стає ядром територіальної громади і принцип геометричної центральності тут вже не має істотного значення.

Непоодинокими є випадки, коли до центра, розміщеного на периферії громади, територіально тяжіють поселення громад сусідніх районів (с.Литвинів, с.Голгоча Підгаєцького району, смт. Товсте, с.Синьків Зліщицького, смт. Скала-Подільська, смт. Більче-Золоте Борщівського, с. Трибухівці, смт. Хоростків, смт. Гусятин в Гусятинському, смт. Микулинці в Теребовлянському, с. Кальне в Козівському, смт. Вишнівець, с.Бодаки Збаразького, с.Кутянка Шумського, с.Білозірка Лановецького, с.Остап'є, с.Колодіївка, с.Токи Підволочиського району), тому оптимізація меж низових систем зумовлюватиме і зміну меж районних систем розселення.

Отже, сьогодні в межах кожної з районних систем розселення Тернопільської області можна виділити приблизно 8-10 територіальних громад. Кількість громад у районах є неоднаковою (від 8 до 15). При цьому середня кількість поселень, які входять до складу цих громад, становить 8. Найбільша середня кількість поселень у громадах спостерігатиметься у Козівському, Лановецькому і Бережанському районах (по 10). Це пов'язано з наявністю тут великої кількості дрібних поселень. При виділенні меж територіальних громад виникає ряд проблем, а саме: погана забезпеченість транспортними шляхами багатьох громад у Монастириському, Бережанському, Підгаєцькому, Шумському і Кременецькому районах; недостатня забезпеченість громад загальноосвітніми закладами І-ІІІ ступенів, закладами охорони здоров'я (лікарнями, аптеками, поліклініками тощо); культури і відпочинку (клубами, бібліотеками і т.д.); непропорційність кількості населення у громадах (середня кількість населення в громаді становить 6848 осіб у

Тернопільській області, але в окремих громадах кількість населення коливається в межах від 5789 до 8985 осіб). Особливої уваги заслуговує аналіз площ майбутніх громад. З таблиці бачимо, що на території області виділяються райони, які мають великі за площею громади, а саме: Гусятинський, Козівський, Кременецький, Ланівецький. Велика площа цих громад зумовлена наявністю дрібних поселень на їх територіях. У багатьох випадках цей фактор, а також проблема доріг у цих громадах на майбутнє перешкоджатимуть ефективному наданню послуг населенню. Цю проблему можна компенсувати за допомогою розвитку засобів електронного і мобільного зв'язку, Internet, поліпшення якості шляхів.

Таблиця 1

*Параметри первинних систем розселення у Тернопільській області у 2025 (прогноз)**

Райони	*Кількість первинних систем*	*Середня кількість поселень у*	*Середня площа системи, км²*	*Кількість населення, тис. осіб*		*Середня кількість сільського населення у територіальній громаді, тис. осіб*
				сільського	*міського*	
Бережанський	9	10	76,0	39,0	20,4	4,3
Борщівський	12	7	83,3	44,8	16,4	3,7
Бучацький	14	8	96,4	46,8	12,6	3,3
Гусятинський	9	7	112,2	35,0	21,0	3,9
Заліщицький	8	7	85,0	32,2	9,8	4,0
Збаразький	10	7	86,0	38,4	15,5	3,8
Козівський	9	10	118,7	56,2	15,6	6,2
Кременецький	15	7	106,0	61,6	29,9	4,1
Ланівецький	7	10	123,0	18,6	8,5	2,7
Підволочиський	8	8	105,0	28,4	9,9	3,6
Теребовлянський	12	8	102,7	44,8	15,8	3,7
Тернопільський	11	7	96,7	58,1	201,7	5,3
Чортківський	9	6	100,0	37,9	29,7	4,2
По області	135	8	99,3	541,8	406,8	4,0

*Розраховано за: *Ілляш І.Д. Соціально-економічний розвиток поселень агропромислового регіону в умовах трансформації суспільства / І.Д.Ілляш, Д.В.Ткач. – Тернопіль: Астон, 2013. – С.139*

Найкомпактнішими виділено громади в Тернопільському, Заліщицькому, Бучацькому районах. У них переважають поселення з високою людністю, добре розвинена система доріг, густа мережа поселень.

Висновки. Збільшення території низових систем розселення порівняно з сучасною, дозволить надати цим системам фінансову допомогу, бюджетні трансферти і тим самим забезпечити їх комплексний соціально-

економічний розвиток. А проблема збільшення відстаней між поселеннями у системі за сучасних умов може бути подолана шляхом використання сучасних засобів зв'язку та комп'ютерних технологій, розвитку транспорту.

Використані джерела:
1.Білик П. Поняття та правова сутність управлінської категорії «регіон» / П.Білик // Право України [Текст]. – 2001. - №11. – С.32-35.
2.Доценко А.І. Територіальна організація розселення (теорія та практика): [монографія] / Анатолій Іванович Доценко. – К.: НАН Ураїни, РВПС України, К.: «Фенікс», 2010. – 536 с.
3.Закон України «Про місцеве самоврядування в Україні» // Відомості Верховної Ради України (ВВР).- 1997. - N 24. - С.170.
4.Ілляш І.Д. Соціально-економічний розвиток поселень агропромислового регіону в умовах трансформації суспільства / І.Д.Ілляш, Д.В.Ткач. – Тернопіль: Астон, 2013. – 204 с.
5.Пістун М.Д. Місцеве самоврядування в територіальній організації локального і місцевого рівнів управління соціально-економічним розвитком України // Часопис соціально-економічної географії. – Харків, 2008. – Вип. 4(1). – С.21-28.
6.Проект Закону "Про територіальний устрій України".- К., 2005.-
7.Шаблій О.І. Суспільна географія: теорія, історія, українознавчі студії: [монографія] / Олег Іванович Шаблій. - Львів: Львівський національний університет ім. І.Франка, 2001.- 744 с.
8.Шаблій О.І. Основи загальної суспільної географії: [монографія] / Олег Іванович Шаблій. – Львів: Вид. центр ЛНУ, 2003. – 444 с.
9.Шаблий О.И. Особенности пространственной организации террито-риальных систем расселения / О.И.Шаблий, М.З.Мальский, Б.И.Заставецкий // География населения. – Ленинград: ГО СССР, 1984. – С.78.
10. Parysek J.J. Podstawy gospodarki lokalnej [Tekst] / J.J.Parysek. – Posnan: Wydawnictwo Naukowe UAM, 2001. – 240 s.

УДК 528.952:644/645

Орещенко А.В.

ІСТОРІЯ РОЗВИТКУ АПАРАТНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ, ЯКЕ ВИКОРИСТОВУЄТЬСЯ ДЛЯ СТВОРЕННЯ ТРИВИМІРНИХ РЕАЛІСТИЧНИХ КАРТОГРАФІЧНИХ МОДЕЛЕЙ

Розглянуто скорочену історію розвитку комп'ютерів. Викладено розвиток відеокарт, починаючи з перших текстових до сучасних з апаратним прискоренням DirectX11 і OpenGL 3.0. Розкриваються технічні можливості відеокарт, їх особливості функціонування, дається їх порівняння з сучасними аналогами. Описано принципи роботи техніки для формування зображення.

Рассмотрено сокращенную историю развития компьютеров. Изложено историю развития видеокарт, начиная с первых текстовых до современных с аппаратным ускорением DirectX11 і OpenGL 3.0. Раскрываются технические возможности видеокарт, их особенности функционирования, дается их сравнение с современными аналогами. Описано принципы работы техники для формирования изображения.

There is considered the brief history of computer development. The display board development history is stated from first text to modern using hardware acceleration DirectX11 і OpenGL 3.0. There are exposed the technical possibilities of video display boards and their function peculiarities, there is given the comparison with modern analogs.

The technique functioning principles for image forming are describen.

Вступ. Апаратна частина ЕОМ для роботи з тривимірною графікою пройшла складний шлях розвитку, проте й досі не є досконалою. Відеокарти більшу частину роботи покладають на центральний процесор, оскільки розроблені для ігор, а не для професійної графіки.

Аналіз останніх публікацій на цю тему. Частина статей присвячена викладенню особливостей роботи графічних бібліотек [2, 10]. Деякі питання роботи відеокарт розкриваються в [1, 3, 11-12]. Опис роботи, характеристик графічних робочих станцій і їх компонентів є в [6, 7]. Але по цим відривкам важко скласти загальну картину роботи графічного обладнання.

Постановка проблеми. Важливою складовою під час роботи з тривимірною графікою є апаратне забезпечення. Але не найголовнішою – таким є підхід до роботи і обрані програми. Системних ресурсів завжди не вистачає: ця проблема була характерною для робочих станцій з сотнями мегабайт оперативної пам'яті і сотнями мегагерц – такою ж актуальною вона залишається і зараз.

Метою статті є розглянути історію розвитку апаратного забезпечення, щоб сформувати правильний підхід до роботи і працювати з програмами так, щоб не виникало недостачі ресурсів.

Виклад матеріалу дослідження. Перші комп'ютери створювались на основі механічних компонентів. В 1801 році сконструйовано ткацький станок, який міг змінювати візерунок тканини залежно від вставленої перфокарти [5]. Перший проект комп'ютера було запропоновано в 1812 р. і в 1822 створено діючу модель. Елементом пам'яті служило зубчате колесо, а принцип роботи був подібним до арифмометра.

В 1824 р. Чарльз Беббрідж побудував «Різницеву машину». Принцип роботи залишався таким же. В 1837 р. він почав працювати над механічною машиною, придатною для розрахунків за формулами.

Прототип першої ЕОМ був створений в 1936 р. на основі електромеханічних реле. В 1941 р. була виготовлена діюча ЕОМ з програмним керуванням. Пам'ять її складала 64 22-розрядних числа з плаваючою комою, з них 7 розрядів відводилось для порядку числа і 15 для мантиси. Електромеханічні ЕОМ містили тисячі реле, які зберігали двійкові числа, а програма обчислень реалізувалась з'єднаннями проводів. Дані вводились за допомогою перфокарт. Часто траплялось так, що реле не спрацьовувало, тоді програма збивалась або давала некоректні результати. Реле не були надійними, тому було вирішено використовувати електронні лампи, які, крім надійності, працювали на три порядки швидше.

Роки з 1943 по 1955 можна назвати часом лампових ЕОМ. В одному з перших таких комп'ютерів, ENIAC, програма розрахунків задавалась явно, як і в релейних машинах, для чого доводилось вручну на протязі кількох днів під'єднувати проводи. Для прискорення обчислень було вирішено побудувати комп'ютер, який би зберігав програму в своїй пам'яті.

Блок обчислень містив тисячі електронних ламп, оперативна пам'ять базувалась на паперових конденсаторах або ртутних лініях затримки, пізніше для збільшення швидкості використовувались феритові кільця. З 1956 р. вже існували магнітні диски. Тактова частота складала від 100 КГц до 2,25 МГц.

В 1955 р. створено TRADIC – перший транзисторний комп'ютер, який містив 800 транзисторів і 11000 діодів. Тим не менше, ця ЕОМ містила і лампи. З переходом на нову елементну базу тактову частоту вдалося збільшити до 100 МГц (IBM-7030), для чого були використані дрейфові транзистори.

З 1960-х рр. розпочалося виробництво гібридних схем. В останніх плівкові елементи (витравлені на підкладинці) поєднуються з конструкційно окремими безкорпусними напівпровідниковими компонентами. До початку 70-х освоєно виробництво інтегральних.

Історія комп'ютерів четвертого покоління на інтегральних мікросхемах почалася в 1971 р., коли японська фірма Busicom замовила Intel Corporation виготовити 12 типів мікросхем для калькуляторів різних моделей. Невеликий об'єм кожної партії значно збільшував вартість розроблення, тому було вирішено розробити універсальний мікропроцесор. Його тактова частота складала 0,75 МГц і він був 4-розрядним, тобто дозволяв кодувати всі цифри і спеціальні символи, яких було достатньо для калькулятора.

Оскільки комп'ютери працюють і з текстом, потрібний вже 8-розрядний процесор, щоб охопити їх усі. Він з'явився в 1972 р. і називався Intel-8008, а в 1974 – Intel-8080. В останнього частота була 2 МГц і апаратно реалізовано ділення чисел. Подальша історія розвитку комп'ютерів відома для більшості читачів. IBM 286-486, Intel Pentium 1-4, DualCore, Core2Duo, Core2Quad, Core i3-i7.

*Розвиток комп'ютерної графіки***.** Більшість лампових ЕОМ не мали дисплеїв, результат обчислень друкувався на папері за допомогою алфавітно-цифрових принтерів. Так було зручніше аналізувати результати обчислень і відлагоджувати програму. Можна було програмувати машину для отримання візерунків на папері. В 1948 р. створено нумероскоп – прототип дисплея. В цій електронно-променевій трубці під керівництвом ЕОМ з'являлись цифри.

Проект «Вихор» Масачусетського технологічного інституту можна вважати початком ери комп'ютерної графіки. Робота над ним розпочалася в роки Другої Світової війни, коли виникла необхідність створення імітатора польотів. Перший «Вихор» – це аналоговий комп'ютер, який успішно вирішував поставлені задачі, але програмувати його було складно. В 1947 р. було вирішено використати цифровий комп'ютер, для якого остання проблема вирішувалась простіше. В 1951 р. «Вихор» запустили в експлуатацію. Він був адаптований для роботи в режимі реального часу і мав дисплей (електронно-променеву трубку), який імітував радар. Оперуючи даними, в тому числі і від пілота, система виводила результати

на дисплей. Пізніше цей комп'ютер було переорієнтовано на обробку даних, отриманих від радара [13].

Комп'ютерна графіка 50-х років давала можливість вивести кілька відрізків на екран. Найбільшою проблемою була висока завантаженість процесора під час виведення. Графіка прорисовувалась в режимі реального часу, тобто програма зациклювалась, щоб відобразити графічний результат. Введення даних виводило машину з циклу і робота продовжувалась до нового зациклення. Суттєвим кроком було розроблення системи з буфером кадрів, яка знімала навантаження з процесора. Машина прорисовувала зображення лише раз і воно залишалось в пам'яті, доки не оновиться. Пізніше оновлення допускалось частинами.

Сучасні комп'ютери мають кілька таких буферів: як мінімум 2 на відеокарті і один – на моніторі. В той час растрові системи потребували багато пам'яті (для кожної точки – не менше біта) і були дуже дорогими, оскільки типова ємність мікросхеми пам'яті складала 256 біт. Як альтернатива, застосовувались системи з запам'ятовуючою електронно-променевою трубкою. Комп'ютер один раз прорисовував зображення, а в трубці воно трималося до години. Це дуже здешевлювало виробництво дисплеїв [9]. Стирання відбувалось шляхом подачі спеціальної напруги: зображення зникало за півсекунди. Його не можна було стерти частково, тому інтерактивність і анімація не були доступні.

В 1968 р. створено перший в Радянському Союзі растровий дисплей. Пам'ять буфера кадрів розміщувалась на магнітному барабані, сам дисплей підключався до машини БЕСМ-6.

У векторному дисплеї з регенерацією зображення промінь електронів прорисовував лінії, які розміщувались довільно. Для повторної прорисовки зображення зберігалось в пам'яті, кількість якої була меншою, ніж для растрового дисплея. Якщо зображення було насиченим, екран починав блимати, оскільки промінь не встигав прорисовувати всі вектори, поки зображення ще тримається. Також недоліком векторних дисплеїв була невисока кількість градацій яскравості (від двох до чотирьох). Розроблені були, але не знайшли застосування дисплеї з дво-триколірними трубками, які забезпечували більшу кількість градацій. У векторних дисплеях для оновлення зображення достатньо було змінити дисплейний файл, тому векторні дисплеї набули поширення раніше – в кінці 60-х рр.

З середини 70-х почали широко використовуватись растрові дисплеї, оскільки вдалось реалізувати буферизацію даних за допомогою мікропроцесорів. Дані можна було редагувати і контролювати перед передачею в ЕОМ, що значно зменшило кількість помилок. На екрані з'явився курсор – мітка, яка показувала місце введення символа.

З середини 70-х почалось розроблення персональних комп'ютерів. В 1976 році створено Apple-1, який продавався без клавіатури і монітора. В 1977 р. випущено Apple-II, який вже міг виводити кольорове зображення на вбудований дисплей.

В 1979 р. розроблено комп'ютер IBM PC, дисплей якого відтворював

контрастні символи. Через відкриту архітектуру до 1984 року комп'ютери на основі IBM PC випускали більше, ніж 50 компаній.

В 1984 р. з'явився Makintosh компанії Apple Computer. Він постачався з монітором 9 дюймів, який відтворював досить якісне зображення. Операційна система Mac OS мала наочний, візуальний інтерфейс (аналог Windows) і потужності комп'ютера було достатньо для обробки графіки. На ньому завантажувалось кілька потужних, як для того часу, графічних редакторів.

В 1985 р. створено комп'ютер Amiga 1000. Він мав просунуті, як на той час, графічні і звукові можливості, операційна система була багатозадачною. Компанія Commodore швидко перетворилась на лідера. Цей комп'ютер перший у світі виводив зображення з більшою за 16 кількістю кольорів (максимум 4096), роздільна здатність складала 320×200. Він коштував 2000 дол. США, тоді як однозадачний IBM 286 – 4000 доларів.

Більшість тогочасних комп'ютерів не мали окремого графічного адаптера в тому розумінні, яким він є зараз (з відеопроцесором і пам'яттю). Виведення зображення реалізовувалось через BIOS. Наприклад, в домашньому комп'ютері ZX Spectrum (випускався впродовж 1982-1992) не було окремого графічного чіпа. Єдиний штатний режим підтримував роздільну здатність 256×192 точки. Доступною була тільки одна відеосторінка, розміщена в основній пам'яті комп'ютера за фіксованою адресою. Колір задавався атрибутами, по одному байту атрибутів на знакомісце 8×8 пикселів, тому часто мав місце конфлікт атрибутів. Виводити зображення можна було тільки на центральну частину, а по периметру був бордюр, для якого можна було змінювати тільки колір [7].

Дискретні графічні адаптери з'явились головним чином в комп'ютерах IBM. Одним з перших став MDA (Monochrome Display Adapter), випущений 1981 р., який працював у текстовому режимі з роздільною здатністю 25×80 символів (фізично 720×350 точок) і мав п'ять атрибутів тексту: звичайний, яскравий, інверсний, підкреслений і блимаючий. Ніякої кольорової і графічної інформації він передати не міг. Букви зазвичай були чорно-білими, бурштиновими або смарагдовими: це залежало від монітора.

Фірма Hercules в 1982 р. випустила наступну версію MDA, відеоадаптер HGC (Hercules Graphics Controller – графічний адаптер Геркулес), який мав роздільну здатність 720×348. Інші характеристики були тими ж. Кількість символів, які відтворював адаптер, справила вплив на форматування кодів програм, наприклад, вихідні тексти ядра Linux в кожній стрічці містять не більше 80 символів, щоб їх зручно було переглядати. Для зображення символу використовувалась матриця 9×14 пікселів, з яких сам символ займав 7×11, а інші формували пустий простір навколо нього.

Відеопам'ять складала 4 Кбайт, частота розгортки 50 Гц. Адресувати окремі пікселі не було можливим, у кожне знакомісце можна було

помістити один з 256 символів, образи яких зберігались в постійній пам'яті відеокарти [7].

Першою кольоровою графічною платою стала IBM CGA (Color Graphics Adapter). Вона могла працювати в текстовому режимі з роздільною здатністю 40×25 або 80×25 (матриця символа 8×8) і в графічному (320×200 або 640×200). У текстових режимах доступно 256 атрибутів символів – 16 кольорів символу і 16 фону (або 8 кольорів фону і атрибут миготіння), у графічному режимі 320×200 було доступно чотири палітри по чотири кольори в кожній, режим високої роздільної здатності 640×200 був монохромним. Відеопам'ять складала 16 Кбайт, крім того, вона не підтримувала одночасний запис і читання. Якщо таке траплялось, на екрані з'являвся сніг – випадкові пікселі у випадкових місцях. В графічних режимах відеопам'ять мала черезстрочний формат, тому програмувати її було важко. В адаптері можна було звернутись до будь-якого пікселя без конфліктних зон, як це було в інших відеокартах того часу.

Як подальший розвиток цієї карти у 1984 р. з'явився EGA (Enhanced Graphics Adapter – покращений графічний адаптер) з розширеною до 64 кольорів палітрою і кадровим буфером. Роздільна здатність зросла до 640×350, додався текстовий режим 80×43 з матрицею символа 8×8. Відеопам'ять складала на початку 64 Кбайт, пізніше була збільшена до 256 Кбайт.

Після виходу EGA IBM відійшла від виробництва відеокарт, визначаючи тільки специфікації. Було визначено два стандарти: VGA і SVGA.

Стандарт VGA (1987 р., Video Graphics Array – графічний відеомасив) визначив максимальну роздільну здатність 640×480, частоту оновлення 60 Гц і кількість кольорів 256 з 262144-кольорової палітри, для чого було потрібно 256 КБайт відеопам'яті. Сигнал мав бути аналоговим, щоб скоротити кількість проводів у сигнальному кабелі. Попередні відеокарти подавали цифровий сигнал.

З 1991 р. введений стандарт SVGA (Super VGA) – розширення VGA, яке передбачало режими з більшою за 640×480 роздільною здатністю і можливістю встановлення кількох частот кадрів. Палітра кольорів налічувала 65 тисяч (High Color, 16 біт) або 16 мільйонів (True Color, 24 біта).

Прорисовка вікон і курсора покладалась на процесор, тому комп'ютер витрачав багато ресурсів на візуалізацію двовимірної графіки. Графічний інтерфейс користувача, який з'явився в багатьох операційних системах, стимулював новий етап розвитку відеоадаптерів. З'явилось поняття «графічний прискорювач». В останніх виконання деяких графічних функцій здійснюється на апаратному рівні. Це переміщення великих блоків зображення з однієї ділянки екрана до іншої (наприклад, під час пересування вікна), прорисовка ліній, дуг, шрифтів, візуалізація курсора [4]. Всі ці функції було вирішено покласти на окрему мікросхему –

графічний процесор (GPU).

В 90-х рр. відеокарти розділились на кілька класів: ігрові, офісні, професійні і спеціалізовані. Ігрові і професійні набули найбільшої популярності. Більшість відеокарт здійснювала тільки виведення зображення, отриманого від процесора. Пам'ять у них використовувалась тільки під кадровий буфер, тобто для збереження зображення, яке поступово надсилав процесор. Її кількість впливала на роздільну здатність (розмір кадра) і глибину кольору. Професійні відеокарти фірм ATI, S3 і Matrox підтримували на апаратному рівні тільки двовимірну графіку.

Професійні адаптери для тривимірної графіки випускала 3Dlabs. Допускалось встановлення кількох відеокарт в систему зі зростанням продуктивності, графічний чіп підтримував мультипроцесорні системи, а швидкість візуалізації не залежала від завантаженості центрального процесора [5]. 3D-карти того часу орієнтувались саме на стандарт OpenGL, який вважали найкращим для професійних програм, в той час як Direct3D – орієнтованим на ігри. На сьогодні продуктивність роботи Direct3D 9-11 вище за OpenGL 3.0.

На кінець 1998 р. характеристики професійного прискорювача складали:

- кадровий буфер від 8 до 16 МБайт, тому роздільна здатність складала від 1024×768 і 1280×1024 до 2560×2048.
- пам'ять для текстур – 16-32 Мбайт;
- продуктивність візуалізації 0,65 – 1,3 млн. трикутників за секунду;

Вартість типового прискорювача складала 3000 доларів США.

На сьогодні 3Dlabs займає незначну долю ринку і випускає професійні тривимірні прискорювачі 3Dlabs Wildcat середньою вартістю близько 800 доларів, призначені для САПР.

Виробники HP і Intergraph пропонували власні робочі станції для роботи з тривимірною графікою. Їх компоненти не продавались окремо, оскільки містили мікросхеми власного розроблення, несумісні з іншими комп'ютерами [12]. Робоча станція Intergraph в 1997 р. мала монітор 28 дюймів, 2 процесори Pentium II/266, до 512 МБайт оперативної пам'яті, 12 Гбайт на жорстких дисках. Базова конфігурація TDZ-320 з процесором Pentium Pro/200 (32-Мбайт ОЗУ, 2,1-Гбайт диск SCSI, графічна підсистема Z13) коштувала близько 7 тис. дол. США. Робочі станції могли містити до 4-х процесорів. Вартість найбільш просунутих систем починалась з 21 тис. дол. (на 1997 р.) [12].

В той час комп'ютерні ігри ставали все більш популярними, особливо ті, в яких так чи інакше була задіяна тривимірна графіка. Це передбачало збільшення навантаження на процесор, якому потрібно було додатково обраховувати координати трикутників тривимірних об'єктів для виведення (проектування) зображення на екран. Процесори мали тактову частоту близько 20-40 МГц, тому в грі з елементами тривимірності частота кадрів різко знижувалась. Це зменшувало ефект, але встановити професійну відеокарту 3DLabs геймери не мали змоги.

Почали виникати організації, які випускали обладнання саме для ігрових комп'ютерів, наприклад компанія 3Dfx, утворена в 1994 р. Інші фірми теж почали створювати такі відеокарти. До кінця 90-х років кількість ігрових відеокарт перевершила число професійних.

Перші ігрові адаптери мали пам'ять 4 МБайт, але і коштували відносно дешево ($300), тому їх могли придбати не тільки компанії, а й окремі геймери [1]. В них була відсутня 2D-складова, тому їх назвали тривимірними прискорювачами. Для роботи була потрібна ще і звичайна відеокарта, будь-якого виробника. Під час роботи з двовимірною графікою прискорювач пропускає сигнал відеокарти, а в іграх відеокарта не брала участі, а всі розрахунки здійснював прискорювач. Аналоговий вихід відеокарти (VGA) підключався до входу прискорювача, а вже з останнього сигнал подавався на монітор.

Відеокарти для комп'ютерів Apple Makintosh не відрізняються від таких же для x86 нічим, крім прошивки і ціни, тому розглядати їх окремо не має сенсу. На сьогодні Mac Pro є найпотужнішим комп'ютером серії Mac. На нього встановлюють відеокарти nVidia і ATI, а сам комп'ютер є завершальним у міграції з PowerPC на архітектуру x86.

Intel спеціалізується на випуску дешевих відеокарт, в тому числі для мобільних платформ. Вбудовані відеокарти генерують гірше зображення, але побачити різницю можна, тільки маючи 2 комп'ютери з однаковими моніторами. Вони входили в набір базової логіки Intel, якою оснащувалися материнські плати. Сучасні процесори Intel містять інтегроване графічне ядро (починаючи від Core i3). Дискретні відеокарти Intel для ноутбуків мають ще один недолік: при використанні LED-дисплеїв (вони мають світлодіодну підсвітку, що знижує енергоспоживання) сам чіп відеокарти починає пищати. Оскільки живлення на відеокарту подається дискретно, то зниження потужності призводить до входу частоти коливання чіпа у звуковий діапазон.

Недоліком таких інтегрованих відеокарт є власна невелика пам'ять, яка витрачається під кадровий і z-буфери. Для текстур її не вистачає, тому вони зберігаються в оперативній пам'яті комп'ютера. І накладення текстур відбувається прямо з оперативної пам'яті. Сам відеочіп не може зберігати текстури, бо ця функція просто не передбачена [3].

nVidia і ATI випускають уніфіковані ігрові і професійні відеокарти.

Після 2000 року інтегровані адаптери витісняють дискретні графічні рішення. Це пов'язано з переважанням продажів ноутбуків над стаціонарними комп'ютерами. А більшість ноутбуків мають інтегровані відеокарти. Крім того, зменшення розмірів комп'ютерів теж передбачає перехід до інтегрованих, наприклад корпус nettop не дозволяє розмістити дискретну відеокарту.

Сучасні графічні процесори за складністю не поступаються центральному процесору комп'ютера і часто містять більшу кількість транзисторів. Архітектура GPU передбачає наявність декількох блоків обробки інформації: окремо для 2D і 3D-графіки. Останній включає

геометричне ядро, яке візуалізує вершини трикутників і блок растеризації, який розміщує текстури на поверхні полігонального каркасу. Контролер зовнішньої шини даних (PCI, AGP або PCI-e) відповідає за обмін з материнською платою, контролер внутрішньої шини забезпечує обмін між графічним процесором і пам'яттю, а запис даних в останню забезпечує контролер відеопам'яті. Сучасні графічні адаптери (ATI, nVidia), як правило, мають два відеоконтролери, які працюють незалежно. Це дозволяє виводити зображення на 2 монітори. У відеопам'яті зберігаються по 2 буфери кадрів, текстури, координати вершин, команди графічному процесору і результати проміжних обчислень. Графічний процесор візуалізує всі дані, отримані від операційної системи. Це векторні шрифти і лінії вікон програм і компонентів, растрові піктограми. Растеризація здійснюється з максимальною роздільною здатністю, а потім зображення зменшується до виставленого у налаштуваннях і пересилається через відеоконтролер у кадровий буфер. Цифро-аналоговий перетворювач (ЦАП, RAMDAC – Random Access Memory Digital-to-Analog Converter) служить для перетворення зображення, яке сформував графічний процесор і записав у кадровий буфер, в аналоговий сигнал, який подається на монітор. Найчастіше RAMDAC має чотири основних блоки – три цифроаналогових перетворювачі, по одному на кожний канал (червоний, зелений, синій, RGB) і SRAM для зберігання даних про гамма-корекцію. Більшість ЦАП мають розрядність 8 біт на канал – виходить по 256 рівнів яскравості, що складає палітру 16,7 млн. кольорів. За рахунок гамма-корекції є можливість відобразити ще більший кольоровий простір. Деякі RAMDAC мають розрядність 10 біт на канал (1024 рівня яскравості), що дозволяє передавати понад мільярд відтінків, але ця можливість використовується тільки в новітніх дисплеях з інтерфейсом DisplayPort.

Процес візуалізації зображення у відеокарті прийнято називати 3D-конвеєром, оскільки кожний наступний етап працює з результатами попереднього. Тільки так можна забезпечити потрібну продуктивність роботи. Принцип дії, як у центрального процесора, на 2 порядки повільніший. Конвеєр повністю виконується для ігор, а візуалізація в редакторах тривимірної графіки може випускати більшу його частину.

На першому, підготовчому етапі гра за допомогою процесора визначає перелік об'єктів, які потрапляють у поле зору камери (тривимірні моделі, частина території ігрового простору, спрайти), їх координати і фази анімації, задіяні текстури і ефекти. Також у відеокарту надсилається положення й орієнтація віртуальної камери. Всі ці дані називаються тривимірною сценою.

Першим кроком є теселяція – розділення складних поверхонь і полігонів на трикутники. Далі здійснюється трансформація координат вершин об'єктів сцени в екранні, визначення джерел світла і відсікання невидимих ділянок сцени.

Трансформація координат в свою чергу складається з кількох етапів. Всі об'єкти проходять кілька стадій перетворення в різні системи

координат, останні ще називають просторами (spaces). Спочатку локальні, або модельні координати кожного об'єкта перетворюються у глобальні, або світові координати. Тобто, використовуючи інформацію про розташування, орієнтацію, масштаб і поточний кадр анімації кожного об'єкта, програма одержує вже набір трикутників у єдиній системі координат. Потім координати трансформуються у систему камери, щоб отримати перспективне зображення, а не ортогональне. Для цього движок здійснює матричні перетворення з лінійної алгебри: вектор вершини 1x4 (x,y,z,w, де w – коефіцієнт масштабування для перспективної корекції) множиться на спеціальну матрицю трансформацій. Так найпростіше виключити з подальшої обробки цілком невидимі і "обрізати" частково видимі для спостерігача фрагменти сцени.

Видимі трикутники сцени передаються на наступну стадію конвеєра – освітлення. Вони передаються не по одному, а групами: пооб'єктно. За інформацією про розташування, колір, тип і яскравість всіх розміщених у сцені джерел світла розраховується ступінь освітленості й колір кожної вершини трикутника. Ці дані будуть використані пізніше під час растеризації. Наприкінці, після корекції перспективи, координати трансформуються ще раз, тепер уже в екранний простір.

На цьому закінчується тривимірна векторна обробка зображення і наступає черга двовимірної, тобто текстурування і растеризації. Сцена на цьому етапі є набором псевдотривимірних трикутників, які лежать у площині екрану, але з інформацією про глибину щодо екрану кожної з вершин.

Растеризатор обчислює колір всіх пікселів в межах трикутника. На трикутники накладаються текстури, часто в кілька шарів (основна текстура, текстура освітлення, текстура деталізації тощо) і з різними режимами модуляції. На цьому ж етапі виконується остаточне видалення невидимих ділянок сцени. Адже трикутники можуть розташовуватися на різній відстані від екрану і перекривати один одного повністю, частково або перетинатися. Здійснюється остаточний розрахунок освітлення з використанням вибраної моделі затінення, тепер уже для кожного пікселя зображення. Як правило, кінцевим результатом цього процесу є видимі (або частково видимі) фрагменти 2×2 пікселя – так звані «квади», які підлягають зафарбуванню. Саме такі фрагменти найбільш зручні для швидкого обчислення кольору пікселів [6].

Кожний піксель заноситься в кадровий буфер зі значенням глибини. Якщо новий піксель розташовується вище, він записується поверх старого. Після закінчення візуалізації, коли кадровий буфер повністю заповнений, він відображається на екрані. Новий кадр береться в обробку ще до того, як закінчиться обробка старого. У випадку інтерактивного впливу користувача (наприклад, зміни напрямку руху) починає будуватись новий кадр, а оброблення попереднього може припинитись на середині конвеєра. Відеокарта повторно візуалізує зображення в грі, навіть якщо воно нерухоме. А в графічних програмах повторна візуалізація не виконується.

Архітектурні відмінності поколінь відеокарт. Кожна стадія 3D-конвеєру дуже ресурсомістка, вимагає здійснення мільйонів і мільярдів операцій для одного кадру зображення, причому двовимірні етапи текстурування і растеризації вимагають значно більше обчислень, ніж операції з геометрією на початку конвеєра.

Перше покоління прискорювачів реалізувало тільки останній етап: текстурування і растеризацію, всі попередні кроки виконувались програмно. Але зі зростанням складності сцен в тривимірних іграх програмна трансформація й освітлення стали перешкоджати збільшенню швидкості роботи. Тому в 3D-акселераторах, починаючи з перших моделей nVidia GeForce і ATI Radeon було додано блок, який на початку назвали T&L-блоком, а згодом TCL-блоком (Transformation-Clipping-Lighting), оскільки він виконував трансформацію, відсікання й освітлення. Теоретично процесор мав виконувати тільки розрахунки фізики і інтелекту гри.

Апаратна реалізація функцій призвела до втрати гнучкості, яка властива програмним рішенням. Для реалізації нестандартної функції або ефекту потрібно було або відмовитися від T&L і використовувати програмний алгоритм, або виконувати постобробку зображення (що не завжди можливо і теж повільно). Ще один вихід – чекати реалізації потрібної функції в наступному поколінні відеокарт. Але і для виробників апаратури це створювало додаткові незручності: подальше вдосконалення відеокарт призводило до ускладнення графічного чіпа і зростання громіздкості драйверів.

Тому потрібно було знайти спосіб на мікрорівні керувати відеокартою. Така можливість до певної міри вже була реалізована в тривимірних редакторах і називалася *шейдер* (shader). Це невелика програма, яка складається з набору операцій, які часто застосовуються в 3D-графіці. Програма завантажується в акселератор і безпосередньо керує роботою графічного процесора, тобто конфігурує його вузли для відповідної обробки елементів. Якщо до цього часу програміст був обмежений набором заздалегідь визначених способів обробки і ефектів, то тепер він міг складати з простих інструкцій програми для реалізації потрібних дій.

Функціонально шейдери поділяються на дві групи: вершинні (vertex shaders) і піксельні (pixel shaders). Перші замінюють всю функціональність T&L-блоку відеокарти і, як видно з назви, працюють з вершинами трикутників. В останніх моделях акселераторів цей блок фактично відсутній: його емулює відеодрайвер за допомогою вершинних шейдерів. Піксельні шейдери надають гнучкі можливості для програмування блоку мультитекстурування і працюють уже з окремими пікселями екрану. Фрагментні шейдери служать для оброблення квадів, що дозволяє реалізувати деякі текстурні ефекти.

Шейдери також характеризуються номером версії: кожна наступна додає до попередньої нові можливості. Перша версія включала лише кілька

команд, тому їх неважко було програмувати на низькорівневій мові асемблера. Хоча цей код непросто відлагоджувати. Але з ростом складності шейдерних ефектів виникла необхідність у більш зручній, високорівневій мові написання шейдерів. Їх виникло зразу 2: NVIDIA Cg (C for graphics) і Microsoft HLSL (High Level Shading Language) – остання є частиною стандарту DirectX 9. Cg не отримав поширення, оскільки GLSL був більш досконалим [11].

За допомогою шейдерів можна реалізувати, наприклад, оптично точне (попіксельное) освітлення і м'які тіні від всіх об'єктів, довільні моделі освітлення; ефекти відбиття й заломлення променів для моделювання води, льоду, скла, вітражів, підводних відблисків тощо; реалістичні брижі та хвилі на воді [8]. Шейдери з'явились в четвертому поколінні відеокарт. П'ятому поколінню відеокарт відповідає друга версія шейдерів. До переліку інструкцій внесли апаратне згладжування.

Шейдери останньої версії (3.0) мають динамічне керування потоку. Це дозволяє підвищити швидкість побудови сцени, але і ускладнює чіп. Для деяких вершин потрібно виконувати не весь шейдер, а невелику (приблизно десяту) його частину. Це дає прискорення в роботі, але повні шейдери виконуватимуться повільніше. Цій версії відповідає шосте покоління відеокарт.

Функції Direct3D і OpenGL, які на перший погляд апаратно виконувались на відеокартах, значну частину обчислень переносили на центральний процесор. Інструкції графічних бібліотек OpenGL і DirectX містять багато арифметичних операцій, які виконувати доводиться центральному процесору, точніше арифметичному сопроцесору. Це явище має місце і сьогодні. Під час панорамування/обертання тривимірної моделі процесор завантажується на 100%, а графічний процесор відеокарти – менше ніж на 1%. В програмах двовимірної графіки ситуація подібна: більша частина інструкцій прорисовки виконується процесором.

Тому логічним кроком було додати в перелік базових функцій шейдерів можливість виконання арифметичних операцій, особливо ділення чисел з плаваючою комою. І теоретично використовувати відеокарту замість сопроцесора. Технологія виконання арифметичних операцій, прописаних у шейдерах, з'явились у відеокартах восьмого покоління. Вона отримала назву Ati Stream і nVidia Cuda відповідно. В зв'язку з тим, що кількість ядер у відеокартах багатократно зросла (від 32 у GeForce 9500 до 112 у GeForce 8800 (9800) з тактовою частотою від 500 до 900 МГц), продуктивність відеокарт у виконанні арифметичних операцій стала перевищувати відповідний показник центрального процесора.

Висновки. Сучасні відеокарти так чи інакше розроблені для ігор. Виключення становлять спеціалізовані вироби, призначені для двовимірної графіки і виведення на кілька моніторів. Саме тому прорисовка прикладної двовимірної і тривимірної графіки більшою мірою покладена на процесор – інакше чому останній так завантажується під час її відображення? Тим не менше, саме уніфікація зробила комп'ютерну графіку доступною.

Перспективи дослідження. Не всі користувачі комп'ютерів є геймерами. Проте навіть професійні відеокарти не завжди задовільно працюють з прикладною графікою. Складається таке враження, що програмне забезпечення стимулює зростання системних вимог і спричиняє необхідність придбання нових комп'ютерів. Тому його слід підбирати відповідно до виконуваних задач, приділяючи увагу і алгоритму формування останньої.

Використані джерела:

1. Баланин К. IT-история: 3dfx Interactive. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://itc.ua/articles/it-istoriya_3dfx_interactive_43082/

2. Белявский Д. OpenGL. Рыцарь, лишенный наследства. Лучшие компьютерные игры. – №12 (73), 2007. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.lki.ru/text.php?id=3859.

3. Гарматюк С. Часто задаваемые вопросы по видеокартам, сделанным на чипе Intel 740 и ответы на них. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://faqs.org.ru/hardw/video/Intel740.

4. Електронна стаття "И мир стал трехмерным часть 2". – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://agree.pp.net.ua/publ/2-1-0-5.

5. Електронна стаття "История развития компьютеров". – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://uch.org.ua/technology/it/883-istoriya-razvitiya-kompyuterov.html.

6. Електронна стаття "Профессиональные графические станции". – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.arbyte.ru/products/graphic/index.shtml

7. Електронна стаття "ZX Spectrum". – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://ru.wikipedia.org/wiki_ZX_Spectrum.

8. Електронна стаття "Современные технологии трехмерной графики". – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://itc.ua/articles/sovremennye_tehnologii_trehmernoj_grafiki_14781/

9. Калинин И. "История компьютерной графики". Информатика, изд. дом "Первое сентября", № 16 (545), 2007. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://inf.1september.ru/?year=2007&num=16.

10. Калиниченко А. OpenGL vs Direct3D. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.thalion.kiev.ua/idx.php/149/124/article/

11 Колганов И. Краткая история и основные принципы работы 3D-ускорителей. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.izcity.com/data/hard/article528.htm

12. Мартыненко К. Голобородько Т. Обзор профессиональных 3D-ускорителей. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ixbt.com/video/ogl_proboards.html.

13. Черняк Л. У мини-компьютеров DEC тоже был свой прародитель. – Computerworld Россия, №47, 2004. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.osp.ru/cw/2004/47/83653

УДК 911.3

Сасько Н.В.

ПРОСТОРОВИЙ АНАЛІЗ ТА СУСПІЛЬНО-ГЕОГРАФІЧНА ІНТЕРПРЕТАЦІЯ ГЛОБАЛЬНОГО ІННОВАЦІЙНОГО ІНДЕКСУ

Проаналізовані просторові особливості Глобального інноваційного індексу. Здійснена суспільно-географічна інтерпретація показників Глобального інноваційного індексу в рамках світ-системного підходу.

Ключові слова: просторовий аналіз, глобальний інноваційний індекс, світ-системний підхід.

Проанализированы пространственные особенности Глобального инновационного индекса. Осуществлена общественно-географическая интерпретация показателей Глобального инновационного индекса в рамках мир-системного подхода.

Ключевые слова: пространственный анализ, глобальный инновационный индекс, мир-системный подход.

Global innovations index is analyzed from the spatial point of view and interpreted based on world systems approach in Human Geography.

Key words: spatial analysis, global innovation index, world systems approach.

Постановка проблеми. В умовах інформаційної революції, коли інформація стала рушієм прогресу та перетворилася на об'єкт обміну між різними суб'єктами, ключову роль у формуванні постіндустріального суспільства відіграють інтелектуальний капітал та інноваційні технології. Визначення інноваційного потенціалу держави, регіонального об’єднання, світу систем є важливим кроком до розуміння перспективних напрямків розвитку людства та відтворення цілісної картини «проблемних точок» в структурі господарського комплексу.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблематикою інноваційного капіталу та інноваційної економіки займаються як закордонні так і вітчизняні вчені. У XX ст. були розроблені теорії інноваційної динаміки, закладені основи теорії інновацій в ритмі циклічно-генетичних закономірностей розвитку суспільства. Головна заслуга в цьому належить Й. Шумпетеру, Ф. Броделю, Г. Меншу, С. Кузнецю, М. Кондратьєву, П. Сорокіну. Проблеми інноваційного розвитку країн на сучасному етапі глобалізаційних процесів висвітлені в роботах вітчизняних науковців: В.Д. Базилевич, В.Г. Герасимчук, О.Л. Каніщенко, Л.Л. Кістерського, А.І. Кредісова,Н.Н. Мазуріної, В.Ф. Онищенка, В.Н. Парсяка, О.І. Рогача, Г.К. Рогова, А.О. Старостіна І.О. Ткаченка, А.С. Філіпенка, Т.М. Циганкової, М.Г. Чумаченка, Н.Н. Чурілова, О.І. Шниркова. На сучасному етапі найбільш комплексним підходом до визначення інноваційного капіталу держави є Глобальний інноваційний індекс, методика та обрахунок якого провадиться Міжнародною бізнес-школа INSEAD і Всесвітня організація інтелектуальної власності.

Мета статті. Метою даної наукової роботи є просторовий аналіз та суспільно-географічна інтерпретації Глобального інноваційного індексу (ГІІ).

Виклад основного матеріалу. Інноваційний капітал – це здатність галузей господарства або підприємств виробляти наукоємну продукцію, що відповідає вимогам світового ринку. [2] Інноваційний капітал, за своєю суттю є сукупністю законних прав (патентів, ліцензійних угод), об’єктів інтелектуальної власності та інших невідчутних активів і цінностей, які забезпечують здатність до оновлення та інновацій. [2]

Глобальний інноваційний індекс складається з 80 різних змінних, які детально характеризують інноваційний розвиток країн світу, що знаходяться на різних рівнях економічного розвитку. Автори дослідження вважають, що успішність економіки пов'язана, як з наявністю

інноваційного потенціалу, так і з наявністю умов для його втілення. Індекс розраховується як зважена сума оцінок двох груп показників: наявні ресурси та умови для проведення інновацій (Innovation Input); досягнуті практичні результати здійснення інновацій (Innovation Output).

Дослідження проводяться з 2007 р. і на даний момент представляють найбільш повний комплекс показників інноваційного розвитку по різних країнах світу. У 2012 р. дослідження охоплювало 141 країну, які в сукупності виробляють 99,4% світового ВВП і в яких проживає 94,9% населення планети. З метою кращої суспільно-географічної інтерпретації та унаочнення отриманих результатів, з комплексу показників Глобального інноваційного індексу обрано 13 характеристик (див. табл. 1), котрі на нашу думку найбільш повно розкривають сутність інноваційного капіталу.

Перш ніж розпочати аналіз обраних показників, необхідно зосередити увагу на особливостях територіальної диференціації Глобального інноваційного індексу (ГІІ) (див. Рис.1). Такі держави як США, Канада, Японія, Південна Корея, Нова Зеландія та Західна Європа (крім Португалії та Італії) представляють центр-ядро світосистеми в контексті територіальної диференціації ГІІ. Напівпереферія представлена країнами Східної та Центральної Європи (крім Білорусі та України), Китаєм, Тайванем, Камбоджею, Малайзія, Південною Африкою, Саудівською Аравією, ОАЕ, Єменом, Катаром, Кувейтом, Бахрейном та Чилі. Країни периферії зосереджені в Карибському басейні, Північній та Субсахарній Африці, Південній Америці та Центральній Азії.

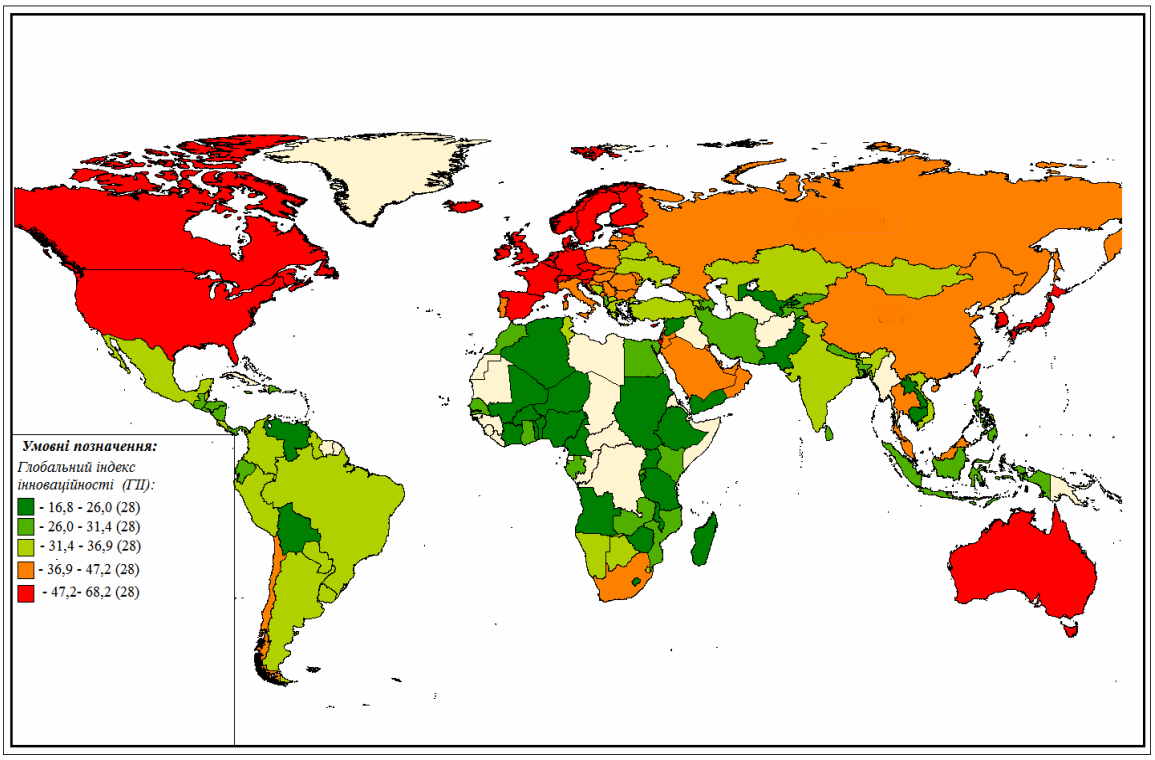


Рис.1 Картосхема територіальної диференціації Глобального інноваційного індексу, 2012 р [на основі 4]

Інституційною складовою ГІІ є регуляторна політика — напрям державної політики, спрямований на вдосконалення правового регулювання господарських відносин, а також адміністративних відносин між регуляторними органами або іншими органами державної влади та суб'єктами господарювання. [5]

Саме тому від ефективності ведення регуляторної політики залежить готовність національної економіки до інноваційних перетворень. Найбільш ефективно регуляторна політика провадиться в Європейсько-Російському світі, Східній та Південно-східній Азії. Слід відмітити високу ефективність регуляторної політики в Скандинавських країнах та державах Бенілюксу Європейсько-Російського світу, Гонконзі в Східній Азії та Сінгапурі і Новій Зеландії в Південно-Східній Азії. Найменш ефективно регуляторна політика реалізується в Південній Азії та Африканській Субсахарі. Кореляційний вплив показника «ефективність регуляторної політики» на формування Глобального інноваційного індексу (ГІІ) визначається як високий для всіх світів-систем.

Табл. 1.

Структура Глобального інноваційного індексу [на основі 4]

	Структура ГІІ	*Показники ГІІ, що використані для аналізу*

Глобальний індекс інноваційності	The Global Innovation Index	Міжнародна бізнес-школа INSEAD і Всесвітня організація інтелектуальної власності	Дослідження проводяться з 2007 року	*I. Інституційне середовище* - політичне середовище - регуляторна політика - бізнес середовище *II. Людський капітал та дослідження* - освіта - вища освіта - дослідження та розвиток *III. Інфраструктура* - інформаційні та комунікативні технології - розвиток інфраструктури - екологічна стабільність *IV. Особливості ринку* - Інвестування - Кредитування - Торгівля та конкуренція *V. Особливості ведення* бізнесу: - освіченість працівників - інноваційність зв'язків VI. Знання та їх трансформація в технології - Продукування знань; - Вплив знань - Дифузія знань VII. Результати інноваційної діяльності - продукування нематеріальних активів - продукування товарів та послуг; - створення он-лайн контенту	1. Ефективність регуляторної політики; 2. Простота відкриття бізнесу 3. Доступ до інформаційно-комунікативних технологій (ІКТ); 4. Рівень розвитку е-уряду. 5. Рівень конкурентної боротьби на внутрішньому ринку, 2011 р 6. Оцінка зайнятості у наукомістких галузях сфери послуг, 2008 (% робочої сили) 7. Роль кластерів в економіці (опитування респондентів) 8. Роялті та ліцензійні платежі (на тисячу ВВП, 2010 р.) 9. Частка імпорту високотехнологічної продукції в сукупному імпорті (2010 р.) 10. Імпорт комп'ютерів послуг зв'язку (% від імпорту комерційних послуг) 11. Кількість патентних заявок до національних агентств інтелектуальної власності ї 12. Кількість заявок до національних агентств ІВ для реєстрації корисних моделей;

Простота відкриття бізнесу (Індекс легкості ведення бізнесу)- індекс, розроблений задля порівняння простоти підприємницької діяльності між країнами світу, що укладається Світовим банком на основі річних даних. Вищі оцінки у індексі свідчать про краще та, зазвичай, простіше регулювання бізнесу, а також сильніший захист прав власності.

Найпростіше відкрити новий бізнес в країнах Європейсько-Російського, Східно-азійського світів. Найскладнішою процедура відкриття бізнесу є в країнах Африканської Субсахари. Показник «простота відкриття бізнесу» є важливим елементом визначення Глобального інноваційного індексу. Кореляційний вплив цього показника є високим для всіх світів-систем, а для Південної Азії та Південної Америки кореляційний зв'язок є середнім.

Говорячи про просторові особливості рівня *доступу до інформаційно-комунікативних технологій (ІКТ),* будемо оперувати значеннями Індексу розвитку ІКТ, що обраховується Міжнародним телекомунікаційним союзом. Тож, доступність до інформаційно-комунікативних технологій є найбільшою для Європейсько-Російського, Східно-азійського світів та країн Магрибу. Найменший рівень доступу до ІКТ відзначається в Південній Азії.

Кореляційний взаємозв'язок даного показника з ГІІ є найбільшим для держав Південно-Східної Азії (0,90), а найменшим для Європейсько-Російського (0,14) та Південно-азійського (0,27) світів-систем. Отже, доступ до ІКТ є апріорним для останніх двох світів систем, тобто забезпеченість доступу до інформаційно-комунікативних технологій є традиційно-високою для Європейсько-Російського світу та традиційно низькою для Південної Азії.

Рівень розвитку е-уряду – важливий елемент інформаційного постіндустріального суспільства. Це модель державного управління, яка заснована на використанні сучасних інформаційних та комунікаційних технологій з метою підвищення ефективності та прозорості влади, а також встановлення суспільного контролю над нею. [3]

Східноазійська світ-система характеризується найвищими показниками впровадження е-уряду. Особливо слід відзначити Південну Корею, впровадження е-уряду в якій розпочалося ще в 1967 році й зараз активно розвивається, засновуючись на передових підходах до управління та надання послуг населенню. Для решти світів-систем, крім Африканської Субсахари характерний близький до середньосвітового значення рівень розвитку е-уряду. Країни Субсахарної Африки відзначаються значним відставанням в процесі впровадження електронного управління, при цьому кореляційний вплив даного показника на формування Глобального інноваційного індексу є найнижчим серед всіх світосистем, а варіативний діапазон значень є найвужчим.

Інтенсивність конкурентної боротьби на внутрішньому ринку є одним з чотирьох елементів «діаманту конкурентних переваг Портера». Конкурентний внутрішній ринок змушує фірми настроювати свої операційні і контрольні стратегії на специфічну галузь чи середовище країни. Найбільш інтенсивно внутрішня конкурентна боротьба ведеться на східно-азійських ринках. Японські фірми навчились організовувати впровадження своїх відомих систем контролю запасів «кан-бан», одним з ключових моментів якої, є використання численних субпідрядників і постачальників, які мають стимул розміщуватися біля складальних заводів.

У деяких випадках, внутрішні ринки не будучи великими чи конкурентними, все ж знаходять свої глобальні ринкові ніші, які заповнюються зарубіжними дочірніми підприємствами транснаціональних компаній. Глобальна конкуренція в олігополістичних галузях заміщує внутрішню конкуренцію. Така ситуація характерна для транзитних економік та країн, що розвиваються в Африканській Субсахарі та Південній Америці.

Зайнятість у наукомістких галузях сфери послуг (частка від всієї робочої сили) є найвищою в Європейсько-Російській світосистемі, а найнижчою в Африканській Субсахарі та Південній Азії. При цьому, для останніх характерний дуже низький кореляційний вплив даного показника на формування ГІІ. Найбільший кореляційний зв'язок досліджуваного

показника на формування Глобального інноваційного індексу спостерігається в Південно-Східній Азії та Середній Америці.

Роль кластерів в економіці проявляється в формуванні системи підприємств, що діють в різних галузях господарства й об'єднані між собою зв'язками різних типів (виробничі та невиробничі) та різних напрямків (горизонтальні, вертикальні,внутрішні, зовнішні). Наявність кластерів сприяє збільшенню обміну інформацією й підвищенню ймовірності появи нових підходів, а також виникненню нових виробників, що з'являються з галузей-споживачів (постачальників) чи із суміжних галузей. Найбільшу роль кластери в економіці держави відіграють в Східній Азії та Південно-Східній Азії. Для решти світів-систем характерний близький до середньосвітового значення рівень участі кластерів в економіці. Найширший варіативний діапазон значень досліджуваного показника відзначається в Східній Азії та Європейсько-Російському світі. Тобто рівень кооперації між підприємствами різних галузей є дуже нерівномірним серед держав цих світосистем.

Роялті та ліцензійні платежі – це платежі між резидентами і нерезидентами, що мають право на користування об'єктами інтелектуальної власності (патенти, авторські права, товарні знаки, промислові процеси і франчайзинг). Найбільше таких платежів здійснюється в Східній та Південно-Східній Азії. Діапазон варіації значень даного показника є найширшим саме для згаданих вище світ-системних утворень. Найменш активними бізнес процеси з виплати роялті та ліцензійних платежів між резидентами та нерезидентами є в країнах Магрибу, Південній Азії та Африканській Субсахарі. Досліджуваний показник має високий рівень значущості при формування ГІІ для всіх світів-систем, за винятком Південноамериканського світу.

Частка імпорту високотехнологічної продукції визначається з вирахуванням ре-імпортованої продукції. До високотехнологічної відносять продукції авіакосмічної, телекомунікаційної, фармацевтичної, хімічної, комп'ютерної галузей, електроніку, електротехнічне машинобудування; озброєння. Найбільша частка імпорту саме високотехнологічної продукції характерна для Східної та Південно-Східної Азії. Особливо слід зупинити увагу на Гонконзі, де імпорт high-tech продукції складає 43,5%, Сінгапурі та Малайзії – 32,6% та Китаї – 25,6%. Подібна структура імпорту зазначених вище держав може говорити про недостатній розвиток high-tech галузей в межах господарського комплексу цих держав, або ж про спеціалізацію на інших видах господарської діяльності. Зокрема, для Гонконгу та Сінгапуру галузями спеціалізації є морський транспорт та портове господарство, телекомунікаційні та комерційні послуги. Найменша частка високотехнологічної продукції в сумарному імпорті характерна для Південної Азії, Африканської Субсахари та Пн. Африки і Пд.-Зх. Азії. Показник «частка імпорту високотехнологічної продукції» має незначний вплив на формування глобального інноваційного індексу.

В структурі імпорту комерційних послуг, важливу роль відіграє *імпорт комп'ютерів та послуг зв'язку.* До комплексу цих послуг включають міжнародні телекомунікаційні, поштові та кур'єрські послуги, створення баз даних, інформаційні послуги; будівельні послуги;професійні та технічних послуги, а також культурні та рекреаційні. Найбільша частка цієї продукції в структурі імпорту відзначається в Європейсько-Російському, Східно-Азійському та Південно-Азійському світах-системах, а найменша – в Південній Азії та Середній Америці.

Показники *«кількість патентних заявок до національних агентств інтелектуальної власності»* та *«кількість заявок до національних агентств ІВ для реєстрації корисних моделей»* визначаються виключно для резидентів. Територіальна диференціація цих показників описує однакову тенденцію. Найбільша кількість заявок на реєстрацію патентів та корисних моделей подається резидентами до національних агентств інтелектуальної власності в Східній Азії, Європейсько-Російському світі. Для країн Магрибу характерна значна кількість заявок для реєстрації корисних моделей, тоді як частка заявок на реєстрацію патентів є незначною.

Висновок. Інновації це – не лише технологічний прорив, це співпраця між бізнесом, державою, науковими установами, освітніми закладами. Для всіх країн світу «йти в одну ногу» з інноваціями означає поєднати заходи в сфері освіти, бізнесу, діяльності неурядових організацій та націлити їх на ціль – інноваційний прорив. Суспільно-географічний аналіз ГІІ дозволив з'ясувати слабкі та сильні сторони кожної держави, регіону світосистеми загалом та виокремити пріоритетні напрямки розвитку.

Використані джерела:
1. Герасимов А.В. Инновационное развитие экономики: теория и методология
2. Суярова О.О. Визначення поняття «Інноваційний капітал» та його структури
3. Офіційний сайт Світового банку - http://www.worldbank.org/egov/ World Bank: Definition of E-Government (10.004.2013)
4. The Global Innovation Index 2012 Stonger Innovation Linkages for Global Growth Soumitra Dutta, INSEAD Editor, Fontainebleau France, 2012 – 441 p
5. Закон України «Про засади державної регуляторної політики у сфері господарської діяльності» від 11.09.2003 № 1160-IV

III. *ПРИРОДНИЧА ГЕОГРАФІЯ: ТЕОРІЯ ТА ПРАКТИКА*

УДК 911.3

Дмитрук О.Ю., Шевчук О.В.

ДО ПИТАННЯ ПРО ГРАФІЧНЕ МОДЕЛЮВАННЯ СПЕЛЕОКАРСТОВИХ ТА СПЕЛЕСТОКАРСТОВИХ ЛАНДШАФТІВ

В статті висвітлено основні підходи до моделювання спелеокарстових та спелестокарстових ландшафтів. Проаналізовано та узагальнено досвід закордонних вчених в галузі моделювання карсту та карстових процесів. Обґрунтовано

використання тривимірних моделей спелеокарстових та спелестокарстових ландшафтів для потреб їх раціонального використання.

Ключові слова: моделювання, модель, карст, карстовий ландшафт, печера.

В статье освещены основные подходы к моделированию спелеокарстових и спелестокарстовых ландшафтов. Проанализирован и обобщен опыт зарубежных ученых в области моделирования карста и карстовых процессов. Обосновано использование трехмерных моделей спелеокарстових и спелестокарстовых ландшафтов для потребностей их рационального использования.

Ключевые слова: моделирование, модель, карст, карстовый ландшафт, пещера.

In article the basic approaches to modelling of speleokarstic and spelestokarstic landscapes are covered. Experience of foreign scientists in the field of modelling of a karst and karstic processes is analysed and generalised. Use of three-dimensional models speleokarstic and spelestokarstic landscapes for requirements of their rational use is proved.

Keywords: modelling, model, karst, karstic landscape, cave.

Постановка проблеми. Одним із ефективних та універсальних методів ландшафтних досліджень є моделювання. Питанню моделей та моделювання присвячена велика кількість праць 60-70-х років XX ст., серед яких є і географічні. В фізичній географії «модель» трактується досить широко. Арманд О.Д. свого часу називав моделлю «будь-яку систему, подібну до іншої системи, яка може братись за оригінал та слугувати для когось в чомусь замінником оригіналу» [1]. Розробленість питання сучасного графічного моделювання спелеокарстових та спелестокарстових ландшафтів є не достатньою. Основні підходи та принципи тривимірного моделювання спелеокарстових та спелестокарстових ландшафтів не висвітленні в сучасній вітчизняній науковій літературі, що є спонукальною метою цього дослідження.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Загальні підходи до моделювання, як методу науково пізнання в географічній науці розкриваються в працях Арманда О.Д., Жучкової В.К., Ігошина М.І., Гродзинського М.Д., Швебса Г.І. та ін. Моделі карстових ландшафтів розглядаються в працях закордонних геологів-карстологів: Ford D.C., Williams P.W., Kusky T., Monroe W.H., Palmer A.N. та ін. Побудові картографічних моделей районування карсту присвячені роботи таких радянських та вітчизняних вчених як: Вахрушев Б.О., Дублянский В.М., Дублянска Г.І, Зенгіна С.М., Іванов Б.М., Климчук О.Д., Ломаєв А.А., Максимович Г.О, Маринич О.М. та ін. Методика тривимірного моделювання печерного простору висвітлена в праці Kincaid T.R., Jablonski J.

Постановка завдання. Основною метою статті є висвітлення загальних підходів до моделювання спелеокарстових та спелестокарстових ландшафтів, здійснення аналізу та узагальнення досвіду закордонних вчених в галузі моделювання карсту та карстових процесів. Обґрунтування використання тривимірних моделей спелеокарстових та спелестокарстових ландшафтів для потреб їх раціонального використання.

Виклад основного матеріалу. Моделі не є чимось принципово новим для географії. Практично з самого зародження географії в ній почали

використовуватись елементи моделювання та самі елементарні моделі у вигляді описів, замальовок, а з часом схем та карт. Таким чином будь-які форми фіксації результатів спостережень – описи, рисунки, карти, рівняння, таблиці, схеми, а на сучасному етапі розвитку космічних та ГІС технологій, космічні фотознімки та тривимірні зображення – є моделями.

З наукової точки зору моделювання розуміється досить широко, як створення образу певного явища чи процесу. Термін “модель” походить від лат. – *modulus* – міра, зразок, норма. В загальному тлумаченні модель – будь-яка система, яка здатна повторити чи повторює “оригінал”, що цікавить дослідника.

Відповідно до поставлених цілей та задач географічного дослідження моделювання може виступати в якості експериментального методу, що ґрунтується на заміні конкретного об’єкту досліджень (процесу чи явища) іншим, подібним до нього (моделлю). При цьому модель має знаходитись у певній відповідності до досліджуваних процесів чи явищ, замінюючи їх на окремих етапах пізнання, даючи в кінцевому етапі інформацію про сам об’єкт, що моделюється. Модель повинна відповідати таким вимогам як: цілковита подібність або відповідність об’єктові моделювання на конкретний момент часу; узгодженість моделі з поставленими завданнями дослідження та очікуваними результатами; об’єктивність – на модель не повинні впливати суб’єктивні погляди її творців; простота та зручність у використанні – навіть сама складна за змістом модель має бути інтуїтивно зрозуміла.

«Модель» та «моделювання» – це два взаємопов’язаних поняття. Суть моделювання полягає в процесі відтворення моделі об’єкту дослідження (явища чи процесу), за для вирішення поставлених задач певними методичними прийомами та здійснення контролю над результатами дослідження та їх реалізацією. При моделюванні природного середовища застосовують два класи моделей: *фізичні* та *концептуальні*. *Фізичні моделі* в свою чергу залежно від способу вираження дійсності поділяються на: 1) фізичні генералізовані (застосовуються для компактного виразу інформації, наприклад макет); 2) фізичні ідеалізовані (модифікація оригіналу, що втілюються в елементах однорідного чи різнорідного субстрату та побудовані у відповідності до певних правил). *Концептуальні моделі* діляться відповідно до способу вираження подібності на: 1) концептуальні неформалізовані (фотографії та блок діаграми); 2) концептуальні формалізовані (знакові, картографічні, логіко-математичні та ін.). У свою чергу логіко-математичні поділяються на детерміновані, стохастичні і детерміновані вірогідні. Концептуальні моделі в свою чергу поділяються на *статистичні* та *динамічні*.

Усі моделі мають певне призначення, тобто цілі з якими дослідник їх використовує. За таким принципом моделі можна підрозділити на чотири види: 1. *імітаційні моделі* – моделі що імітують конкретну властивість досліджуваного об’єкту чи процесу. Окремим підвидом імітаційних моделей є імітаційно-оцінні. Вони відображають реакцію системи на зміну

одного, чи декількох показників; 2. *класифікаційні* – це системи розподілу будь-чого за групами, тобто виділення груп за спільним ознаками чи під певним кутом зору, при якому проявляються спільні риси; 3. *оптимізаційні* (нормативні) – це моделі, що відображають стан системи в межах заданих параметрів, елементів та зв'язку і т.д.; 4. *оцінні моделі* – форма впорядкування інформації, що кількісно передає відношення окремої людини, соціальної групи до ступеня визначеності елементів системи, а також визначити ступінь придатності, сприятливості та гідності.

Графічні та картографічні моделі карсту. Графічне моделювання – процес графічного відтворення особливостей, взаємозв'язків, властивостей, характеристик, параметрів певного явища чи процесу, метою якого є візуалізація, що забезпечує наочність модельованого процесу чи явища та змін, що відбуваються з моделлю під час виконання поставлених завдань дослідження.

Найпоширенішими формами графічного зображення моделей карсту є схеми, блок-діаграми, графіки, плани печер, карти, умовні позначення, розрізи, фото та космічні знімки, 3-D моделі, що відображають карст у його чисельних проявах (карстові процеси, явища, форми і т. д.). Далі будуть розглянуті деякі з перерахованих графічних моделей карсту.Одними з перших графічних моделей карсту були плани печер. Згадки про такі плани, та їх описи часто зустрічаються в наукових працях присвяченим тематиці карсту. Однак такі моделі (плани) були досить примітивними та відносними, оскільки повноцінної топографічної зйомки тоді ще не було.

Зазвичай перші плани та карти печер робили люди освідченні, які мали базові знання про природу – мандрівники чи торговці. Інколи до дослідження тих чи інших печер мали відношення історичні постаті. Першу карту Мамонтової печери зробив Томас Джефферсон (Thomas Jefferson) третій президент США. Зіставлена ним карта містила детальний опис печери, в якому зазначались місця розміщення джерел, сталактитів, сталагмітів, перепадів висот, вказані довжини ходів і т. д. Таким чином карта Джефферсона є однією з перших моделей карстової печери, яка для свого часу була виконана на високому науковому рівні.

Графічні моделі карсту досить різноманітні і в той же час специфічні, тому що створюються відповідно поставлених завдань досліджень. Існують моделі–схеми, що відображають карстовий ландшафт з його поверхневими та підземними формами, при чому на них зображені одразу усі можливі прояви карсту. Такі моделі ідеалізовані і мають на меті показати багатогранність карсту та його проявів. Однак в природі досить рідко трапляються карстові ландшафти які б містили усі можливі карстові форми рельєфу. Особливістю таких схем є те, що в них не має математичної основи, як наприклад в картах. Існують моделі, які є генералізованими копіями конкретних ландшафтів. Прикладом може слугувати модель типового карстового ландшафту штату Кентуккі, США –

зображена у праці Monroe W.H. Модель, відтворювала притаманні карстові форми рельєфу та гідрологічну мережу згаданої вище місцевості.

В праці Ford D.C., Williams P.W. [3] «Гідрогеологія та геоморфологія карсту» авторами наводиться приклад гіпотетичної моделі карстової системи, призначення якої полягає в демонстрації складності природних карстових систем. В умовах переважання процесу розчинення, характерна особливість полягає у тому, що циркуляція води під землею відбувається через систему тріщин та річкових русел. Знаходячись зазвичай глибоко, більшість систем тунелів можуть, на відміну від поверхневих русел, витримати «зіскоблюючу» деструктивну діяльність льодовика. Річкова мережа, що знаходиться на поверхні руйнується після кожного впливу льодовика у той час коли підземні карстові форми зберігаються в модифікованому вигляді. Створення графічних моделей карсту на пряму пов'язане з картографічним моделюванням. Картографічне моделювання це - творчий процес результатом якого є отримання картографічної моделі. Картографічне моделювання складається з трьох етапів. На першому етапі здійснюється вивчення системи-оригіналу реальної дійсності та побудова моделі, на основі вивченого та в межах завдань дослідження. На другому етапі здійснюється дослідження усіх можливих характеристик створеної моделі. Третій етап – перенесення отриманих з моделі якісно нових знань, на систему-оригінал, внаслідок чого відбувається збагачення змісту останньої. Однак картографічне моделювання не єдиний спосіб отримання графічних моделей карсту. Динаміку розвитку карсту можна зобразити у вигляді графіку на основі статистичних даних, а процес каустифікації хімічним рівнянням. Картографічні моделі займають провідне місце серед графічних моделей карсту, і це не дивно тому, що картографічне моделювання не рідко замінює експеримент, а картографічні моделі продукують нові знання.

За роки дослідження карсту України та його картографування, вченим вдалось накопити значний картографічний фонд присвячений цій тематиці. Найпоширенішими є наступні карти: типів карсту; карстуючих порід; карстових форм; крупномасштабні геоморфологічні карти ; районування карст; оціночні карстологічні карти (активності карстового процесу, щільності карстових форм, карти карстонебезпеки, інженерно-геологічні, гідрогеологічні та комплексні карстологічні карти) [2].Прикладом картографічної моделі карсту не обов'язково повинна бути карта на якій позначені ареали залягання карстових порід. Моделлю може бути структура районування карсту (карстова країна – провінція – область – район) та власне самі принципи на основі яких і відбувалось групування самих менших структурних одиниць в найбільші.

Районуванням карсту України займалось багато видатних радянських учених карстологів-географів та карстологів-геологів, проте відсутність спільних принципів виділення таксонів, внаслідок різних методологічних підходів унеможливлювала створення єдиного районування карсту яке б не викликало протиріч.

Запропонована модель районування карсту України розроблену у 1992 р. Н.М. Дублянською та В.Н. Дублянським, змогла знівелювати усі методологічні розбіжності. В якості основних класифікаційних ознак були обрані структурно-тектонічна, що визначає приналежність, склад та водопроникність карстуючих порід, та геолого-географічну, що визначає наявність та розчинну здатність карстових вод. Був застосований таксономічний ряд: країна – провінція – область – район; перші два таксони виділялись на основі структурно-тектонічних (структури I, II порядків), останні два – геоморфологічних та літолого-генетичних ознак. При районуванні враховувалась розмірність таксоні в одного рангу, що відповідно відносились до одного рангу за площею. Також були використовувались раніше введені назви виділених таксонів, а їх межі були уточнені. Таким чином подружжям Дублянських, на основі аналізу тектонічних, геологічних, гідрогеологічних, інженеро-геологічних та гоморфологічних карт СРСР та Європи, існуючих районувань карсту СРСР та УРСР та її окремих регіонів, з їхнім подальшим уточненням, вдалось виокремити: 3 карстових країни, 7 карстових провінцій, 16 карстових областей та 46 карстових районів.

На сучасному етапі розвитку геоінформаційних технологій (ГІС) відкриті нові можливості подання просторової інформації не у двох вимірах, як на звичайних картах, а у трьох. Нині все більшої популярності набувають тривимірні (3-D) моделі в науках про Землю, тому що вони здатні показувати просторові взаємозв’язки та зміни, які не можливо відобразити на стандартних двовимірних картах. Зокрема розвиток картографування печер значною мірою стримується через те, що двовимірні карти пропонують обмежену можливість візуалізації та інтерпретації спелеоданих.

Однією з перших 3-D моделей карстових печер стала модель затопленої водою печери Кіркгоз-Сулуін (Kirkgoz-Suluin), що розташована в межах гір Таурус та травертинового плато Анталіа, поблизу міста Досемеалті (Dosemealti), що на півдні Туреччини. Створення моделі відбувалось в межах проекту «Karst Dive» (1995-1996 рр.). Проект «Karst Dive» [4] проводився за участі міжнародної організації “Global Underwater Explorers» (Всесвітні підводні дослідники) та «International Research and Application Center for Karst Water Resources» (Міжнародний центр дослідження та освоєння карстових водних ресурсів) в межах програми турецьких національних гідравлічних робіт (The Turkish State Hydraulic Works). Метою проекту був збір нової інформації, щодо структури прохідності гір Таурус через карстові печерні системи. Цікавість до печер була викликана у зв’язку зі збільшенням проблем пов’язаних з підтримкою та захистом відповідного водозабезпечення за для збільшення кількості населення в прибережних районах південної Туреччини, яке залежить від карстових водних ресурсів. Карстові води використовуються для іригації та гідроенергетиці.

Побудова 3-D моделей карстових печер відкриває можливість їх дистанційного дослідження. Так дистанційне дослідження карстових печер проводилось і до виникнення ГІС технологій, за допомогою геологічних, тектонічних, геоморфологічних та ін. карт. Проте 3-D моделювання дозволяє по новому інтерпретувати та візуалізувати існуючу дані карт чи топографічних робіт.

Висновки. Підсумовуючи більш ніж столітній досвід зарубіжних та вітчизняних учених карстологів, геологів, географів-ландшафтознавців, картографів, варто зазначити, що метод моделювання, а особливо побудова графічних моделей є одним із найінформативніших. Моделювання не рідко замінює експеримент оскільки не є таким витратним і водночас є джерелом отримання абсолютно нових знань. По праву метод моделювання вважається найбільш універсальним і таким, що як найкраще відповідає вимогам сучасної науки. Графічні моделі карсту досить різноманітні і захоплюють практично усі аспекти карсту як процесу, явища. Такий підхід дає можливість відтворити графічно в зрозумілій інтерпретації усю складність та багатогранність карсту в усіх його проявах. Тривимірні моделі спелеокарстових та спелестокарстових ландшафтів – це майбутнє у дослідженні печер та їх раціональному використанні. На відміну від двовимірних карт печер, 3-D моделі дають можливість візуалізувати об’єм печерного середовища, та по новому інтерпретувати вже відому інформацію, що сприймається більш природно та легше засвоюється.

Використані джерела:

1.Арманд А.Д. Наука о ландшафте: основы теории и логико-математические методы. – М.: Мысль, 1975. – 288 с.

2.Вахрушев Б.А., Дублянский В.И. Методика составления геоморфологических карт крупного масштаба при изучении закарстованных территорий // Картографирование и районирование карста в связи с освоением территорий. - Владивосток, 1986. - С. 46-47.

3.Ford, D.C., Williams, P.W. Karst Hydrogeology and Geomorphology. Wiley, Chichester. – 2007. - 562 p.

4.Kincaid T.R., Jablonski J. Project “Karst dive 95”, technical report. Exploration of Phreatic Caves in the Taurus Mountain Region of Southern Turkey near Antalya. Department of Geology & Geophysics University of Wyoming, “Global Underwater Explorers”. – 1996. - 56 p.

УДК 911.3

Когайчук С.Ю.

САДОВИЙ ЛАНДШАФТ – ЯК ОБ'ЄКТ СІЛЬСЬКОГОСПОДАРСЬКОГО ТУРИЗМУ

У статті описано актуальні напрямки розвитку сільського туризму в українській сільській місцевості. Розглянуто особливості функціонування садового ландшафту як об'єкту сільського туризму. Проаналізовано переваги використання плодового саду в аграрному та промисловому туризмі. Виокремлено низку своєрідних рекреаційних «послуг», які спроможний реалізувати садовий ландшафт. Проаналізовано потенціал території України що до включення садових ландшафтів як туристичних об'єктів у структуру сільського та промислового туризму, а також у рекреаційну діяльність. Виокремлено промислові об'єкти галузі садівництва, що можуть стати предметом огляду в екскурсійних маршрутах не лише сільського, але й промислового туризму.

В статье описаны актуальные направления развития сельского туризма в украинской сельской местности. Рассмотрены особенности функционирования садового ландшафта как объекта сельского туризма. Проанализированы преимущества использования плодового сада в аграрном и промышленном туризме. Выделено ряд своеобразных рекреационных «услуг», которые способен реализовать садовый ландшафт. Проанализирован потенциал территории Украины что до включения садовых ландшафтов как туристических объектов в структуру сельского и промышленного туризма, а также в рекреационную деятельность. Выделены промышленные объекты отрасли садоводства, которые могут стать предметом обзора в экскурсионных маршрутах не только сельского, но и промышленного туризма.

This article describes current trends in the development of rural tourism in Ukrainian countryside. Peculiarities of the garden landscape functioning as a rural tourism are considered. The advantages of orchard using in the agricultural and industrial tourism are analyzed. Singled out a number of distinctive recreation "services" that is able to implement a garden landscape. The potential of Ukrainian territory concerning the inclusion of garden landscapes as tourist sites in the industrial structure of agriculture and tourism, as well as recreational activities is analyzed. Industrial facilities of horticulture have been singled out, which may be the subject of review in tour itineraries not only agricultural, but also industrial tourism.

Наприкінці XX ст. активного розвитку набула туристична діяльність у сільській місцевості. В результаті виник новий напрям у туризмі – сільський туризм, заснований на активному відпочинку в сільській місцевості. Сільський туризм швидко поширився країнами Європи: Угорщиною, Чехією, Польщею, Словаччиною, Великобританією. Сьогодні його сфера є найбільш динамічно зростаючим сектором світового туристичного господарства. Найбільший інтерес до сільського туризму зумовила можливість відпочиваючих задовольнити рекреаційні потреби, відновити життєві сили на територіях із позитивною екологічною ситуацією та ознайомитись із особливостями сільського життя. Привабливим є різноманіття туристичних занять: пізнавальних (культурно-історичні, етнографічні, природні цінності), розважальних (полювання, рибна ловля, збір грибів, ягід, трав, викачка меду), оздоровчих (купання у

водоймах, фізична господарська праця, постійний контакт з природою) [1,с.167]. Перераховані вище переваги роблять сільський туризм одним із ефективних та перспективних видів рекреаційної діяльності.

Розвиток туризму у будь-якому регіоні базується на трьох складових: природному (натуральному, натурально-антропогенному, антропогенному) ландшафті або окремих (історичних, архітектурних) його елементах, наявності туристів та відповідної інфраструктури [3,с.4]. Сучасний етап туристичного розвитку сільської місцевості також робить акцент на природних, культурно-історичних особливостях території та соціальних умовах, що сприятиме економічному розвитку рекреаційного району, і відповідно, виведе його на краще місце у системі об'єктів туристичного ринку [1,с.167].

Проте, туризм у регіоні інколи може розвиватися за наявності лише туристів та ландшафтних комплексів. Сьогодні, екскурсоводи що надають відповідні послуги, акцентують увагу на пам'ятках історії, архітектури та заповідних об'єктах природи. Часто поза увагою залишається «оригінальне, унікальне поєднання всіх цих пам'яток і об'єктів природи - ландшафт». Варто пам'ятати про те, що ландшафт є однією з основних складових туризму, яка безпосередньо впливає на якість туристських послуг [3,с.4]. Прикладом цього є сільськогосподарський ландшафт українського села.

В Україні сільський туризм існував давно, адже в селах, які не мали відповідної рекреаційної бази, у літній період було багато відпочиваючого міського населення. В сучасній формі напрям почав розвиватися лише останні 10-15 років [6]. Українське село приваблює сотні тисяч туристів різноманітністю та красою ландшафтів, самобутнім фольклором, народним мистецтвом, смачними домашніми стравами, зокрема багатими лікувально-рекреаційними ресурсами та історико-архітектурною спадщиною. Вирізняється наше село добрими, працьовитими і темпераментними людьми.

Актуальності в Україні набув і сільський аграрний туризм – вид сільського туризму, що передбачає використання майна фізичних осіб, особистих селянських та фермерських господарств з метою рекреації – тимчасового розміщення (проживання) туристів та активного їх залучення до традиційних форм сільського господарювання. Це закономірно, оскільки, одними із фонових для України є сільськогосподарські ландшафти. Зокрема, кожен регіон має свої специфічні природні, історичні та соціально-економічні особливості, що дає змогу суттєво урізноманітнювати туристську діяльність. Такою особливістю для Поділля є садові ландшафти, які мають глибокі корені в історії цього мальовничого регіону. Зокрема Вінниччину – по праву називають центром яблуневого краю, адже за останні десять років вона лідирує серед інших областей держави за площею багаторічних насаджень та іншими показниками галузі. Сьогодні до Спілки сільського зеленого туризму Вінницької області

входить чотирнадцять садиб (табл.1, рис.1), однак садові ландшафти (рис.2) у структурі їх діяльності не задіяні.

Таблиця 1

Садиби Спілки сільського зеленого туризму Вінницької області

Район	*Населений пункт*	*Назва садиби*
Барський	Бар	
	Гайове	Подільська Родина
	Гармаки	Родинне гніздо
	Комарівці	Калиновий світ
	Кузьминці	На коні
Гайсинський	Губник	Родинне гніздо
Літинський	Кам’янка	Ненькина колиска
Могилів-Подільський	Могилів-Подільський	
	Бернашівка	Затишок
Немирівський	Перепеличчя	Медова заводь
Тиврівський	Канава	Родинне гніздо
Тростянецький	Ладижин	
Ямпільський	Буша	Подільська хата, Чарівний куточок

Рис.1. Населені пункти, садиби яких входять до Спілки сільського зеленого туризму Вінницької області

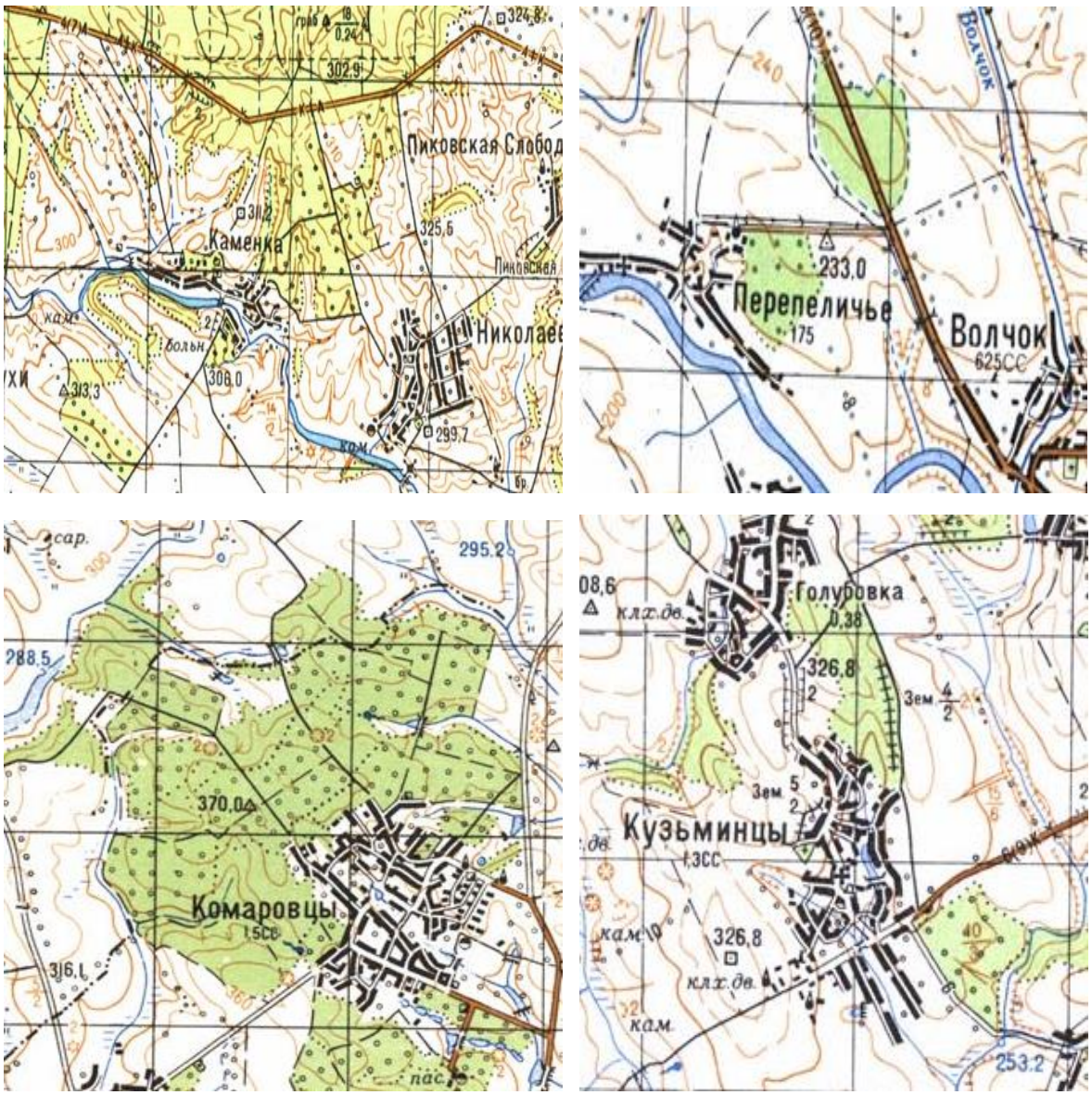


Рис.2.Населені пункти з багаторічними плодоягідними насадженнями

Садовий ландшафт є своєрідним, особливим, неповторним витвором рук людських. Органічне поєднання неповторної краси та користі добре задовольняють потреби найвибагливішого туриста. Влітку суцільний затінок саду закриє від пекучих променів сонця, восени – від дощу. А ще кращий сад восени: в кронах добре помітні плоди, під вагою яких нагинається гілля. Приємний настрій подарують велике рум'яне яблуко, ніжна запашна груша, м'який персик, соковиті вишні та черешні. Навесні зачарує сад зеленим листям та буйним білим і рожевим цвітінням.

Плодові дерева та сади як тепер, так і раніше, цінують не лише за їх смачні та корисні плоди, але й за неймовірну їх красу у період цвітіння та плодоношення, за красу їх різноманітних крон. Сьогодні науковці в галузі плодового декоративного садівництва вивели чимало спеціальних декоративних форм плодових дерев, які вражають різноманіттям та яскравістю забарвлення квітів, великими та численними суцвіттями,

значною кількістю та декоративністю плодів, забарвленням листя та своєрідною будовою крон. Декоративні сорти яблунь, груш, вишень, черешень, персиків, абрикос та інших плодових дерев в останні роки значно збільшили свою численність. Значна їх кількість може успішно сприяти закладанню декоративних плодових садів, які є гарною складовою сільського туризму.

Окрім забезпечення відпочинку, естетичної та пізнавальної функції, сад сприяє розширенню можливостей реалізації продукції особистого господарства як готових продуктів харчування [1,с.167]. Адже так приємно теплим сонячним ранком вийти у сад, зібрати до сніданку стакан малини, чи зірвати ароматну полуницю та із задоволенням поласувати. Таким чином, турист має можливість здійснити прогулянку садом, зібрати вподобані плоди та збагатити свій організм вітамінами. А домашній компот? Не із сухофруктів, а «живий» – рожевий, з чорної смородини, із легким ароматом малини та яблук... Що може бути краще у похмурий день? Чи варто лишати себе задоволення насолоджуватись дарами саду? Тим більше, коли корисне цілком поєднується із приємним. Співставивши багатий вітамінний склад плодів та естетичну красу плодових дерев, можна з легкістю зазначити – скільки у садах чарівності!

Доцільно створити системи садів, де можна було б зберегти й розмножити притаманні лише певній місцевості сорти плодових дерев і кущів. Сади стародавніх сортів яблунь, груш, слив, вишень та інших дерев для туристів були б не менш цікавими, ніж інші природні об’єкти. Відповідно сім’ї, які приймають відпочиваючих, мають вдосконалювати та розширювати асортимент фруктових дерев, ягідників, позитивно змінювати їх структуру з метою зацікавлення туристів.

Відчутний вплив на набір послуг, що представлені у системі сільського туризму, здійснює галузева спеціалізація. Сільське господарство включає підгалузі рослинництва та тваринництва, які мають безпосереднє значення для конкретизації набору послуг і визначають привабливість сільської праці для відпочиваючих в сільській місцевості. Так, наприклад, спеціалізація господарства території на галузях садівництва може стати важливою передумовою зайнятості відпочиваючих на роботах зі збору плодів, ягід, винограду. Окрім того, актуальним для розвитку сільського туризму є поява нових форм ведення господарства (особливо фермерства) [1,с.168]. Отже, сільськогосподарський туризм є не лише базою становлення «сільського туризму», але й фоновим для інших видів туристичної діяльності [3,с.5].

Садовий ландшафт як туристичний об’єкт доцільно використовувати і у промисловому туризмі, що почав розвиватися в Україні останніми роками. Для підприємців здійснення таких туристичних маршрутів та екскурсій сприяє презентації компанії та галузі загалом, виступає оригінальним способом представити свою продукцію. Для туристів – це можливість побачити виробничі потужності, ознайомитися з історією

розвитку галузі, та на власні очі побачити процес створення відомих товарів [4,с.92].

Велику увагу власній рекламі приділяють європейські та американські міста, адже для більшості з них – це спосіб життя. Тому, як бачимо, виникають гірськолижні, театральні, торговельні, книжкові, ботанічні, кавові, винні міста. Ці типи міст не склалися історично, вони були обрані містами свідомо. В цьому випадку варто згадати про поняття «бренду території», головною метою якого є створення сильного та конкурентоспроможного регіону. Розробляється він для підтримки просування товарів та послуг, вироблених у регіоні та ін. Розробка туристичного бренду території дозволяє підтримувати розвиток різних видів туризму, в тому числі промислового [5,ст.112]. Прикладом бренду території в Україні є всесвітньо відомий горілчаний завод у Немирові.

У кожній області України є промислові об’єкти, які можуть викликати інтерес у туристів. Якщо говорити про об’єкти промислового туризму у галузі садівництва, то до них можна віднести: завод «Коктебель», компанії «Сандора» і «Джаффа», завод соків та напоїв «Ерлан» (ТМ «Біола»). У Вінницькій області – «Вінні Фрут», «Поділля Обст», «Пфаннер Бар», Могилів-Подільський та Мурафський консервні заводи.

Отже, промисловий туризм стимулює розвиток промислових регіонів, дозволяє використовувати існуючі промислові об’єкти у повному обсязі, не потребує створення додаткової інфраструктури. Через використання уже існуючих промислових об’єктів, промисловий туризм у селі потребує менше часу та інвестицій для розвитку, ніж інші види туризму [5,с.113]. Таким чином, садові ландшафти у структурі сільськогосподарського туризму спроможні відіграти важливу роль, оскільки, урізноманітнивши природні ресурси сільської місцевості, посилюють можливість їх комплексного використання. Наприклад, поєднання полювання, риболовлі, збір грибів, плодів, ягід, лікарських рослин одночасно, посилює соціально-економічний ефект від їх використання [1,с.168]. Садові ландшафти надають можливість реалізації таких «послуг»:

1. відпочинок на свіжому повітрі;
2. споживання свіжих якісних плодів, які є джерелом вітамінів, органічних кислот та інших корисних сполук;
3. реалізація естетичних, духовних потреб;
4. фізична господарська праця;
5. реалізація пізнавальної мети відпочинку (інформація про місцеві сорти, особливості догляду за садом, формування декоративного саду);
6. знайомство із народною творчістю (пісні, легенди які розповідають про плоди, плодові дерева) та кулінарією (старовинні рецепти страв та напоїв із фруктів).

Враховуючи вище згадані аспекти, у межах України та окремих її регіонів можна використовувати садовий ландшафт як об’єкт

сільськогосподарського туризму у сільській місцевості, а поєднання сільського господарства та рекреаційної діяльності в межах спільної території буде корисним як для суспільства, так і для природи.

Використані джерела:
1.Биркович В.І. Сільський зелений туризм – пріоритет розвитку туристичної галузі України / В.І.Биркович // Стратегічні пріоритети: Науково-аналітичний щоквартальний збірник. – 2008.– №1(6). – С.138-143.
2.Грец О.П. Малый туристический бизнес в сельской местности: обоснование предпосылок развития / О.П.Грец // Культура народов Причерноморья. – 1999. - №10. – С.167-170.
3.Денисик Г.І. Туризм в антропогенному ландшафтознавстві / Г.І.Денисик, Л.І.Стефанков // Туризм як фактор розвитку регіону. – Вінниця, 2011. – С.3-7.
4.Кулєш В.Г. Перспективи розвитку промислового туризму в світі та Україні / В.Г.Кулєш // Вісник ДІТБ. – 2010. - № 14. – С.90-95.
5.Кулєш В.Г. Промисловий туризм як основа функціонування туристичного бренду індустріального регіону / В.Г.Кулєш // Вісник ДІТБ. – 2012. - № 6. – С.109-114.
6.Чеглей В.М. Сільський зелений туризм як вид рекреаційної діяльності / В.М.Чеглей // Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України. – 2011.– Вип.163.частина 1

УДК (338.48-32:796.9) (252.451/454)

Коковський Л.О.

ФОРМУВАННЯ СИСТЕМИ ПОКАЗНИКІВ ОЦІНКИ ПРОЦЕСІВ ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ НА РЕГІОНАЛЬНОМУ РІВНІ

В статті запропонована система індикаторів процесів природокористування на регіональному рівні на основі поєднання підходів щодо оцінки природо-ресурсного потенціалу та використання природних ресурсів у економічному та екологічному вимірах.

Ключові слова: природокористування, система показників, природо-ресурсний потенціал, використання природних ресурсів.

В статье предлагается система индикаторов процессов природопользования на региональном уровне на основе сочетания подходов к оценке природно-ресурсного потенциала и использования природных ресурсов в экономическом и экологическом измерениях.

Ключевые слова: природопользование, система показателей, природно-ресурсный потенциал, использование природных ресурсов.

The paper is dedicated to formation of a system of indicators to measure environmental processes at the regional level through a combination of approaches of estimation of natural-resource potential and natural resources using in economic and environmental dimensions.

Keywords: indicators system, natural resource potential, natural resources using.

Постановка проблеми. Природні ресурси є фундаментом існування суспільства та основою економіки. З кожним десятиріччям масштаби природокористування стають значнішими, а наслідки для навколишнього середовище відчутнішими. Саме поняття «природокористування» охоплює весь вплив суспільства на природу, в тому числі і на її охорону, освоєння,

відтворення та раціональне використання в процесі життєдіяльності людей. Для дослідження всіх процесів природокористування на регіональному рівні першочерговим завданням є формування системи показників, яка була б реальною, об'єктивною та практичною.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання природокористування досить широко висвітлені у наукових працях як українських, так і зарубіжних вчених. Серед вітчизняних науковців слід насамперед виділити роботи Балджи М.Д., Гавриленка О.П., Грановської Л.М., Гуцуляк Г.Д., Данилишина Б.М., Ігнатенка М.Г. Руденка В.П., Олійника Я.Б., Хвесика М.А. Серед російських авторів, які торкались безпосередньо досліджень показників природокористування та сталого розвитку, варто назвати Бобилева С.Н., Євсєєва О.В., Лобанова Н.Я, Невську М.А., Шапарева Н.Я. та інших. Більшість підходів до формування показників природокористування не відображають комплексності пов'язаних з ним процесів та не створюють цілісної системи для дослідження.

Постановка завдання. Метою дослідження є формування системи показників оцінки процесів природокористування на регіональному рівні. Серед сотень показників, що характеризують використання природних ресурсів, лише деякі з них можуть відповідати конкретним і кількісним цілям. Автор ставить за мету створити систему показників природокористування, що б відображала з одного боку економічний потенціал та ефективність використання природних ресурсів, з іншого - вплив на навколишнє середовище та критичні межі цього впливу. У статті автор прагне охопити максимально об'єктивні та реалістичні показники за видами ресурсів: мінеральні, водні, земельні, лісові, рекреаційні та біологічні.

Виклад основного матеріалу. При відборі показників для дослідження процесів природокористування автор користувався наступними критеріями [4]:

- кількісний вимір і, власне, вимірюваність в умовах окремого регіону України;
- можливість оцінки в динаміці;
- адаптованість до діючої системи національної статистики та можливість співставлення із міжнародними показниками;
- чіткість і однозначність інтерпретації як для осіб, які приймають рішення, так і для нефахівців;
- можливість відображення екологічної і/або економічної складової використання ресурсів.

Крім того, враховуючи специфіку природокористування, показники повинні відображати:

- прогрес у продуктивності та ефективності використання ресурсів;
- оцінку впливу на навколишнє середовище процесів використання природних ресурсів;

- еко-ефективність – прогрес у зменшенні екологічного навантаження ресурсопоживання;
- природо-ресурсний та екологічний потенціал території;
- граничнодопустимі значення впливу на навколишнє середовище.

Зважаючи на визначені критерії, можна виділити ряд суспільно-географічних особливостей формування регіональної системи показників.

По-перше, на думку Н.Я. Шапарєва, показники регіонального природокористування повинні відповідати державним показникам, проте можуть бути уточнені із врахуванням специфічних природо-кліматичних умов, наявністю і розподілом природних ресурсів, системою територіальної організації населення і економіки, міжрегіональними зв'язками [5, с. 1094]. Дійсно, наявність значних регіональних відмінностей природних умов і ресурсів, господарської діяльності може зумовлювати певні відмінності індикаторів оцінки. Зважаючи на це, пропонується включати до системи показників процесів природокористування кожного окремого регіону лише від 50 до 80% базових національних показників. Решта індикаторів мають відбивати регіональну специфіку процесів природокористування і підбиратись з запропонованого переліку на рівні місцевих органів влади.

По-друге, для забезпечення ефективності управління на регіональному рівні, потрібно визначити цільові орієнтири та граничні значення показників для кожного окремого регіону.

По-третє, зважаючи на екоємність території та з метою забезпечення її сталого розвитку, для кожного регіону окремо необхідно визначити максимальні рівні споживання природних ресурсів [4].

Для того, щоб вирішити поставлену у дослідженні методологічну проблему, автор вважає за необхідне поєднати підходи до формування системи показників на регіональному рівні. З цією метою було створено матрицю, що складатиметься з чотирьох полей і визначатиме зв'язок між характером показника (економічні й екологічні) та стадією природокористування (використання природних ресурсів та оцінка природо-ресурсного потенціалу, його збереження та відновлення). Отже, перше поле, буде включати економічні показники, що характеризуватимуть ефективність використання природних ресурсів, друге – оцінку природо-ресурсного потенціалу, третє – показники впливу природокористування на стан екології, і четверте – екоємність та екологічний потенціал території регіонів (табл.1).

Моніторинг стану і використання природних ресурсів за системою індикаторів будуть показувати тенденції в зміні характеристик і давати сигнали для прийняття управлінських рішень. Однак, велика кількість показників завжди ускладнює процес прийняття управлінських рішень, тому необхідно, по-перше, проранжувати застосовані індикатори за рівнями пріоритетності в регіоні, а по-друге, розробити ряд агрегованих (інтегральних) показників.

Таблиця 1

Система показників природокористування

КРИТЕРІЇ	*Економічні показники*	*Екологічні показники*
Використання природних ресурсів	Ефективність використання природних ресурсів	Показники впливу на стан екології
Оцінка природо-ресурсного потенціалу, його збереження та відновлення	Оцінка природних ресурсів (натуральна, вартісна, бальна тощо).	Екоємність та екологічний потенціал території регіону

Система показників повинна дозволяти відстежувати ефективність використання природних ресурсів, як економічну так і екологічну, вимірювати природо-ресурсний потенціал та показувати критично допустимі межі використання природних ресурсів.

Відповідно до завдань дослідження, система показників відображає ефективність використання природних ресурсів і вплив цих процесів на стан навколишнього середовища. При виборі показників, перш за все, слід визначитись із видами природних ресурсів, які досліджуються. У Посланні Європейської комісії до Парламенту та Ради Європи до природних ресурсів віднесено: сировинні матеріали; ресурси навколишнього середовища – повітря, воду і грунт; потокові ресурси, такі як вітер, геотермальна енергія, припливна та сонячна енергія; простір (територія) [6, с. 8]. У даному дослідженні, природні ресурси поділяються на такі види: мінеральні, водні, земельні, територіальні (просторові), лісові, рекреаційні та біологічні. У таблиці 2 представлено систему показників оцінки використання природних ресурсів.

Таблиця 2

Система показників оцінки використання природних ресурсів

	Показники використання природних ресурсів (ефективність використання)	*Показники впливу на стан екології*
Мінеральні ресурси	Видобуток мінеральних ресурсів у натуральних показниках *Ресурсомісткість, матеріаломісткість ВВП*	Площа рекультивації земель, порушених гірничо-видобувними роботами *Кількість впроваджених екобезпечних технологій виконання гірничих робіт*
	Використання енергетичних ресурсів, тис. т. у.п. *Енергоємність ВВП*	Обсяг викидів забруднюючих речовин у повітря
Водні ресурси	Споживання свіжої води, км^3 *Водомісткість ВВП*	Обсяги скидання забруднюючих речовин у водні об’єкти
Земельні ресурси	Виробництво валової продукції рослинництва *Урожайність основних*	Площа (частка) еродованих земель *Внесення мінеральних добрив*

	сільськогосподарських культур, ц/га	
Територіальні (просторові) ресурси	ВРП на 1 км2	Площа деградованих та малопродуктивних орних земель *Частка деградованих та малопродуктивних орних земель*
Лісові ресурси	Заготівля деревини, тис.м^3 *Обсяг реалізованої продукції, млн. грн.*	Відтворення лісів, тис. га *Співвідношення площ насаджень до площ вирубки*
Рекреаційні ресурси	Кількість туристів та екскурсантів *Обсяг доходу від рекреаційної діяльності*	Рекреаційне навантаження Кількість туристів на 1 км^2
Біологічні ресурси	Зміна загальної чисельності мисливських тварин, тис. голів	Скорочення видів флори та фауни

Складено автором

Очевидно, що без зменшення ресурсомісткості, енергоємності, водомісткості, підвищенні урожайності і т.д., досягнути більшої ефективності у використанні ресурсів неможливо. Для виміру ресурсоефективності, крім показників у натуральній формі, були обрані показники, які її відображають. Матеріальні (сировинні) «потоки» ЄС за останні двадцять років показують, що споживання в ЄС на одну особу приблизно залишається сталим 16 тонн на рік [3, с. 14]. Для відображення матеріалоємності (сировиноємності) економіки регіону використовуються індикатори промисловості, яка є найбільш матеріалоємною, а також видобуток та використання основних мінеральних ресурсів у фізичних обсягах. Промислова діяльність і видобуток ресурсів потенційно можуть зробити істотний несприятливий вплив на навколишнє середовище. Більш стале використання природних ресурсів буде підтримувати збереження та функціонування екосистем, які можуть надавати послуги для населення і економіки в цілому.

Використання енергії є ключовим в економічному процесі, адже будь-яка економічна активність відбувається прямо або опосередковано із використанням енергії. Домогосподарства використовують енергію особливо для опалювання будинків і підігріву води, використання електроенергії, для забезпечення автомобілів та іншої техніки. Споживання енергії пов’язане із змінами в навколишньому середовищі через викиди шкідливих речовин та парникових газів, що зрештою впливає на екологію та зміну клімату [8, с. 40]. Таким чином, одним із найважливіших критеріїв оцінки господарства регіону є аналіз взаємозв’язку між темпами економічного зростання, темпами приросту населення та динамікою споживання палива. Така оцінка є важливою з точки зору відображення співвідношень між трьома групами показників і

можливості аналізу навантаження на природно-ресурсну складову та середовище загалом відповідно до отриманого економічного ефекту.

Земельні та водні ресурси є базовими для забезпечення продовольчої безпеки регіону, країни та світу в цілому. Для земельних ресурсів важливим є індикатори ефективності використання, урожайність, для водних – показники водомісткості ВРП та повторне використання води.

Фізичний простір (земля і море) є також ключовим ресурсом, будівництво інфраструктурних об'єктів унеможливлює використання простору іншим чином. Проте, такі процеси спостерігаються нині в країнах ЄС. Площа земель зайнятих під інфраструктуру, зросла на 20% впродовж останніх 20 років, причому чисельність населення виросла на 6%. Такі тренди, як децентралізація урбанізації, зростання попиту на більші будинки і позаурбанізований розвиток (гіпермаркети, розважальні центри), забезпечення транспортної інфраструктури, викликають «запечатування» земель, ведуть до втрати продуктивних земель і фрагментації природних територій у більшості країн Європи. Тому земля повинна трактуватись як дефіцитний ресурс, частково через неефективність міського розвитку, і зменшення якості навколишнього середовище в цілому Матеріальні потоки ЄС за останні двадцять років показують, що споживання на одну особу приблизно залишається на рівні 16 тонн на рік [6, с. 16].

Для забезпечення комплексності та завершеності системи показників використання природних ресурсів, сюди включаються індикатори використання рекреаційних та біологічних ресурсів. Індикатором використання рекреаційних ресурсів безперечно є чисельність туристів, які відвідали дестинації регіону. Проблемним залишається вибір показника для виміру рекреаційного навантаження на територію, оскільки різноманітність рекреаційних ресурсів ускладнює його оцінку, адже для кожного виду ресурсів варто передбачити окрему методику оцінки. В таких умовах оптимальним підходом може стати обрахування чисельності рекреантів на одиницю площі.

Крім показників використання природних ресурсів актуальним є завдання створення системи оцінки природо-ресурсного потенціалу та екоємності території.

У таблиці 3 представлена система показників оцінки природо-ресурсного потенціалу, його збереження та відновлення.

Оцінити потенціал мінерально-сировинних ресурсів можна за запасами окремих ресурсів, однак на сьогоднішній момент такі статистичні спостереження не ведуться, особливо на регіональному рівні. Оптимальними показниками є кількість родовищ та родовища, що розробляються. Відобразити потенціал водних ресурсів можна показниками кількості річок, розміром річкового стоку, підземними водами. Потенціал територіальних ресурсів регіону – це розмір його території, земельних – перш за все, площа земель сільськогосподарського призначення, лісових – лісистість, рекреаційних – площа територій природно-заповідного фонду.

Таблиця 3

Система показників оцінки природо-ресурсного потенціалу, його збереження та відновлення

Оцінка природо-ресурсного потенціалу, його збереження та відновлення	*Оцінка природних ресурсів (натуральна, вартісна, бальна тощо)*	*Екоємність та екологічний потенціал території регіону*
Мінеральні ресурси	Кількість родовищ та кількість видів корисних копалин *Запаси мінеральних ресурсів*	Виснаження мінерально-ресурсної бази *Граничний показник*
Водні ресурси	Річковий сток, км3	Вміст забруднюючих речовин у водних об'єктах *Граничний показник*
Земельні ресурси	Площа земель сільськогосподарського призначення *Вміст гумусу*	Вміст забруднюючих речовин у ґрунті *Граничний показник*
Територіальні ресурси	Площа території регіону *Частка територій, що зайняті під інфраструктурними об'єктами*	*Частка територій, що зайняті непридатними для використання землями* *Граничний показник*
Лісові ресурси	Лісистість території Загальний запас деревини, тис.м3	Площі, що зайняті природними ландшафтами *Граничний показник лісистості територій*
Рекреаційні ресурси	Площа територій природно-заповідного фонду *Частка територій природно- заповідного фонду*	*Гранично-допустимі значення навантаження*
Біологічні ресурси	Загальна чисельність видів флори та фауни	*Зникнення видів флори та фауни*

Складено автором

Наукові знання про обмеження навантаження на навколишнє середовище можуть служити початковою точкою для визначення прийнятих рівнів ризику і впливу на навколишнє середовище. Граничні показники екоємності території є індивідувальними для кожного регіону, тому повинні розраховуватись конкретно для відповідного регіону, території.

Висновки. Таким чином, запропонований еколого-економічний підхід до формування системи показників використання природних ресурсів та оцінки природо-ресурсного потенціалу дозволяє максимально дослідити вплив суспільства на природу, включаючи її охорону, освоєння, відтворення та раціональне використання. Одночасно система показників є цілісною, адаптованою під статистичні дані України та відносно

невеликою для аналізу та моніторингу. Подальшими завданнями для дослідження вбачається формування індикаторів комплексної оцінки природних ресурсів і умов, врахування їх втрат та визначення екологічної ємності території. Особливо актуальним науковим питанням є вивчення індикаторів впливу на навколишнє середовище від використання певної кількості природних ресурсів (environmental impact indicators per unit of resource use).

Використані джерела:
1. Закон України «Про основні засади (стратегію) державної екологічної політики України на період до 2020 року» // Відомості Верховної Ради України (ВВР). – 2011, № 26. – С. 218
2. Бобылев С.Н. Индикаторы устойчивого развития: региональное измерение. Пособие по региональной экологической политике. – М.: Акрополь, ЦЭПР, 2007. – 60 с.
3. Индикаторы устойчивого развития России (эколого-экономические аспекты). / Под ред. С.Н. Бобылева, П.А. Макеенко – М.: ЦПРП, 2001. – 220 с.
4. Коковський Л.О. Підходи до формування системи показників оцінки процесів природокористування на регіональному рівні // Географія і сучасність. – 2012. – Вип. 16 (28). – С.111-116
5. Шапарев Н.Я. Региональное устойчивое природопользование // Вестник Российской Академии наук, том 79. – 2009. - №12, с. 1093-1099
6. Thematic Strategy on the sustainable use of natural resources. Communication from the Commission to the Council and the European Parliament // http://ec.europa.eu/environment/natres/index.htm
7. BIO Intelligence Service, Institute for SE and SERI (2012) Assessment of resource efficiency indicators and targets. Final report prepared for the European Commission, DG Environment // http://blogs.ec.europa.eu/orep/assessment-of-resource-efficiency-indicators-and-targets/
8. Progress Report 2008 on the National Strategy for Sustainable Development // http://www.bundesregierung.de/Content/EN/_Anlagen/2009-05-13-fortschrittsbericht-englisch-nachhaltigkeit.pdf?__blob=publicationFile&v=3

Гринюк О.Ю., Третяк І.В., Старожук А.О., Денисова Д.О.

ОЦІНКА СПРИЯТЛИВОСТІ КЛІМАТИЧНИХ УМОВ ДЛЯ РЕКРЕАЦІЙНО-ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В КАРПАТСЬКОМУ РЕГІОНІ В ЗИМОВИЙ ПЕРІОД (ГІРСЬКОЛИЖНИЙ ТУРИЗМ)

На основі аналізу середньодобової температури 11 метеостанцій Карпатського регіону (Українських Карпат) було виявлено найбільш сприятливі території для розвитку рекреаційно-туристичної діяльності в зимовий період.

Ключові слова: оцінка кліматичних умов, температура повітря, зимова рекреаційно-туристична діяльність, гірськолижний туризм.

На основе анализа средней суточной температуры воздуха 11 метеостанций Карпатского региона (Украинские Карпаты) были определены наиболее благоприятные территории для развития рекреационно-туристической деятельности в зимний период.

Ключевые слова: оценка климатических условий, температура воздуха, , зимняя рекреационно-туристическая деятельности, горнолыжный туризм.

Basing on the analysis of the average daily air temperature on the 11 meteorological stations of the Carpathian region (Ukrainian Carpathians) we identified the most enabling territories for the development of recreation and touristic activities in the winter.

Keywords: estimation of climatic conditions, air temperature, winter recreation and tourism activities, ski tourism.

Постановка проблеми та її актуальність. Україна належить до країн, що мають значний потенціал для розвитку багатьох видів туризму. Вона має всі необхідні передумови для організації рекреаційно-туристичної діяльності: сприятливі природно-рекреаційні умови, історико-культурні, матеріальні та людські ресурси [4]. Останнім часом все більшої популярності набувають зимові види рекреаційно-туристичної діяльності, в першу чергу гірськолижний туризм. Найбільш перспективним для розвитку даного виду відпочинку є Карпатський рекреаційно-туристичний регіон. Карпатський – єдиний регіон, що виділяється майже на всіх схемах районування території України з рекреаційно-туристичною метою. Так, він виділений на першій схемі «Рекреаційного районування СССР» (1973 р. В.С. Преображенський та Б.М. Ліханов). Яскравим свідченням перспективності розвитку гірськолижного туризму в Карпатському регіоні є Spa-курорт «Буковель», який кожний зимовий сезон приймає близько 150 тис. туристів. Не менш відомими є гірськолижні курорти Драгобрат і Славське. Гірський рельєф місцевості та придатні для зимових видів відпочинку кліматичні умови є головними чинниками, що обумовлюють сезонну спеціалізацію регіону на гірськолижному туризмі.

Аналіз наукових публікацій. Клімат України і Українських Карпат в межах фізичної географії вивчали К.І. Геренчук (1968), В.Н Бабиченко (1991), Ф.Д. Заставний (2000), П.О. Масляк (2000), О.М. Маринич (2003), П.Г. Шищенко (2003), Й.Р. Гілецький (2008), та інші вчені. Дослідженнями в галузі кліматичних туристсько-рекреаційних ресурсів, методиками їх оцінки і регіональним аналізом сприятливості клімату для різних видів відпочинку, займалися Б.П. Алісов (1969), Н.А. Данілова (1974), П.Г. Царфіс (1986). Туристсько-рекреаційні ресурси Карпатського регіону були досліджені Н.Ю. Недашковською (1983), М.І. Долішнім (1984) та М.С. Нудельманом (1984).

Виклад основного матеріалу. Українські Карпати простягнулись з північного заходу на південний схід смугою паралельних хребтів шириною 100-110 км і довжиною понад 270 км через територію Львівської, Закарпатської, Івано-Франківської та Чернівецької областей. Абсолютні висоти гір коливаються в межах від 120 до 2061 м (найвища точка України – гора Говерла) [4]. Гідрологічна мережа Карпатського регіону добре розвинена. До основних річок, що беруть початок в горах, відносяться Латориця, Боржава, Ріка, Теребля, Тиса, Дністер, Бистриця, Лімниця та багато інших. Окрасою гірських ландшафтів є озера Синевир, Бребенескул, Несамовите і Марічейка. Рослинний і тваринний світ Карпатського регіону характеризується значним різноманіттям, обумовленим висотною поясністю і широтною зональністю. Карпатський регіон займає перше місце в Україні за показником лісистості території (понад 40%) [5].

Методика оцінки кліматичних умов та ресурсів для потреб рекреаційно-туристичної діяльності в зимовий період ґрунтується на аналізі показників середньодобової температури, наявності стійкого снігового покриву та його висоти. Звичайно, для більш ґрунтовного

дослідження потрібно враховувати й ті фактори, які можуть обмежити рекреаційно-туристичну діяльність – швидкість вітру вище 7 м/с, тумани тощо. У даній статті проаналізовано показники середньодобової температури та наявність снігового покриву відповідної висоти. Таким чином до умов, при яких може здійснюватися рекреаційно-туристична діяльність в зимовий період ми будемо відносити:

1. середньодобова температура в межах 0…-10 °С;
2. наявність стійкого снігового покриву.

Для дослідження кліматичних умов Карпатського регіону було обрано 11 метеорологічних станцій (Турка, Славське, Яремче, Пожежевська, Плай, Міжгір'я, Великий Березний, Нижній Студений, Рахів, Нижні Ворота і Селятин), відносно рівномірно розташованих на території регіону (рис.1) [3].

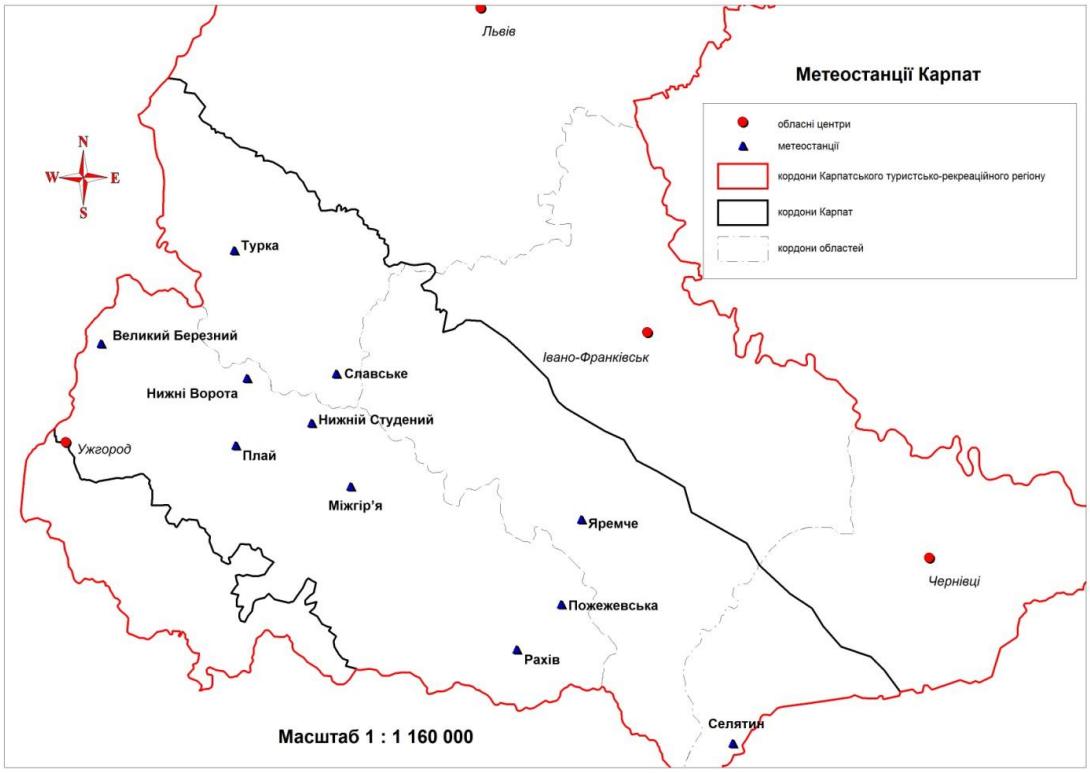


Рис. 1. Розміщення метеорологічних станцій в Карпатському регіоні

У кліматологічних дослідженнях період актуальних досліджень становить 25 років. Хоча останнім часом, в контексті глобальних кліматичних змін у світі, почали використовувати період у 10 років. Таким чином, нами були проаналізовані відповідні показники на 11 метеостанціях з 2000 по 2010 р. Так, найбільша тривалість сприятливого періоду спостерігається на метеостанції Пожежевська, найменша – на метеостанції Яремче. Найраніше дата настання від'ємних температур спостерігається по метеостанціях Пожежевська і Плай (табл. 1). Тривалість періоду зі стійким сніговим покривом в Карапатському регіоні в середньому коливається в межах 72-153 днів на рік (рис. 2). Найкоротший період зі сніговим

покривом характерний для метеостанції Великий Березний, а найдовше сніг лежить в районі метеостанцій Плай та Пожежевська, в окремі роки - 184 дні на рік.

Таблиця 1

Тривалість сприятливого періоду для рекреаційно-туристичної діяльності в Карпатському регіоні в зимовий період [складено авторами]

№	Назва метеостанції	Тривалість сприятливого періоду для рекреаційно-туристської діяльності в зимовий період							Кількість днів зі сніговим покривом за зиму		
		дата настання (0…-10ºС)		дата закінчення (0…-10ºС)		тривалість за сезон					
		найраніше	найпізніше	найраніше	найпізніше	сер.	min	max	сер.	min	max
1	Турка	24.10.2003	17.12.2000	25.02.2007	09.04.2003	68	33	83	107	76	132
2	Славське	13.10.2004	23.11.2001	25.02.2004	15.04.2001	68	34	82	108	74	136
3	Яремче	30.10.2005	07.12.2000	26.02.2007	29.03.2001	62	22	89	98	53	130
4	Великий Березний	25.10.2003	13.12.2010	24.02.2007	09.04.2003	54	23	76	72	34	103
5	Нижні Ворота	24.10.2003	07.12.2000	25.02.2007	28.03.2001	67	31	89	105	77	135
6	Нижній Студений	14.10.2009	01.12.2000	25.02.2007	09.04.2003	71	46	85	120	93	145
7	Плай	08.10.2002	28.10.2000	19.03.2010	24.04.2005	102	74	127	153	112	184
8	Міжгір'я	24.10.2003	01.12.2000	25.02.2007	09.04.2003	65	27	78	99	61	132
9	Рахів	25.10.2003	30.11.2000	20.02.2008	26.03.2009	62	31	75	90	57	119
10	Пожежевська	08.10.2002	17.11.2008	28.03.2009	24.04.2005	102	74	128	153	94	181
11	Селятин	19.10.2003	15.11.2004	06.03.2007	15.04.2001	78	54	99	121	74	150

На основі середніх показників за допомогою методу інтерполяції та способу ізоліній було побудовано низку статистичних поверхонь, які відображають геопросторовий перерозподіл значень відповідних показників (рис. 3).

Оцінку сприятливості кліматичних умов території для зимових видів відпочинку запропоновано проводити за спеціальною шкалою, розробленою з врахуванням фізико-географічних особливостей Карпатських гір. У цій шкалі тривалість періоду із зазначеним діапазоном температур розділено на 4 групи: найбільш сприятливі умови (більше 75 днів), сприятливі (від 70 до 75 днів), відносно сприятливі (від 60 до 70 днів), мало сприятливі (менше 60 днів).

В основі проведеного аналізу було виявлено, що значна частина Карпатського регіону – це територія з найбільш сприятливими кліматичними умовами. Тривалість сприятливого періоду в східній і південно-східній частині Карпат у межах масивів Чорногора, Свидовець, Покутсько-Буковинських Карпат, Гриняв і Чивчин, перевищує 75 днів, а для вершин цих масивів (гір Говерла, Бребенескул, Піп Іван, Петрос, Близниця) навіть більша за 100 днів на рік. Стійкий сніговий покрив тут спостерігається в середньому протягом 120-150 днів на рік. Найбільш сприятливим є також клімат центральної частини Полонинського і

Вулканічного хребтів (Свалявський і Воловецький райони Закарпатської області), зокрема в межах полонини Боржава кількість днів з температурами від 0 до -10°С в середньому сягає 102 днів на рік. При цьому тривалість періоду зі стійким сніговим покривом тут досягає 150 днів.

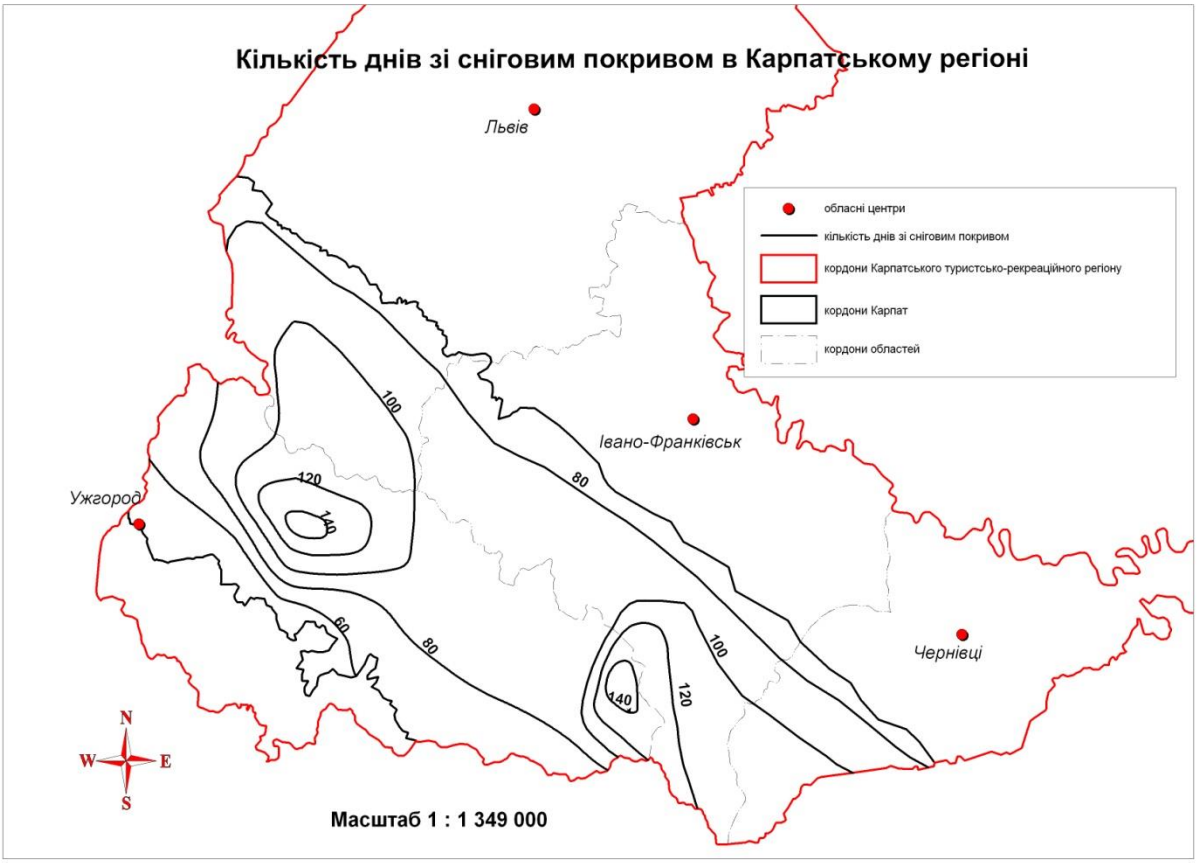


Рис. 2. Кількість днів зі сніговим покривом в Карпатському регіоні
[за результатами просторового аналізу]

Більша частина Карпатського регіону, зокрема, його центральна частина, має сприятливі умови для розвитку зимових видів рекреації і туризму. Гірські хребти Горганів, Бескидів, Вододільний хребет і частина Полонинського хребта (територія Міжгірського, Хустського та Іршавського районів) характеризуються досить тривалим періодом з від'ємними температурами (більше 70 днів) і стійким сніговим покривом, що не сходить в середньому протягом 100 днів.

Із зменшенням абсолютних висот гір зменшується і кількість днів із сприятливими для зимового відпочинку кліматичними умовами. Відносно сприятливі умови (60-70 днів на рік) характерні для Зовнішніх Горганів, Рахівських гір, а також західних знижених частин Полонинського хребта і Бескидів. Мало сприятливими для зимових видів рекреації і туризму є кліматичні умови крайньої західної частини Карпатського регіону на кордоні із Словаччиною і Польщею, де період із від'ємним середньодобовими температурами триває менше 60 днів на рік, а сніг лежить в середньому 70 днів.

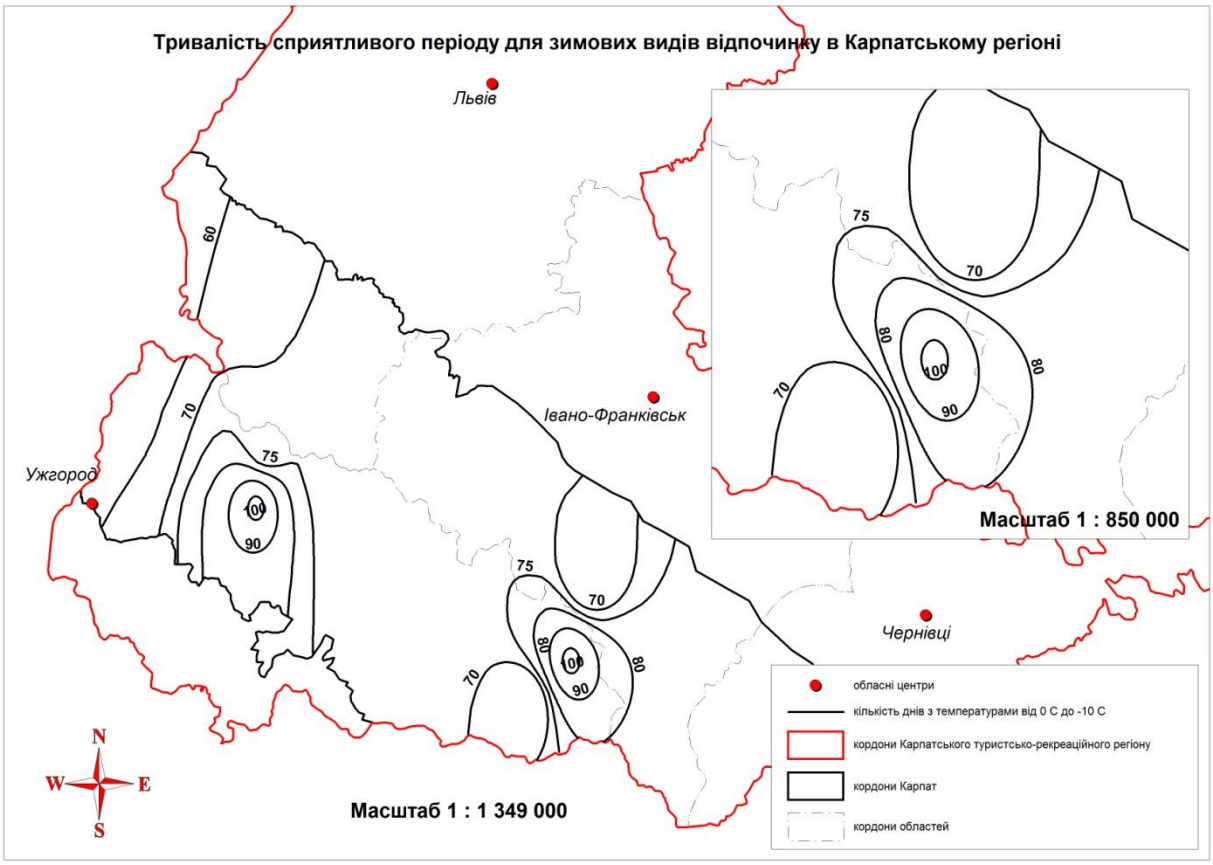


Рис. 3. Тривалість сприятливого періоду для зимових видів відпочинку в Карпатському регіоні [за результатами просторового аналізу]

Висновки. Проведена оцінка кліматичних умов Карпатського регіону свідчить, що розвиток зимових видів рекреаційно-туристичної діяльності в його межах є повністю виправданим. Більша частина Українських Карпат характеризується достатньою кількістю днів з від'ємними температурами та стійким сніговим покривом. Території з надзвичайно сприятливими умовами для розвитку зимових видів відпочинку займають приблизно третину Карпатського регіону. В адміністративному відношенні це частина Рахівського, Хустський і Воловецький райони Закарпатської області, Верховинський, Косівський, Надвірнянський і Коломийський райони Івано-Франківської області та Путилівський, Вижницький і Сторожинецький райони Чернівецької області. Більшість гірськолижних курортів Карпат знаходяться в зоні, де період з від'ємними середньодобовими температурами перевищує 70 днів на рік. Такі умови забезпечують рентабельність гірськолижних комплексів, які можуть функціонувати майже цілий сезон.

Використана джерела:

1. *Данилова Н.А. Климат и отдых в нашей стране. Европейская часть СССР. Кавказ. – М.: Мысль, 1980. – 156 с.*
2. *Методичні вказівки до виконання практичних робіт з дисципліни «Основи географії рекреації та туризму»: для студентів географічних факультетів напряму «географія» спеціальності «географія рекреації та туризму» / Укл. О. Ю. Гринюк. – К.: ЛГТ, 2012. – 4-8с.*

3. Архівні матеріали Центральної геофізичної обсерваторії (2000-2010 рр.).
4. Стафійчук В.І. Основи рекреалогії: Навчальний посібник для вузів / Київ. Нац. у-т ім. Тараса Шевченка. – К.: Альтерпрес, 2006. – 264 с.
5. Стойко С., Гадач Е., Шимон Т., Михалик С. Заповідні екосистеми Карпат. - Львів: Світ, 1991. - 248 с.

УДК 911.2

Яценко А.Д.

ОСНОВНІ ВИДИ РЕКРЕАЦІЇ ТА ТУРИЗМУ У ТЕРИТОРІАЛЬНИХ РЕКРЕАЦІЙНИХ ЛІСОКУЛЬТУРНИХ СИСТЕМАХ ПІВНІЧНО-ЗАХІДНОГО ПРИАЗОВ'Я

У статті розглянуті основні існуючі та перспективні види туризму у територіальних рекреаційних лісокультурних системах Північно-Західного Приазов'я. Серед найпоширеніших видів туризму та рекреації виділяються: пішохідний туризм, спортивне орієнтування та змагання, пізнавальний та самодіяльний туризм. Як негативне явище, наявність неорганізованого туризму, який приводить до значних пошкоджень лісових біоценозів. Перспективними видами туризму для лісокультурних систем Північно-Західного Приазов'я є велотуризм, реабілітаційний та кінний туризм.

В статье рассматриваются основные существующие и перспективные виды туризма в территориальных рекреационных лесокультурных системах Северо-Западного Приазовья. Среди наиболее распространенных выделяют: пешеходный туризм, спортивное ориентиирование и соревнования, познавательный и самодеятельный туризм. Как негативное явление, существование неорганизованного туризма, который приводит к значительным повреждениям лесных биоценозов. Перспективними видами туризма для лесокультурных систем Северо-Западного Приазовья являются велотуризм, реабилитационный и конный туризм.

The paper examines the main current and future forms of tourism in regional recreational silvicultural systems Northwest Priazov. Among the most common release: hiking, sport orienteering and competitions, educational and amateur tourism. As a negative phenomenon, the existence of organized tourism, which leads to considerable damage to the forest biocenosis. Promising forms of tourism for silvicultural systems Northwest Priazov are cycling, horse riding and rehabilitation.

Праця і відпочинок – необхідні складові процесу людської життєдіяльності. При тривалій, виснажливій і одноманітній роботі людина відчуває втому. Тому виникає потреба відновити працездатність, поповнити баланс сил, набути нового творчого потенціалу. Науково-технічний прогрес поступово зменшує тривалість контакту з довкіллям, однак чим швидші темпи урбанізації, тим більшим стає потяг людей до природи. В умовах екстенсивної та інтенсивної взаємодії суспільства та природи, зростання потреб суспільства в рекреації, виникає об'єктивна необхідність в планомірному використанні природних багатств для задоволення потреб, тобто в організації особливого виду природокористування – рекреаційного лісокористування. В останні десятиріччя проблема використання лісових насаджень у рекреаційних цілях набула виключної актуальності. Механізація сільського

господарства, зростання шуму на полях, забруднення повітря, виникнення величезних за розмірами полів, змусили навіть сільських жителів надавати перевагу відпочинку в лісі.

Вплив зелених насаджень на всі сторони людського життя надзвичайно багатогранний, а позитивне значення загальновідоме і не підлягає сумніву. На сучасному етапі розвитку людства, у зв'язку із знищенням великої кількості лісів та освоєння безлісих регіонів з сухим кліматом, у яких практично відсутня природна дендрофлора, створення штучних зелених насаджень для оптимізації оточуючого середовища є дуже актуальним.

Одним з таких, майже безлісих регіонів, є південь степової зони України. Це регіон Північно-Західного Приазов'я. Виходячи з басейнового принципу виділення природних кордонів, Північно-Західне Приазов'я обмежовується: зі сходу лінією вододілу річок Берди і Кальміусу з Кальчиком; з заходу і північного заходу – вододілом річок Дніпра і Молочної; на півночі – лінією вододілу Приазовської височини між річками Бердою та системою приток Мокрої, Сухої Конки і Гайчура з Кам'янкою [1]. З півдня територія обмежена береговою лінією Азовського моря з його затоками і лиманами.

Це зелений оазис серед посушливого приазовського степу, який повинен відповідним чином використовуватись для туризму та рекреації, одночасно зі збереженням природної складової. Майже всі ліси Північно-Західного Приазов'я є штучними. В невеликій кількості є залишки плавневих і байрачних лісів. Площа лісокультурних систем на території Північно-Західного Приазов'я складає 5145 га. Серед них виділяється Велико-Анадольське лісництво – найбільший штучно створений ліс у Європі, Старо-Бердянський ліс, Радивонівське та Богатирське (Алтагирське) лісництво. Майже всі вони були створені у першій половині XIX століття за для підвищення сільськогосподарських врожаїв, забезпечення населення деревиною та захисту від пилових бур. В наш час лісові насадження перетворилися в цілі рекреаційні системи з необхідним природними умовами, обладнанням, обслуговуючою інфраструктурою та органами керівництва.

Територіальні рекреаційні лісокультурні системи Північно-Західного Приазов`я мають дуже високий туристсько-рекреаційний потенціал, який повинен відповідним чином використовуватись. Рекреаційне і туристичне використання лісництв не суперечить Закону України «Про природно-заповідний фонд». Згідно зі статтею 49 Лісового кодексу України, "у порядку загального використання лісових ресурсів, громадяни мають право вільно перебувати в лісах, безкоштовно збирати для власного споживання дикорослі трав'янисті рослини, квіти, ягоди, горіхи, інші плоди, гриби, крім випадків, передбачених законодавчими актами" [4].

О.І. Тарасов виділяє 5 форм відпочинку (рекреаційного лісокористування) [7]:

1) дорожня – рекреанти переміщуються лише по дорогах з твердим покриттям;

2) бездорожня – рекреанти переміщуються по надґрунтовому покриву;

3) утилітарна (добувна) – рекреанти збирають дари лісу, рибалять, полюють;

4) бівуачна – рекреанти встановлюють палатки, розпалюють багаття;

5) транспортна – та ж бівуачна, але з використанням автомобілів;

6) кошова – рекреанти влаштовують у лісі тимчасове житло із заготівлею на місці будівельних матеріалів, дров тощо.

Домінуючим видом рекреації у територіальних рекреаційних лісокультурних системах є оздоровча рекреація, яка базується винятково на використанні цілющих властивостей лісів, її мета — відновлення працездатності людей, зняття фізичних і нервових навантажень. Протягом комфортного періоду року (з травня по жовтень) тисячі людей у вихідні виїжджають у ліси Північно-Західного Приазов`я на прогулянки, пікніки тощо. Як правило, оздоровча рекреація до деякої міри поєднується з утилітарною та пізнавальною.

Провідне місце у штучних лісах займає спортивно-туристична рекреація, яка поєднує заняття спортом, туризмом, мисливством і рибальством. Учбові та наукові заклади проводять на базі лісонасаджень туристичні збори, екскурсії та наукові дослідження.

Розвивається, але нажаль не швидкими темпами, велотуризм. У перспективі необхідно створювати умови і для велотуристів. Для цього можуть підійти просіки або поліпшені лісові стежки. В місцях, привабливих для туристів, можна розвивати прокат велосипедів.

Важливе місце займає пішохідний, або спортивний туризм. Спортивний туризм має за мету спортивне удосконалення в подоланні природних перешкод. Це означає удосконалення всього комплексу знань, умінь і навичок, фізичної підготовленості, необхідних для безпечного пересування людини по місцевості. Для реалізації спортивної мети здійснюють подорожі, насичені природними перешкодами, що дає змогу класифікувати їх як спортивні походи. За участь у спортивних походах можуть присуджуватися спортивні розряди і звання. Пішохідний туризм тісно пов'язаний з пізнавальним туризмом, який проводиться з метою розширення знань та уявлень щодо тих чи інших об'єктів, пам'яток соціального та природного змісту [2]. Туристичні маршрути простягаються відповідно до найбільш цікавих місць та історико-культурних пам’яток територіальних рекреаційних лісокультурних систем. Цей вид туризму найбільш поширений у Велико-Анадольському та Богатирському (Алтагирському) лісництві, де розміщуються 17 дитячих оздоровчих таборів. На базі територіальних рекреаційних лісокультурних систем учні навколишніх поселень та міст, а також студенти вузів проводять змагання зі спортивного орієнтування. Спортивне орієнтування є видом спорту, в якому учасник змагань за допомогою спортивної карти і компаса повинен

якнайшвидше подолати дистанцію, відвідавши певну кількість точок, які влаштовані на місцевості — контрольних пунктів. Контрольний пункт (КП) — це трикутна помаранчево-біла призма з розміром сторони 30х30 см, яку влаштовують на точному орієнтирі (горб, яма, галявина, інше), що є на карті, і обладнують засобом для відмітки (олівець, компостер або електронні засоби відмітки). На старті учасник отримує спортивну карту з нанесеними на неї КП, кількість яких, а також послідовність їх проходження, визначають судді. Переможець на дистанції визначається за кращим часом проходження всіх позначених на карті КП. Найпопулярніший вид спортивного орієнтування - за заданим напрямком. Це коли точки КП на карті з'єднані послідовно один за одним лініями. Спортсмен повинен саме в такій послідовності проходити їх.

Бівуачний вид туризму також поширений у територіальних рекреаційних лісокультурних системах. Він пов'язаний з установкою наметів і розпалюванням вогнищ. Різновидом бівуачної форми туризму є періодичний відпочинок людей на одному місці – вони створюють ’’стоянку’’, облаштовують місця для відпочинку та відходів. Подібна форма туризму загартовує туриста. Іншим різновидом бівуачної рекреації є пікнік-рекреанти (місце рекреації є основним пунктом відпочинку). При пікніковій рекреації сильно захаращується територія навколо означеного місця і підвищується агресивність самих рекреантів.

Перспективним видом туризму є кінний туризм. На базі Старо-Бердянського лісництва розвивається кінна ферма та з 2011 р. започатковано кінні прогулянки стежками лісництва.

Популярні заняття мисливством і рибальством. Однак необхідними елементами полювання є отримання ліцензії (дозволу), де обумовлюються терміни і норми відстрілу а також оплата права полювання. На базі лісництв створені звіроферми, де спеціально вирощують тварин для полювання.

Досить поширена в Північно-Західному Приазов`ї пізнавальна рекреація, головна мета якої — духовний розвиток людини, збагачення знань щодо живої та неживої природи. Під час лісових прогулянок відпочиваючі знайомляться з навколишньою місцевістю, її топографією, геологічною будовою, флорою і фауною, визначними історичними місцями. Вона здійснюється переважно шляхом організованих екскурсій на особливо цінні природні об'єкти і комплекси. Великий інтерес виявляють відпочиваючі до краєзнавства, історичних і архітектурних пам'яток. Великого поширення набула форма активного відпочинку населення – це купання, активні ігри, веслування, катання на човнах, різноманітні спортивні змагання. На берегах річок та лиманів зроблені штучні пляжі з насипом піску. Корисний ефект активних форм відпочинку зумовлений тим, що в процесі урбанізації фізична діяльність утратила для людства своє значення в повсякденному житті. Фізичні вправи необхідні як для збереження здоров’я практично здорових людей, так і в лікувальних цілях [6].

Під час фізичного навантаження відбувається перерозподіл діяльності всіх функціональних систем організму, підвищується інтенсивність обмінних процесів унаслідок посилення роботи систем дихання і кровообігу.

Перспективним видом для рекреаційних лісокультурних систем є транспортний туризм, але він є найбільш небезпечним для лісу. Рекреанти пересуваються по лісу без доріг. При цьому руйнується надґрунтовий покрив, ліс забруднюється вихлопними газами та мастильними матеріалами.

У Велико-Анадольському лісництві на базі курорту ’’Forest Park’’ набув поширення реабілітаційний туризм. Особливий лісовий мікроклімат, виділення насадженнями великої кількості фітонцидів, наявність навколо кварталів хвойних насаджень, сприяло виникненню цього напрямку туризму. Люди після перенесеного хірургічного втручання, або з захворюваннями дихальних шляхів та легень проходять тут реабілітацію та відмічають покращення стану свого здоров’я. Для загальнозміцнюючих прогулянок у великому лісовому масиві прокладають особливі маршрути – терренкури – «стежки здоров’я», які пролягають по ділянках із гарними санітарно-гігієнічними умовами. Лісові насадження здійснюють суттєвий психогігієнічний вплив на організм людини. Серед зелених насаджень слабшає, загасає дія багатьох чинників, що збуджують нервову систему. Лісовий ландшафт діє заспокійливо: у людини, що попадає в обстановку зеленого масиву, помітно поліпшується самопочуття та настрій.

Неорганізований та утилітарний туризм розповсюджений на всіх територіях лісокультурних систем,він поєднує аматорський і професійний збір грибів, дикоростучих ягід, горіхів, лікарських рослин і квітів з відпочинком у лісі. У періоди дозрівання ягід, горіхів, появи грибів десятки тисяч мешканців міст і сіл виїжджають у ліси, нерідко на досить велику відстань від населених пунктів. Цей вид туризму наносить найбільшу шкоду лісовим біоценозам, оскільки відбувається ослаблення та знищення окремих видів рослин і тварин. У територіальних лісокультурних системах найбільш поширені такі види рекреаційних навантажень: витоптування, механічні пошкодження, вилучення, засмічення, випалювання, розполохування лісової фауни [5].

Самодіяльний туризм поширений у всіх лісокультурних системах Північно-Західного Приазов’я. У самодіяльному туризмі туристичні послуги забезпечуються на основі самодіяльності туристів. Туристи самі обирають маршрути і спосіб пересування, забезпечують собі харчування, нічліг і місце відпочинку, намічають і здійснюють екскурсії. Самодіяльний туризм, як сфера масової самодіяльності містить у собі все різноманіття аматорських туристичних заходів, які проводяться відповідно до нормативної бази організації туризму в країні. Низка документів а також ряд державних та громадських організацій, що контролюють їх дотримання, створюють керовану систему самодіяльного туризму. Цим самодіяльний туризм і відрізняється від неорганізованого туризму, де

випадки порушення правил охорони навколишнього середовища й інших нормативних актів не є поодинокими. Чітка організація, продумана розробка маршруту, правильне проведення подорожі й дотримування дисципліни-без всього цього неможливе виконання туристичних завдань туристичними засобами. Виконання функцій керівника туристичної групи пов'язано з наявністю у особи певних якостей: організаторських, комунікативних, креативних тощо. Крім цього, керівник та члени туристичної групи повинні володіти знаннями та вміннями з географії, гідрології, біології, метеорології, історії, етнографії, медицини, кулінарії та ін., що забезпечує безпечне здійснення подорожі.

В останні роки набуло широкого розвитку поняття «екологічний туризм». Екотуризм або екологічний туризм — тип туризму, що полягає у подорожах до природних недоторканих людиною та, часто, природоохоронних територій, намагаючись не здійснювати великого впливу на цю територію. Екологічний туризм допомагає освіті туристів та розвиває у них толерантність, дозволяє збирати гроші на заходи зі збереження території, допомагає розвитку ізольованих поселень. Розвиток екологічного туризму часто розглядається як важливий засіб збереження навколишнього середовища для майбутніх поколінь.

Екологічний туризм найбільш привертає тих туристів, яких турбують проблеми екології. Він часто включає волонтерську роботу, інші активні заходи зі збереження навколишнього середовища та навчальні програми, що допомагають зменшувати негативні аспекти впливу людини на природу. Екологічний туризм з його величезними рекреаційними і пізнавальними можливостями покликаний сформувати суспільну свідомість щодо охорони та раціонального використання природних багатств. Екологічний туризм, який дуже часто асоціюють з так званим зеленим або сільським туризмом, передбачає безпосередній контакт людини з природою: відпочинок в екологічно чистих куточках країни, туристичні походи і ночівлі в палаткових містечках, пішохідні екскурсії, відвідини парків, заказників або заповідників [3].

Екологічний туризм обов’язково має містити в собі елементи усвідомленого позитивного ставлення до навколишнього природного середовища, а не тільки його використання, нехай навіть в активних формах.

Висновки. Ліси створюють особливе властиве тільки їм середовище. Приміські ліси пом’якшують клімат, очищають його повітряний басейн від шкідливих домішок, виділяють фітонциди, є місцем туризму та відпочинку громадян, засобом задоволення їхніх естетичних потреб. Площа територіальних рекреаційних лісокультурних систем Північно-Західного Приазов’я складає 5145 га, вона повинна відповідним чином використовуватись для туризму та рекреації, одночасно зі збереженням природної складової лісів. У межах лісокультурних систем виділяють Велико-Анадольський ліс, Старо-Бердянське лісництво, Радивонівське та Богатирське (Алтагирське) лісництво. Серед найбільш поширених та

перспективних видів туризму домінують пішохідний (спортивний)туризм, пізнавальний, самодіяльний, активна форма рекреації (мисливство, рибальство, активні ігри), спортивне орієнтування, кінний туризм, велотуризм, реабілітаційний та екологічний туризм. Перелічені вище види туризму та рекреації не вичерпують усіх форм та напрямків відпочинку населення у територіальних рекреаційних лісокультурних системах Північно-Західного Приазов'я.

Використані джерела

1. Воровка В.П. Обґрунтування кордонів Північно-Західного Приазов'я // Мат. II Всеукр. наук.-практ. конф. «Географія та екологія: наука і освіта». – Умань: УДПУ, 2008.

2. Грабовский Ю.А. Спортивный туризм / Грабовский Ю.А., Скалій О.В., Скалій Т.В. – Тернопіль: Навчальна книга – Богдан, 2009. 304 с.

3. Дмитрук О.Ю. Екологічний туризм: сучасні концепції менеджменту і маркетингу / Дмитрук О.Ю. – К.: Альтерпрес, 2004. – 192 с.

4. Про затвердження Правил використання корисних властивостей лісів, постанова КМУ від 14.08.2012 р. № 49

5. Поляков А.К. Древесные насаждения в оптимизации техногенной и рекреационной среды в Приазовье / А.К. Поляков, И.Е. Малюгин, В.П. Тарабрин, В.В. Королев. – К.: Вид-во «Наукова думка», 1992. – 170 с.

6. Решетюк О.В. Рекреаційне лісівництво: навч. посібник / Решетюк О.В. – Чернівці: Рута, 2006. – 90 с.

7. Тарасов А.И. Рекреационное лесопользование /А.И Тарасов. - М.: Агропроиздат, 1986. - 177 с.

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ

1. *Армашевська Тетяна Володимирівна* – аспірантка кафедри географії України, географічний факультет, Київський національний університет імені Тараса Шевченка.
2. *Бейдик Олександр Олексійович* – доктор географічних наук, професор, професор кафедри країнознавства та туризму, географічний факультет, Київський національний університет імені Тараса Шевченка.
3. *Булюк Вероніка Євгенівна* – студентка кафедри країнознавства та туризму, географічний факультет, Київський національний університет імені Тараса Шевченка.
4. *Воронін Ігор Миколайович* – доктор географічних наук, доцент, професор кафедри туризму, Таврійський національний університет імені В.І. Вернадського.
5. *Вострікова Алла Вікторівна* – студентка 4 курсу кафедри країнознавства та туризму, географічний факультет, Київський національний університет імені Тараса Шевченка.
6. *Гебекова Аджабике Набиевна* – кандидат педагогических наук, доцент, заведующая кафедрой педагогики и методики начального обучения, Дагестанский институт повышения квалификации педагогических кадров.
7. *Гринюк Олег Юрійович* – кандидат географічних наук, асистент кафедри географії України, географічний факультет, Київський національний університет імені Тараса Шевченка.
8. *Головко Вадим Віталійович* – заступник директора Інституту природничо-географічної освіти та екології, старший викладач кафедри туризму, Національний педагогічний університет імені М.П. Драгоманова.
9. *Дем'яненко Світлана Олександрівна* – кандидат географічних наук, асистент кафедри географії України, географічний факультет, Київський національний університет імені Тараса Шевченка.
10. *Денисова Дар'я Олександрівна* – студентка кафедри географії України, географічний факультет, Київський національний університет імені Тараса Шевченка.
11. *Дмитрук Олександр Юрійович* – доктор географічних наук, професор, завідувач кафедри географії України, географічний факультет, Київський національний університет імені Тараса Шевченка.
12. *Доманська Марія Василівна* – студентка кафедри геодезії та картографії, географічний факультет, Київський національний університет імені Тараса Шевченка.

13. *Дьякова Євгенія Олександрівна* – аспірантка кафедри країнознавства та туризму, географічний факультет, Київський національний університет імені Тараса Шевченка.
14. *Дунаєвська Оксана Феліксівна* – кандидат біологічних наук, доцент, доцент кафедри охорони довкілля та збалансованого природокористування, екологічний факультет, Житомирський національний агроекологічний університет.
15. *Єрмаков В'ячеслав Володимирович* – кандидат географічних наук, доцент кафедри географії та краєзнавства, Полтавський національний педагогічний університет імені В.Г. Короленка.
16. *Заря Ігор Вікторович* – кандидат економічних наук, доцент кафедри країнознавства і туризму, Інститут Міжнародних відносин, Національний авіаційний університет.
17. *Засєдка Ірина Василівна* – студентка кафедри країнознавства та туризму, географічний факультет, Київський національний університет імені Тараса Шевченка.
18. *Заставецька Леся Богданівна* – кандидат географічних наук, доцент, доцент кафедри географії України і туризму, Тернопільський національний педагогічний університет імені Володимира Гнатюка.
19. *Кілінська Клавдія Йосифівна* – доктор географічних наук, професор, завідувач кафедри соціальної географії та рекреаційного природокористування, Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича.
20. *Кіптенко Вікторія Костянтинівна* – кандидат географічних наук, доцент, доцент кафедри країнознавства та туризму, географічний факультет, Київський національний університет імені Тараса Шевченка.
21. *Ковальчук Андрей Павлович* – кандидат экономических наук, доцент кафедры гостиничного и туристического бизнеса, Российский экономический университет имени Г.В. Плеханова.
22. *Когайчук Сніжана Юріївна* – аспірантка кафедри географії, природничо-географічного факультету, Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського
23. *Козловський Олексій Юрійович* – старший викладач кафедри загальної екології, екологічний факультет, Житомирський національний агроекологічний університет.
24. *Коковський Любомир Олексійович* – кандидат географічних наук, завідувач лабараторії регіональних проблем економіки і політики, географічний факультет, Київський національний університет імені Тараса Шевченка.
25. *Колотуха Олександр Васильович* – кандидат географічних наук, доцент, доцент кафедри географії та геоекології, Кіровоградський державний педагогічний університет імені Володимира Винниченка.

26. *Кулініч Артем Тарасович* – студент кафедри географії України, географічний факультет, Київський національний університет імені Тараса Шевченка.
27. *Кулініч Марина Тарасівна* – студентка кафедри географії України, географічний факультет, Київський національний університет імені Тараса Шевченка.
28. *Курочка Олександра Іванівна* – студентка кафедри країнознавства та туризму, географічний факультет, Київський національний університет імені Тараса Шевченка.
29. *Куцюк Анна Володимирівна* – студентка кафедри країнознавства та туризму, географічний факультет, Київський національний університет імені Тараса Шевченка.
30. *Лісіцина Інна Ігорівна* – аспірантка кафедри туризму, Харківський національний економічний університет.
31. *Лопушняк Любомир Вікторович* – асистент кафедри соціальної географії та рекреаційного природокористування, Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича.
32. *Маденко Олександр Вікторович* – студент кафедри країнознавства та туризму, географічний факультет, Київський національний університет імені Тараса Шевченка.
33. *Мазур Ольга Вікторівна* – студентка кафедри економічної та соціальної географії, географічний факультет, Київський національний університет імені Тараса Шевченка.
34. *Мальська Марта Пилипівна* – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри туризму, географічний факультет, Львівський національний університет імені Івана Франка.
35. *Манько Андрій Михайлович* – кандидат географічних наук, доцент, доцент кафедри туризму, географічний факультет, Львівський національний університет імені Івана Франка.
36. *Матвієнко Наталія Миколаївна* – кандидат географічних наук, доцент кафедри країнознавства та туризму, географічний факультет, Київський національний університет імені Тараса Шевченка.
37. *Олійник Ярослав Богданович* – доктор економічних наук, професор, декан географічного факультету, Київський національний університет імені Тараса Шевченка.
38. *Орещенко Андрій Васильович* – кандидат географічних наук, молодший науковий співробітник НДС «Картографії та геоінформатики», кафедра геодезії та картографії, географічний факультет, Київський національний університет імені Тараса Шевченка.
39. *Паламар Діана Броніславівна* – студентка кафедри соціальної географії та рекреаційного природокористування, Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича.

40. *Парфіненко Анатолій Юрійович* – кандидат історичних наук, доцент, завідувач кафедри туристичного бізнесу, Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна.
41. *Пендерецький Орест Володимирович* – кандидат географічних наук, доцент, доцент кафедри туризму, Івано-Франківський національний технічний університет нафти і газу.
42. *Пестушко Валерій Юрійович* – кандидат географічних наук, доцент кафедри країнознавства і туризму, Інститут міжнародних відносин Національного авіаційного університету.
43. *Погоріла Юлія Юріївна* – студентка кафедри географії України, географічний факультет, Київський національний університет імені Тараса Шевченка.
44. *Сасько Наталія Вікторівна* – студентка кафедри країнознавства та туризму, географічний факультет, Київський національний університет імені Тараса Шевченка.
45. *Сировець Сергій Юрійович* – кандидат географічних наук, асистент кафедри країнознавства та туризму, географічний факультет, Київський національний університет імені Тараса Шевченка.
46. *Скутар Тетяна Дмитрівна* – асистент кафедри соціальної географії та рекреаційного природокористування, Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича.
47. *Смирнов Ігор Георгійович* – доктор географічних наук, професор, професор кафедри країнознавства та туризму, географічний факультет, Київський національний університет імені Тараса Шевченка.
48. *Старожук Альона Олександрівна* – студентка кафедри географії України, географічний факультет, Київський національний університет імені Тараса Шевченка.
49. *Таращук Ірина Петрівна* – студентка кафедри економічної та соціальної географії, географічний факультет, Київський національний університет імені Тараса Шевченка.
50. *Ткачук Леоніла Миколаївна* – кандидат географічних наук, доцент, доцент кафедри країнознавства і туризму, Інститут міжнародних відносин, Національний авіаційний університет.
51. *Третяк Ірина Василівна* – студентка кафедри географії України, географічний факультет, Київський національний університет імені Тараса Шевченка.
52. *Удовиченко Вікторія Віталіївна* – кандидат географічних наук, доцент, доцент кафедри географії України, географічний факультет, Київський національний університет імені Тараса Шевченка.
53. *Устименко Леся Миколаївна* – кандидат педагогічних наук, доцент, доцент кафедри міжнародного туризму, Інститут готельно-ресторанного і туристичного бізнесу, Київський національний університет культури і мистецтв.

54. *Ханмагомедов Ханмагомед Лязимович* – доктор географических наук, профессор, профессор кафедры физической географии, географический факультет, ФГБОУ ВПО «Дагестанский государственный педагогический университет».
55. *Чеченя Ольга Вікторівна* – аспірантка кафедри країнознавства та туризму, географічний факультет, Київський національний університет імені Тараса Шевченка.
56. *Шевчук Олексій В'ячесловавич* – аспірант кафедри географії України, географічний факультет, Київський національний університет імені Тараса Шевченка.
57. *Ярошенко Дмитро Васильович* – студент кафедри країнознавства та туризму, географічний факультет, Київський національний університет імені Тараса Шевченка.
58. *Яценко Анастасія Дмитрівна* – аспірантка кафедри географії України, географічний факультет, Київський національний університет імені Тараса Шевченка.
59. *Яценко Борис Павлович* – доктор географічних наук, професор, професор кафедри країнознавства та туризму, географічний факультет, Київський національний університет імені Тараса Шевченка.

КОЛОНКА РЕЦЕНЗЕНТА

В науковому збірнику «Географія та туризм», № 25, вміщено 41 стаття 59 авторів, які представляють близько 20 вищих навчальних закладів та інститутів України та Росії.

В рубриці «Географія рекреації та туризму: теоретичні та прикладні питання» представлено 31 статей 40 авторів з провідних вищих навчальних закладів України (Київ, Харків, Львів, Кіровоград, Чернівці, Житомир, Севастопіль) та Росії (Москва, Махачкала). Відмітимо публікації, присвячені регіональним особливостям рекреаційного комплексу України та аналізу сучасного стану та перспективам розвитку світового туристського руху.

В рубриці «Актуальні проблеми суспільної географії та країнознавства» 5 статей 7 авторів з провідних вищих навчальних закладів Києва, Полтави, Тернополя. Подані матеріали висвітлюють різноманітні аспекти суспільної географії, картографічного моделювання, географії населення.

В рубриці «Природнича географія: теорія та практика» представлено 5 статей 8 авторів (Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Вінницький державний педагогічний університет імені Михайла Коцюбинського). Науково-практичне коло цієї рубрики торкається питань графічного моделювання спелеокарстових та спелестокарстових ландшафтів, розвитку сільськогосподарського туризму, оцінки сприятливості кліматичних умов для рекреаційно-туристичної діяльності в Карпатському регіоні та ін.

Авторам статей слід більше уваги приділяти дисципліні посилань, дотримуватись вимог щодо наявності в статті відповідних рубрик, мовній (редагування, граматичні помилки) та науковій якості матеріалів, які подаються до збірника. Особливо це стосується науковців-початківців, студентів та аспірантів, які є дописувачами цього збірника (з рядом недоопрацювань, в т.ч. і таких, про які йшлося вище, подані матеріали Курочки О.І., Доманської М.В., Вострікової А.В., Гринюка О.Ю., Третяк І.В., Старожук А.О., Денисової Д.О. та ін.). Зазначимо також, що деяким авторам, статті яких не відповідають існуючим вимогам, відмовлено в публікації у збірнику.

Бейдик О.О., доктор географічних наук, професор,
професор кафедри країнознавства та туризму
Київського національного університету
імені Тараса Шевченка

ЗМІСТ

І. ГЕОГРАФІЯ РЕКРЕАЦІЇ ТА ТУРИЗМУ: ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРИКЛАДНІ ПИТАННЯ

Мальська М.П. Етапи розвитку міжнародного туризму…… 3
Бейдик О.О., Сировець С.Ю. Порівняльний аналіз рекреаційно-туристських мезорайонів «середземноморського кільця»……..… 10
Дьякова Є.О. Співробітництво між Україною та Китайською Народною Республікою в сфері туризму…….…... 18
Ханмагомедов Х.Л., Гебекова А.Н. Рекреационно-туристские возможности республики Дагестан Российской Федерации……. 25
Пестушко В.Ю. Туризм в Монако: міфи та реальність……. 37
Матвієнко Н.М. Сучасний стан та перспективи розвитку туризму Індії……. 46
Ковальчук А.П. Кластерный подход к развитию регионального туризма на примере г. Санкт-Петербурга…… 53
Вострікова А.В. Малі засоби розміщення: зарубіжний досвід для України…….. 59
Удовиченко В.В., Погоріла Ю.Ю. Питання класифікації туристичних формальностей у контексті розвитку та формування туристичних відносин……. 66
Парфіненко А.Ю. Теоретичні основи формування та реалізації туристичної політики держави……. 78
Заря І.В. Теоретичні засади зміни сучасної парадигми управління туристичним підприємством……... 87
Манько А.М. Методичні підходи до формування стратегічного менеджменту туристичних підприємств…….…… 94
Колотуха О.В. Кластерна парадигма спортивного туризму……. 100
Пендерецький О В. Інформаційний центр промислового туризму……...…… 110
Чеченя О.В. Оцінка рівня розвитку індустрії національного туризму…….……... 116
Засєдка І.В. Розвиток велосипедного туризму в Україні як спеціалізованого виду туризму……..……... 124
Бейдик О.О., Сировець С.Ю., Булюк В.Є. Порівняльний аналіз суспільно-географічних особливостей рекреаційного потенціалу Луганської та Харківської областей……. 131
Кілінська К.Й, Скутар Т., Лопушняк Л., Паламар Д. Парки-пам’ятки садово-паркового мистецтва Чернівецької області – об’єкти рекреаційного природокористування……. 138
Козловський О.Ю., Дунаєвська О.Ф. Екологічний та зелений туризм: визначення, особливості, стан розвитку на Житомирщині 151
Армашевська Т.В. Ойконіми та годоніми, як відображення історико-культурних туристичних ресурсів Чернігівської області.. 160

Кіптенко В.К., Маденко О.В. Перспективні напрями сталого розвитку туризму у Хмельницькій області…….
Воронин И.Н. E-Learning в системе подготовки специалистов в сфере туризма: крымский опыт…….
Смирнов І.Г. Головко В.В. Консорціум історичних міст як туристичний кластер: словацький досвід……
Устименко Л.М. Відеоекологічні вимоги до туристичних центрів
Кіптенко В.К., Куцюк А.В. Е-туризм: маркетинг у соціальних мережах туристичних підприємств м.Київ……
Дем'яненко С.О., Кулініч А.Т., Кулініч М.Т. Оцінка туристсько-рекреаційного потенціалу палаців Львова……
Ткачук Л.М. Трансформації в сфері авіаційних перевезень: виклики для туризму……..
Курочка О.І. Особливості функціонування аеропортів як об'єктів туристичної інфраструктури……...
Яценко Б.П. Ярошенко Д.В. Залізниця як важлива складова туристичної індустрії Японії…….
Лісіцина І.І. Теоретичні підходи до визначення поняття «державно-приватне партнерство в туризмі»……..……...
Доманська М.В. Аналіз атласу «Туристичне намисто України»…….

ІІ. АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ СУСПІЛЬНОЇ ГЕОГРАФІЇ ТА КРАЇНОЗНАВСТВА

Олійник Я.Б., Мазур О.В., Таращук І.П. Географія науково-технічних послуг в Україні……...
Єрмаков В.В. Промислово-географічні процеси у період формування індустріального суспільства……
Заставецька Л.Б.. Принципи і механізми формування нових територіальних громад і функціонування первинних систем розселення…….……..
Орещенко А.В. Історія розвитку апаратного забезпечення, яке використовується для створення тривимірних реалістичних картографічних моделей……
Сасько Н.В. Просторовий аналіз та суспільно-географічна інтерпретація глобального інноваційного індексу…….

ІІІ. ПРИРОДНИЧА ГЕОГРАФІЯ: ТЕОРІЯ ТА ПРАКТИКА

Дмитрук О.Ю., Шевчук О.В. До питання про графічне моделювання спелеокарстових та спелестокарстових ландшафтів..
Когайчук С.Ю. Садовий ландшафт – як об'єкт сільськогосподарського туризму……..
Коковський Л.О. Формування системи показників оцінки процесів природокористування на регіональному рівні……

Гринюк О.Ю., Третяк І.В., Старожук А.О., Денисова Д.О. Оцінка сприятливості кліматичних умов для рекреаційно-туристичної діяльності в Карпатському регіоні в зимовий період (гірськолижний туризм)……..
Яценко А.Д. Основні види рекреації та туризму у територіальних рекреаційних лісокультурних системах Північно-Західного Приазов'я……

ВІДОМОСТІ ПРО АВТОРІВ……
КОЛОНКА РЕЦЕНЗЕНТА……

СОДЕРЖАНИЕ

I. ГЕОГРАФИЯ РЕКРЕАЦИИ И ТУРИЗМА: ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ ВОПРОСЫ

Мальськая М.П. Этапы развития международного туризма……
Бейдык А.А., Сыровец С.Ю. Сравнительный анализ рекреационно-туристских мезорайонов «средиземноморского кольца»……..
Дьякова Е.О. Сотрудничество между Украиной и Китайской Народной Республикой в сфере туризма ……
Ханмагомедов Х.Л., Гебекова А.Н. Рекреационно-туристские возможности республики Дагестан Российской Федерации…….
Пестушко В.Ю. Туризм в Монако: мифы и реальность……..….
Матвиенко Н.Н. Современное состояние и перспективы развития туризма Индии……
Ковальчук А.П. Кластерный подход к развитию регионального туризма на примере г. Санкт-Петербурга……..…….
Вострикова А.В. Малые средства размещения: зарубежный опыт для Украины……..…….
Удовиченко В.В., Погорила Ю.Ю. Вопросы классификации туристических формальностей в контексте развития и формирования туристических отношений…….
Парфиненко А.Ю. Теоретические основы формирования и реализации туристической политики государства…….
Заря И.В. Теоретические основы изменения современной парадигмы управления туристическим предприятием….…….
Манько А.М. Методические подходы к формированию стратегического менеджмента туристических компаний…….
Колотуха А.В. Кластерная парадигма спортивного туризма……
Пендерецкий О.В. Информационный центр промышленного туризма……...
Чеченя О. В. Оценка уровня развития индустрии национального

туризма……
Засєдка И.В. Развитие велосипедного туризма в Украине как специализированного вида туризма……
Бейдык А.А., Сыровец С.Ю., Булюк В.Е. Сравнительный анализ общественно-географических особенностей рекреационного потенциала Луганской и Харьковской областей……...
Килинская К.Й., Скутар Т.Д., Лопушняк Л.В., Паламар Д.Б. Парки-памятники садово-паркового искусства Черновицкой области – объекты рекреационного природопользования……
Козловский А.Ю., Дунаевская О.Ф. Экологический и зелёный туризм: определение, особенности, состояние развития на Житомирщине……...
Армашевская Т.В. Ойконимы и годонимы, как отражение историко-культурных туристических ресурсов Черниговской области……...
Киптенко В.К., Маденко А.В. Перспективные направления устойчивого развития туризма в Хмельницкой области……..……..
Воронин И.Н. E-Learning в системе подготовки специалистов в сфере туризма: крымский опыт……...
Смирнов И.Г., Головко В.В. Консорциум исторических городов как туристический кластер: словацкий опыт……..……..…
Устименко Л.Н. Видеоэкологические требования к туристическим центрам……
Киптенко В.К., Куцюк А.В. Е-туризм: маркетинг в социальных сетях туристических предприятий Киева……..
Демьяненко С.А., Кулинич А.Т., Кулинич М.Т. Оценка туристско-рекреационного потенциала дворцов Львова…..……
Ткачук Л.М. Трансформации в сфере авиационных перевозок: вызовы для туризма……..
Курочка А.И. Особенности функционирования аэропортов как объектов туристической инфраструктуры……
Яценко Б.П. Ярошенко Д.В. Железные дороги как важная составляющая туристической индустрии Японии……
Лисицина И.И. Теоретические подходы к определению понятия «государственно-частное партнерство в туризме»……
Доманская М.В. Анализ атласа «Туристическое ожерелье Украины»……

II. АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ОБЩЕСТВЕНОЙ ГЕОГРАФИИ И СТРАНОВЕДЕНИЯ

Олейник Я.Б., Мазур А.В., Таращук И.П. География научно-технических услуг в Украине……
Ермаков В.В. Промышленно-географические процессы в период формирования индустриального общества……..…..
Заставецкая Л.Б. Принципы и механизмы формирования новых

территориальных общин и функционирования первичных систем расселения…….…
Орещенко А.В. История развития аппаратного обеспечения, используемого для создания трехмерных реалистических картографических моделей……..…….
Сасько Н.В. Пространственный анализ и общественно-географическая интерпретация глобального инновационного индекса…….……...

II. ЕСТЕСТВЕННАЯ ГЕОГРАФАЯ: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА
Дмитрук А.Ю., Шевчук А.В. К вопросу о графическом моделировании спелеокарстових и спелестокарстових ландшафтов……
Когайчук С.Ю. Садовый ландшафт – как объект сельскохозяйственного туризма……..
Коковский Л.А. Формирование системы показателей оценки процессов природопользования на региональном уровне……
Гринюк О.Ю., Третяк И.В., Старожук А.О., Денисова Д.А. Оценка благоприятности климатических условий для рекреационно-туристической деятельности в Карпатском регионе в зимний период (горнолыжный туризм)……
Яценко А.Д. Виды рекреации и туризма в территориальных рекреационных лесокультурных системах Северо-Западного Приазовья…….……...

ВЕДОМОСТИ ПРО АВТОРОВ……..…….…..

КОЛОНКА РЕЦЕНЗЕНТА……....

LIST OF CONTENTS

I. GEOGRAPHY OF RECREATION AND TOURISM: THEORETICAL AND APPLIED ISSUES

Malska M.P. Stages of development of international tourism…….
Beydik O.O., Syrovets S.Y. Comparative analysis of recreation and tourism of mezoregion «Mediterranean Ring»…….……...
Dyakova E.O. Cooperation between Ukraine and the PRC…..……...
Hanmagomedov H.L., Gebekova A.N. Recreation and tourism opportunities in the Republic of Dagestan of the Russian Federation……..……..…….
Pestushko V.Y. Tourism in Monaco: myths and reality…….……..
Matvienko N.M. Current state and prospects of the Indian tourism…….

Kovalchuk A.P. Cluster approach of development of regional tourism on the example of St. Petersburg…….…
Vostricova A.V. Small hotels: foreign experience for Ukraine……....
Udovichenko V.V., Pogorila Y.Y. The problems of classification of tourist ceremonial functions in the context of development and forming tourist relations…….....
Parfinenko A.Y. The theoretical basis of the formation and implementation of the state tourism policy……..
Zarya I.V. Theoretical foundations of modern paradigm change management of tourism enterprises……
Manko A.V. Methodical approaches to forming strategic management of tourism enterprises…….
Kolotuha O.V. Geosystem paradigm of sport's tourism……
Penderetskyy O.V. Industrial tourism information centre……...
Chechenya O.V. Assessing the level of development of the national tourism industry……..
Zasedka I.V. The development of cycling tourism in Ukraine as a specialized type of tourism……...
Beydyk O.O, Syrovets S.Y., Buliuk V.E. Comparative analysis of the social and geographical characteristics of the recreational potential of Luhansk and Kharkiv regions……...
Kilinska K.Y, Skutar T.D, Lopushnyak L.V., Palamar D.B. Parks-monuments of landscape architecture in the Chernivtsi region as objects of recreation nature management……..……..
Kozlovskiy O.Y., Dunaevskay O.F. Ecological and green tourism: determination, features, development status of Zhitomir region…..
Armashevskay T.V. Oykonimy and hodonimy as a reflection of historical and cultural tourism resources of Chernihiv region……
Kiptenko V.K., Madenko O.V. Prospective Domains of sustainable tourism development in Khmelnitsky region……
Voronin I.N. E-Learning in the training of specialists in the field of tourism:Crimean experience……
Smyrnov I.G., Golovko V.V. Consortium historic cities as a tourism cluster: Slovakia experience…….……..
Ustymenko L.M. Videoecological demands to tourism centers……..
Kiptenko V.K, Kucyk A.V. E-tourism: Social Media Marking experience of tourism entities of Kyiv…….
Demyanenko S.O., Kulinich A.T., Kulinich M.T. Assessment of tourism and recreational potential of the city of palaces……..
Tkachuk L.M. Air Transport Trends: Challenges for тourism……
Kurochka O.I. The specific features of functioning of airports as objects of tourist infrastructure…….
Yacenko B.P., Yaroshenko D.V. Railways as an important component of the tourism industry of Japan……
Lisicina I.I. Theoretical approaches to the definition of «public-private

partnership in tourism» concept……...
Domanska M.V. Analysis of Tourist Atlas Necklace Ukraine…...

II. REGIONAL AND HUMAN GEOGRAPHY: TOPICAL ISSUES CURRENT PROBLEMS OF HUMAN GEOGRAPHY AND AREA STUDIES

Oliynik Y.B., Mazyr O.V., Tarashuk I.P. Geography scientific and technical services in Ukraine
Ermakov VV Industrial and geographical processes during the formation of industrial society
Zastavetska L.B. Principles and mechanisms of formation of new local communities and the functioning of the original settlement systems……
Oreshenko A.V. The development history of hardware which uses to 3d realistic cartographic models creating
Sasko N.V. Spatial analysis and socio-geographical interpretation of the global innovation index

II. *NATURAL GEOGRAPHY: THEORY AND PRACTICE*

Dmitruk O.Y., Shevchuk O.V. To a question of a speleokarst and spelestokarst landscapes modelling…….
Kogaychuk S.Y. Garden landscape – as an object of agricultural tourism…….
Kokovskyy L.O. System of assessment of natural recourses using processes at the regional level…….…
Grinyuk O.Y., Tretyak I.V., Staroguk A.O., Denisova D.O. Assessment of auspiciousness of the climatic conditions for recreational and tourist activity in Carpathian region during the winter period (mountain-skiing tourism)…….
Yacenko A.D. Types of recreation and tourism in regional recreational silvicultural systems Northwest Priazov……..

INFORMATION ABOUT AUTHORS ……
REVIEWER COLUMN ……...……