КАФЕДРІ КРАЇНОЗНАВСТВА ТА ТУРИЗМУ КИЇВСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА – 25 років !

Любіцева Ольга Олександрівна
доктор географічних наук, професор

Київський національний університет імені Тараса Шевченка, м. Київ, Україна
e-mail: LOA13@ukr.net

КАФЕДРА КРАЇНОЗНАВСТВА ТА ТУРИЗМУ КИЇВСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА У СТАНОВЛЕННІ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Любицева Ольга Александровна
доктор географических наук, профессор

Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко, г. Киев, Украина
e-mail: LOA13@ukr.net

КАФЕДРА СТРАНОВЕДЕНИЯ И ТУРИЗМА КИЕВСКОГО НАЦИОНАЛЬНОГО УНИВЕРСИТЕТА ИМЕНИ ТАРАСА ШЕВЧЕНКО В СТАНОВЛЕНИИ ТУРИЗМА В УКРАИНЕ

Lyubitseva Olga Oleksandrivna,
Doctor of Geographic Sciences, Professor

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv city Ukraine,
e-mail: LOA13@ukr.net

THE ROLE OF REGIONAL STUDIES AND TOURISM DEPARTMENT OF TARAS SHEVCHENKO NATIONAL UNIVERSITY OF KYIV IN THE FORMATION OF TOURISM IN UKRAINE

На початку жовтня 2015 р. кафедра країнознавства та туризму Київського національного університету імені Тараса Шевченка провела чергову міжнародну науково-практичну конференцію «Стратегія розвитку національного туризму і його кадрове забезпечення», присвячену 25-річчю з часу заснування. З 2005 р. кафедра кожні два роки проводить такі науково-практичні конференції, присвячені розвиткові національного туризму і питанням підготовки кадрів для нього. Проведення таких конференцій має за мету об’єднати науковців, освітян і практиків туризму в обговоренні спільних питань, таких як стан туризму в країні, галузеві та регіональні проблеми його розвитку, підготовка кадрів і кадрове забезпечення галузі. Слід зауважити, що дана робота дає свої результати: на заклик кафедри щоразу відгукується більше не тільки колег-освітян, а й практиків туристичної сфери, представників органів державного управління туризмом. У

підзаголовку цьогорічної конференції зазначалося також 25-річчя заснування сучасної туристичної освіти в Україні, чим організатори хотіли підкреслити той факт, що становлення туристичної освіти в країні почалось і в подальшому відбувалося при безпосередній участі професорсько-викладацького складу кафедри країнознавства та туризму, яка була відкрита 1990 р. на географічному факультеті Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Кафедру очолив тоді кандидат географічних наук, доцент кафедри економічної і соціальної географії Яценко Б.П. До складу нової кафедри перевели з кафедри фізичної географії і охорони природи трьох кандидатів географічних наук, доцентів Короткову А.Я., Бейдика О.О., Винниченко І.І.

Створенню кафедри передувала майже двадцятирічна підготовка фахівців для сфери туризму на географічному факультеті, яку здійснювала кафедра фізичної географії і охорони природи (завідувач кафедри – тоді кандидат географічних наук, доцент Шищенко П.Г.). Ця підготовка розпочалась ще на початку 1970-х рр. на замовлення створеної (за Постановою ВЦРПС і ЦК КПРС, 1969 р.) Української республіканської ради з туризму і екскурсій. Саме тоді були розроблені перші навчальні плани і програми, залучені провідні фахівці за профілем підготовки за спеціалізацією «краєзнавство» і розпочалась підготовка фахівців кваліфікації «методист-організатор туристсько-екскурсійної справи». Випускників відправляли на роботу до обласних відділень, де вони виконували функції розробників туристичних маршрутів і екскурсій, на потужні турбази, де виконували функції інструкторів (а згодом ставали директорами туристичних підприємств). Слід зауважити, що популярність даної спеціалізації зростала і на початок 1990 р. таких студентів у спеціалізованій групі було 27 чол. Саме вони стали першими студентами новоствореної кафедри і її першим випуском. Тобто, протягом тривалого часу випускались фахівці, які забезпечували розвиток організованого планового туризму в країні, який поєднував активні форми з пізнавальною спрямованістю. Ці фахівці готувались на базі географічної (здебільшого природничо-географічної) освіти, базовими курсами їхньої підготовки були «Рекреаційна географія», «Географія туризму», «Екскурсознавство та музеєзнавство», «Районне планування рекреаційних територій» та ін..

Концепція нової кафедри докорінно відрізнялась від попередньої, оскільки базувалась на реаліях світового туристичного

ринку (хоча дія відбувалась ще формально у Радянському Союзі, але вже під час перебудови, коли відкрилися можливості ознайомитись із зарубіжними системами освіти, досягненнями в галузі науки). Фахівець у сфері туризму в першу чергу мав бути організатором, спеціалістом з розробки, просування, реалізації туристичного продукту та обслуговування туристів, який володіє знаннями про рекреаційно-туристичні ресурси і функціонуючі дестинації, принципи організації готельно-ресторанного господарства, екскурсійного обслуговування, розробки турів, знається на сучасних інформаційних технологіях. Особлива увага приділялась вивченню іноземних мов: англійської як базової та ще однієї за вибором студента (за цей час викладались німецька, французька, іспанська, італійська, польська, арабська, китайська, японська, хінді, індонезійська, турецька, фарсі). Саме такий підхід був покладений нині професором, доктором географічних наук Б.П.Яценком в основу нової концепції підготовки фахівців-географів і фахівців для сфери туризму. Основною ідеєю було поєднання підготовки географів-країнознавців, фахівців з дослідження ринків і регіонів та фахівців галузі туризму зі спеціалізацією в сфері міжнародного туризму.

При розробці перших навчальних планів був використаний досвід зарубіжних ВНЗ, які готують кадри для туризму, з Польщі, Хорватії, Болгарії, Австрії, Італії, Німеччини, Греції, інших європейських країн. Саме узагальнення зарубіжного досвіду підготовки менеджерів туризму у поєднанні з власними концепціями сутності туризму і баченням напрямків розвитку вітчизняного туризму було покладене в основу навчання майбутніх фахівців. І по-сьогодні кафедра в освітньому і науковому процесі спирається на сформовані протягом цього періоду власні наукові концепції і підходи (з урахуванням вітчизняного і зарубіжного досвіду). Туризм розглядається як феномен сучасності, складова стилю життя певної частини людства, спрямована на саморозвиток особистості. Саме розвиток туристичного процесу сформував індустрію туризму – галузь економіки, діяльність складових якої спрямована на надання послуг подорожуючій людині. Таке розуміння туризму, туристичного процесу і індустрії туризму й по сьогодні сповідує кафедра при складання своїх навчальних планів і програм, у підготовці фахівців для туристичної галузі. Туризм як синтетичний вид діяльності потребує відповідного комплексного

підходу і має базуватися на поєднанні теоретико-методологічних засад багатьох наук і жодна з них не повинна мати переваг.

За 25 років діяльності кафедра підготувала близько 800 фахівців для сфери туризму і до 300 фахівців з питань міжнародного співробітництва, майже 40 випускників здобули наукові ступені кандидатів географічних, економічних, педагогічних, історичних наук і тепер працюють у ВНЗ та наукових установах країни. Випускники-країнознавці працюють у державних установах, інститутах, в системі МЗС, а випускники-фахівці з туризму забезпечують розвиток провідних туроператорських компаній країни, мають власний туристичний бізнес як в Україні, так і закордоном, працюють державними службовцями з організації туризму в регіонах.

Всі ці роки ми дбали про розвиток туристичної освіти і науки. Кафедра була одним з перших членів створеної 1997 р. Асоціації ВНЗ України готельного і туристичного профілю (майже 80 членів), яка мала за мету обмін досвідом і узгодження програм підготовки фахівців для сфери туризму. У 2004 р. був розроблений і затверджений Мінюстом України перший Галузевий стандарт вищої освіти України за напрямом «туризм» рівня «бакалавр» і члени кафедри (проф.. Яценко Б.П., проф.. Любіцева О.О.) були в числі його розробників. В подальшому всі удосконалення даного стандарту, пов’язані з розвитком туристичної освіти, зміною статусу туризму в системі державного управління (2006, 2011 рр.) також відбувалися за участі членів кафедри (зокрема, проф.. О.О.Любіцева є членом робочих груп з розробки всіх означених галузевих освітніх стандартів всіх ОКР). Крім розробки базових документів з туристичної освіти, члени професорсько-викладацького складу кафедри стали експертами Державної акредитаційної комісії України напряму «туризм» з ліцензування та акредитації ВНЗ за даним освітнім напрямком (професори Яценко Б.П., Смирнов І.Г., Бейдик О.О., доценти Малиновська О.Ю., Хільчевська І.Г.) та членами Експертної комісії напряму ДАК України (проф.. Любіцева О.О.).

Розробка навчальних планів і програм має не тільки забезпечувати сьогоденні потреби національного господарства у кваліфікованих кадрах, але передусім базуватися на науково обґрунтованих прогнозах розвитку. Ще у 1992-1994 рр. кафедра (керівник проекту у 1992-1993 рр. – Б.П.Яценко, 1993-1994рр. – проф. В.М.Новиков, НАНУ) виступала координатором розробки

програми виходу України на світовий туристичний ринок, яка виконувалась за ініціативи Інноваційного центру НАН України і об'єднувала представників 26 наукових і науково-дослідних установ. За результатами цієї розробки в країні було сформовано керівний орган: Державний комітет України з туризму, 1994 р. (тоді – з правами міністерства), розроблено і прийнято Верховною Радою України Закон України «Про туризм», 1995 р. (удосконалений 2003 р.). З 1995 р. вищі навчальні заклади почали відкривати нову тоді спеціальність «туризм», яка швидко набувала популярності. Сьогодні система вищої освіти зі спеціальності «туризм» представлена понад 100 ВНЗ, які готують фахівців ОКР «бакалавр з туризму» і 32 ВНЗ, які готують магістрів-туризмознавців. Безумовно, що за такої кількості навчальних закладів виникає питання якості підготовки, бо не секрет, що при всій жорсткості системи ліцензування і акредитації, формальні показники, яким має відповідати ця процедура, не відображають повною мірою реального стану підготовки кадрів. Є проблема якості професорсько-викладацького складу, в першу чергу, його фахової орієнтованості. Не завжди вимога написання навчальних посібників і підручників з фахових дисциплін доречна у випадку ВНЗ, які тільки розпочинають таку підготовку, оскільки навчальні матеріали мають бути підготовлені фахівцями, базуватися на багаторічній науковій, науково-практичній діяльності, а не представляти собою компіляцію з попередніх видань, до якої мусять вдаватися викладачі, забезпечуючи ліцензійні вимоги і вимоги до отримання наукового звання.

До речі, перші навчальні посібники викладачі нашої кафедри, кандидати наук, доценти зі значним стажем викладацької і, почасти, практичної роботи, почали видавати наприкінці 1990-х років, а з початку 2000-х було поставлено за мету забезпечити власними навчальними виданнями викладання базових дисциплін. З того часу професорсько-викладацький склад кафедри, а це 4 професори, доктори наук, та 10 кандидатів наук (9 доцентів і 1 асистент), послідовно виконує це завдання [http://www.lgtinfo.com.ua/index.php?option=com_content&view=article&id=132&Itemid=138&lang=uk].

У навчальних виданнях та у своїх наукових статтях професорсько-викладацький склад кафедри розвиває напрямки таких наукових досліджень: географія туризму, ринок туристичних послуг, туризмологія (проф.. О.О.Любіцева), туристичне

ресурсознавство (проф. О.О.Бейдик), геологістика, геомаркетинг (проф.. І.Г.Смирнов), туристичне країнознавство (проф. Б.П.Яценко, доценти В.І.Стафійчук, В.К.Кіптенко, О.Ю.Малиновська), екскурсознавство, музеєзнавство (доценти В.К.Кіптенко, Т.І.Шпарага, О.Ю.Малиновська), менеджмент туризму (доц.. В.К.Кіптенко), технологія і організація туристичної діяльності (проф.. О.О.Любіцева, доценти Т.І.Шпарага, О.Ю.Малиновська, С.Ю.Сировець). Значну увагу приділяє кафедра розвиткові наукової і професійної термінології (професори О.О.Бейдик, О.О.Любіцева). Допомогу в організації навчального і наукового процесу здійснює функціонуюча при кафедрі лабораторія геоінформації і туризму. На базі цієї лабораторії створена за спонсорської підтримки достатньо потужна видавнича база, на якій з 2007 р. випускається збірник наукових праць «Географія і туризм», внесений ВАК України до переліку фахових видань. Цей збірник за підсумками 2015 р. увійшов до 10 кращих видань Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Лабораторія здійснює також друк методичних матеріалів, які забезпечують навчальний процес (доцент Сировець С.Ю.).

Викладачі кафедри в різні часи приймали безпосередню участь у практичній і науковій діяльності з розвитку туризму в Україні. Так, під час підготовки до ЄВРО-2012 проф. О.О.Бейдик і доц.. І.І.Винниченко стали експертами Державної служби туризму і курортів Міністерства культури і туризму України, яка тоді опікувалась туризмом, і здійснювали експертизу окремих регіонів країни щодо розвитку туристичної інфраструктури і пропозиції регіонального туристичного ринку у зв’язку з проведенням чемпіонату. Професори Б.П.Яценко, О.О.Любіцева, Я.Б.Олійник, доценти І.І.Винниченко, В.К.Кіптенко, О.Ю.Малиновська розробляли наукову проблематику під егідою Наукового центру розвитку туризму. Сьогодні проф.. Я.Б.Олійник і проф.. О.О.Любіцева є членами Технічного комітету України (ТК-169) з розробки державних стандартів «Туризм і послуги у сфері туризму». Значною була робота членів кафедри з розробки «Стратегії сталого розвитку національного туризму в Україні» (професори П.Г.Шищенко, Я.Б.Олійник, О.О.Любіцева, Б.П.Яценко) 2006-2007 рр. Результати цих досліджень увійшли до прийнятої Кабінетом Міністрів України у 2007 р. «Стратегії розвитку туризму і курортів в Україні». В останні роки

ініціативною науковою темою кафедри стало рекреаційно-туристичне районування України. Вирішення цього питання ставить за мету збалансований розвиток туризму на основі раціонального використання туристичних ресурсів і функціонування дестинацій і має не тільки наукове, а й практичне значення в управлінні туризмом. Значну роботу з регіональними адміністраціями проводить доц.. І.І.Винниченко, просуваючи наукові здобутки кафедри країнознавства та туризму. Результатом цієї діяльності є численні звернення обласних адміністрацій до керівництва Київського національного університету імені Тараса Шевченка щодо залучення викладачів кафедри до розробки регіональних стратегій і планів розвитку туризму. Однак брак коштів на ці розробки значно обмежує діяльність професорсько-викладацького складу кафедри щодо практичного застосування свого досвіду.

Досвід з розвитку вітчизняного туризму підкріплюється міжнародним досвідом, який набувають викладачі кафедри, приймаючи участь у Міжнародних конгресах (Кьольн, ФРН, 2012, Кіото, 2013, Краків, 2014, – проф.. Яценко Б.П., проф.. Любіцева О.О., доц.. Кіптенко В.К., доц.. Мотузенко О.О., ас. Федчук А., асп. Доан П.), зарубіжних конференціях (Варна, 2015, проф.. Любіцева), а також постійно спілкуючись із своїми закордонними партнерами з Болгарії, Туреччини, Греції, Німеччини, США, Словаччини, Польщі, Італії та інших країн. У 2013 р. з Університетом Мачерата (Італія) був підписаний договір, відповідно до якого кафедра готує фахівців за програмою подвійного дипломування за спеціалізацією «проектування та управління туристичними системами» і вже здійснено перший випуск таких фахівців. Досить широкі міжнародні контакти знаходять своє втілення в програмах проведення виробничих практик студентами кафедри починаючи з 3 курсу у Туреччині, Греції, у провідних туроператорських компаніях України. Про якість підготовки фахівців свідчать перемоги студентів у різних фахових конкурсах і олімпіадах. Зокрема, з гарною ініціативою 4 роки тому виступив туроператор «TPG» щодо проведення конкурсу «Майбутнє туристичної галузі» серед студентів фаху «туризм» спочатку провідних ВНЗ Києва, але зараз це охопило вже всю Україну. На цьому конкурсі студенти презентують свої прикладні розробки. Переможці конкурсу не тільки мають матеріальне стимулювання від організаторів, але й забезпечуються місцями проходження практики з можливістю

майбутнього працевлаштування. Такі ініціативи мають бути підтримані не тільки ВНЗ, а й державою (нині це Управління розвитком туризму і курортів Мінекономрозвитку України). Було б доцільно проводити подібні фахово орієнтовані конкурси з основних спеціальностей підготовки. Крім зазначеного, діє конкурс кулінарів і варто було б додати до нього конкурси рестораторів і готельєрів. Дуже доцільним було б запровадити конкурс з розробки екскурсійного продукту, оскільки в дестинаціях відчувається брак фахових екскурсоводів.

Таким чином, викладачі і весь склад кафедри, маючи постійні зв'язки з туристичною галуззю, діючі в різних аспектах і на різних напрямках розвитку туризму, мають можливість адекватно оцінити стан туристичного ринку в Україні, його потенційні можливості, виходячи з умов світового і європейського туристичного ринків, що є підставою для прогнозування напрямків розвитку вітчизняного туризму. Тільки прогнозуючи розвиток ринку можна спрогнозувати - якого фахівця ми маємо готувати і під цього «прогнозного» фахівця мають бути розроблені наші навчальні плани і освітні програми. Саме на прогнозування напрямків розвитку світового і вітчизняного туризму (бо туризм є глобальним явищем і світові процеси дуже швидко впроваджуються у вітчизняну практику) має бути спрямована наукова і нерозривно з нею пов'язана освітня діяльність кафедр, інших структур, які готують кадри для сфери туризму. Освітні програми і плани мають щонайменше на п'ять років випереджати процеси, які стануть притаманні туристичному ринку на час, коли на нього «вийдуть» ці фахівці. Тобто, фахова туристична освіта є дуже динамічною, і має бути більш динамічною, ніж туристичний ринок, щоб задовольняти його потреби; має тримати постійний зв'язок з практикою, але практика не має підміняти освіту (завдання освіти – навчити вчитися і бути готовим до навчання протягом життя в умовах постійної зміни кон'юнктури туристичного ринку або в умовах невизначеності інших суспільних систем), якою б більш технологічно «просунутою» не була ця практика. Позитивним явищем сучасності є те, що провідні міжнародні компанії звернули свою увагу на майбутні «кадри», розробили навчальний продукт і запропонували його профільним ВНЗ. Так у навчальних закладах з'явились фахові програми «Парус», «Оверія», «Амадеус». З 2015 р. кафедра співпрацює на партнерських засадах з компанією «Amadeus IT Group», яка вперше розробила навчальний продукт і ми зараз

спільно проводимо його тестування. «Amadeus IT Group» є одним з найбільших світових операторів транзакцій в глобальній індустрії туризму. Компанія провадить свою діяльність у понад 195 країнах, об'єднує транспортні, страхові, туроператорські компанії, готельні мережі. В «Amadeus IT Group» працює понад 10 тис співробітників 123 національностей. Сподіваємося серед них найближчим часом побачити і своїх випускників.

Певною «візитівкою» міжнародних науково-практичних конференцій, які проводить кафедра, стали «круглі столи», які мають об'єднати освітян та практиків туризму спільною проблематикою: якість кадрів. Виключно цій проблематиці були присвячені вже вісім конференцій, яки ми провели разом з нашими італійськими партнерами під спільною назвою «Україна-Італія: співробітництво в галузі туризму». І даний захід не став виключенням: практики туризму: О.В.Бойко («TPG»), В.А.Зінченко («Супутник»), М.Мариничев («Туристична пошта») та ін. поділились своїми міркуваннями щодо сучасного стану туристичного ринку і його проблем, а також з питань якості підготовки кадрів.

Ще раз хочу висловити слова вдячності колегам зі Львівського, Харківського, Дніпропетровського, Східноєвропейського, Чернівецького, Луганського, Тернопільського, Рівненського, Криворізького, Запорізького, Мукачівського університетів, Київських ВНЗ (Національного авіаційного університету, Київського національного торговельно-економічного університету, Київського національного університету культури і мистецтв, Університету «КРОК», Академії праці, соціальних відносин і туризму та ін.), громадським організаціям, культурним центрам і представництвам, які прийняли участь у конференції і привітали нас з ювілеєм. Учасники конференції отримали вітання від голови підкомітету з питань розвитку туризму, курортів та рекреаційної діяльності Комітету Верховної Ради України з питань сім'ї, молодіжної політики, спорту та туризму Романової А.А. З цікавою доповіддю про стан туризму в м. Києві і напрямки його розвитку виступила начальник відділу з питань іміджевої та інформаційної політики управляння туризму Київської міської державної адміністрації Овчаренко О.В.

Таким чином, сьогодні спостерігається «зустрічний рух» туристичної практики і туристичної освіти, який має дати гарний результат як з кадрового забезпечення туристичної сфери, так і з розвитку вітчизняного туризму, на користь якого ми всі працюємо.

УДК 338.48-1/-6 (477)

Бейдик Олександр Олексійович,
доктор географічних наук, професор
Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Київ, Україна
e-mail: beydik@mail.ru

Сировець Сергій Юрійович,
кандидат географічних наук, доцент
Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Київ, Україна
e-mail:lgtinfo@ukr.net

Зяблова Анастасія Олександрівна
Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Київ, Україна
e-mail: nastya-zyablova@mail.ru

УКРАЇНСЬКИЙ ТУРИЗМ: ПРИХОВАНІ МОЖЛИВОСТІ ТА СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ

Мета. Проаналізувати сучасний стан національного туризму, виявити його приховані можливості, вразливі сторони та сучасні тенденції розвитку.

Методика. Використані соціологічний, монографічний, експедиційний методи, застосовано контент-аналіз, структурно-логічне моделювання, використано матеріали засобів масової інформації.

Результати. Визначені сучасні напрями розвитку, загрози та чинники, що стримують розвиток національного туризму, його сильні та слабкі сторони, сучасні та традиційні (фундаментальні) бренди.

Практична значимість. Матеріали статті можуть бути використані організаціями та установами місцевого, регіонального, національного рівня, що реалізують відповідні програми туристського розвитку, втілені в практику діяльності вищих навчальних закладів України, які займаються підготовкою кадрів для національної туристської індустрії.

Ключові слова: національний туризм, стратегія, туристська політика, санкції, об’єкти Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО, релігійний туризм, курортно-лікувальні ресурси, спелеоресурси

УДК 338.48-1/-6 (477)

Бейдик Александр Алексеевич,
доктор географических наук, профессор
Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко, Киев, Украина
e-mail: beydik@mail.ru

Сыровец Сергей Юрьевич,
кандидат географических наук, доцент
Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко, Киев, Украина
e-mail:lgtinfo@ukr.net

Зяблова Анастасия Александровна
Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко, Киев, Украина
e-mail: nastya-zyablova@mail.ru

УКРАИНСКИЙ ТУРИЗМ: СКРЫТЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ И СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ

Цель. Проанализировать современное состояние национального туризма, выявить его скрытые возможности, уязвимые стороны и современные тенденции развития.

Методы. Использованы социологический, монографический, экспедиционный методы, применены контент-анализ, структурно-логическое моделирование, использованы материалы средств массовой информации.

Результаты. Определены современные направления развития, угрозы и факторы, сдерживающие развитие национального туризма, его сильные и слабые стороны, современные и традиционные (фундаментальные) бренды.

Практическая значимость. Материалы статьи могут быть использованы организациями и учреждениями местного, регионального, национального уровня, реализующих соответствующие программы туристского развития, воплощенные в практику деятельности высших учебных заведений Украины, которые занимаются подготовкой кадров для национальной туристской индустрии.

Ключевые слова: национальный туризм, стратегия, туристская политика, санкции, объекты Всемирного наследия ЮНЕСКО, религиозный туризм, курортно-лечебные ресурсы, спелеоресурсы

UDC 338.48-1/-6 (477)

Beidyk Oleksandr Oleksiiovych,
Doctor of Geography Sciences, Professor
Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv, Ukraine, e-mail: beydik@mail.ru

Syrovets Serhii Yuriiovych,
Candidate of Geography Sciences, Associate Professor
Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv, Ukraine, e-mail:lgtinfo@ukr.net

Ziablova Anastasiia Oleksandrivna
Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv, Ukraine,
e-mail: nastya-zyablova@mail.ru

UKRAINIAN TOURISM: HIDDEN OPPORTUNITIES AND CURRENT TRENDS

Goal. To analyze the current state of national tourism, discover its hidden features, vulnerable side and contemporary trends.

Methods. Used sociological, monographic, expeditionary method used content analysis, structural and logical modeling, draws media.

Results. Designated modern trends of development, threats and factors that hinder the development of national tourism, its strengths and weaknesses, modern and traditional (fundamental) brands.

The practical significance. Materials of the article can be used organizations and institutions of local, regional and national level, implementing appropriate programs of tourism development, embodied in the practice of universities in Ukraine who are preparing personnel for national tourist industry.

Key words: national tourism strategy, tourism policy, sanctions, UNESCO World Heritage sites, religious tourism, resort and medical resources, speleoresursy

Актуальність проблематики. Туризм – найбільш прибуткова експортна галузь, важлива складова платіжного балансу туристсько-орієнтованих країн світу. Прибутки від міжнародного туризму випереджають експорт нафтопродуктів, автомобілів, телекомунікаційних матеріалів, текстильної продукції та інших видів товарів і послуг. Сектор подорожей і туризму постійно створює робочі місця, на даний час у ньому зайнято близько 140 млн. осіб. Переважна більшість робочих місць у туризмі належить малим і середнім підприємствам. Дослідження показують, що в туризмі створення робочих місць відбувається в 1,5 рази скоріше, ніж у будь-якій іншій галузі. Власну туристську політику кожна держава проводить в залежності від геополітичного положення, ресурсно-

рекреаційної бази, ступеню розвитку туристської інфраструктури, традицій та ментальності населення (рис.1). Стратегічні питання розвитку національного туризму висвітлено в ряді публікацій *[1-4,6-10]*. В той же час реальність постійно вносить зміни не тільки в стратегічні напрями, але і корегує поточні оперативні плани розвитку національного туризму.

Рис 1. Цільова структура туристичної політики [4].

Мета та завдання публікації – виявити латентні можливості та висвітлити сучасні тенденції розвитку національного туризму в умовах нестабільної суспільно-політичної ситуації, провести корекцію попередніх та окреслити нові контури цього суспільного явища.

Виклад основного матеріалу. Не виключенням в шерензі світових туристських держав є і Україна, яка позиціонується в міжнародному

туристському розподілу праці своїми коронними брендами, які складають релігійний туризм, курортно-лікувальні ресурси, унікальні спелеоресурси, об'єкти ЮНЕСКО, вигідне геополітичне положення. Але, на жаль, «не так сталося, як гадалося», і сьогодні, за сумним висловом деяких фахівців туристської галузі, стан, в якому перебуває національний туризм, можна оцінити як колаптоїдний. За останні 60 років (з 1955 р.) український туризм опинився в найважчих, найскрутніших умовах, адже продовжується падіння економічних показників розвитку держави, спричинене як суспільно-економічною кризою так і продовженням бойових дій на Сході України (одна доба «забирає» у держави $ 5 млн або близько 100 млн. грн); крім того:

- фактично ліквідований авіазв'язок між Україною та Росією, яка забезпечувала понад 80% в'їзних туристів до України (введення у 2015 р. обопільних санкцій на авіаперевезення між Росією та Україною суттєво зменшило потік українців до Росії, як і потік в зворотному напрямі, наприклад, частка росіян які прибували в аеропорт «Одеса» зменшилась з 10% у 2012-1014 рр. до 1% у 2015 р.);
- з українського ринку авіаперевезень пішли лоукостери («Wizzair»), різко підскочив курс долара і євро, а скасування візових формальностей не відбулося, а саме від материалізації візової політики залежить розвиток українського туризму;
- ліквідовано гарантоване і безпечне будь-яке сполучення з Кримом (всі авіарейси зняті, зв'язок залізницею скасований, автосполучення, яке забезпечують приватні перевізники, небезпечне для життя);
- 50 тис. мігрантів (за іншими джерелами – 300 тис.) з Кримського півострова тільки посилили негативні тенденції в національному туризмі (слід нагадати і про те, що від 3-5 до 8-9 млн. українців працюють за кордоном); на сьогодні понад 2 млн. мігрантів залишили Донбас, а Луганська та Донецька області фактично вилучені зі сфери національного туризму (слід нагадати і про 3,7 тис. км^2 замінованої території Донбасу);
- за різними оцінками у 2014-2015 рр. на руках у населення в Україні знаходилось від 3 до 4,5 млн. одиниць вогнепальної зброї (цей чинник, поряд з іншими, наведеними вище, стримує потік іноземних туристів до країни); тільки в першому півріччі 2015 р. 400 тис. українців працевлаштувалися у Польщі.

Кілька років тому, коли в країні обговорювалась чергова стратегія розвитку національного туризму, увага фахівців була спрямована на наступні позиції:

- необхідність вибіркової (адекватної якості) приватизації туристських підприємств;
- зменшення податкового тиску;
- залучення іноземних інвестицій (адже модель національного туризму повинна зміщуватись саме в зону інвестицій; «подушка»

безпеки туризму, як і суспільства в цілому, ущільнилась до рівня наволочки; в національному туризмі є неоране поле, але його треба знайти і переорати, адже інвесторів не можна переконати гаслами і пошук латентних шарів національного туризму має продовжуватись);

- створення вільних економічних зон у найбільш сприятливих для розвитку туризму регіонах;
- вдосконалення існуючих законів і підзаконних актів та впровадження нових (інше питання – а чи пожвавлять туристський потік нові закони, які обговорюються в парламенті - про легалізацію проституції, про вільне володіння зброєю та ін. ?); зараз при комітеті Верховної ради України з питань сім'ї, молодіжної політики, спорту та туризму створено Експертну раду з питань туризму і курортів, до якої увійшли представники бізнесу та громадськості; на сьогоднішній день Експертною радою опрацьовується пакет пропозицій щодо реформування та розвитку галузі туризму; крім того, ініційовано створення Міжфракційного депутатського об'єднання «Україна туристична», головною метою якого є об'єднання зусиль народних депутатів для підвищення туристської конкурентоспроможності України, шляхом реформування туристської галузі та створення сучасного європейського законодавства у туристській сфері; наскільки ці акції пожвавлять національну туристську галузь – це питання, але в соцмережі наші депутати викладають численні «репортажі» (фото, враження) щодо свого індивідуального або сімейного перебування на модних курортах чи в зарубіжних подорожах і ці «депутатські міграції» вже отримали назву – політичний туризм);
- створення програм розвитку національного туризму, які спиратимуться на реальний стан економіки країни або розробка нової парадігми національного туризму;
- поліпшення якості та ефективності реклами, забезпечення оновленою інформацією діючих турів та підвищення їх рейтингу;
- впровадження заходів, спрямованих на ідентифікацію України, сприйняття її колориту (національна кухня, традиційний побут, етнокультурні фестивалі та свята);
- вдосконалення принципів та методів розробки нових туристсько-екскурсійних маршрутів, виявлення та дотримання особливостей їх проведення, оптимізація засобів розміщення і транспортного забезпечення;
- розвиток сільського та «зеленого» туризму (в поєднанні з мисливством у Карпатах, рибальством на Волині, подорожами верхи в степових областях, дегустацією вин на Закарпатті, Причорномор'ї та в Криму);
- вдосконалення існуючих турів та розвиток нових видів туризму і на їх основі - нових туристсько-екскурсійних маршрутів;

- розширення вікових груп учасників туристського руху, розвиток турів зі спортивними та фітнес-програмами, екстремального туризму (сноубордінг, спелеотуризм, повітроплавальний туризм), водного туризму (вітрильні регати, яхт-клуби, круїзи Дніпром та Чорним морем), релігійного туризму, маршрутів «вихідного дня».

Щодо сучасного бачення мегатренду розвитку національного туризму зазначимо наступне. Стратегія розвитку туристської індустрії в Україні полягає у виробленні державної політики в галузі туризму як одного із пріоритетних напрямів розвитку національної культури та економіки.

Основу державної політики в галузі туризму складають наступні чинники:

- державне стимулювання внутрішнього та іноземного (в'їзного) туризму, в т.ч. через удосконалення системи оподаткування;
- забезпечення внутрішньої конвертованості туристських послуг шляхом підвищення їх якості та розширення асортименту, поліпшення умов обслуговування туристів;
- поетапна приватизація туристських об'єктів з їх інфраструктурою;
- будівництво нових, реконструкція та модернізація діючих туристських об'єктів;
- державне фінансування відновлення пам'яток архітектури, культури, історії України, Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО;
- залучення коштів підприємницьких структур, суб'єктів туристської діяльності для розвитку інфраструктури туризму (шляхи сполучення, пункти пропуску, системи водопостачання та каналізації, зв'язок, служби сервісу тощо);
- організація приміських зон короткочасного відпочинку, створення нових рекреаційних зон загальнодержавного та місцевого значення;
- сприяння організації виробництва екологічно чистої сільськогосподарської продукції для забезпечення потреб туристів у високоякісних продуктах харчування;
- залучення приватного сектора, особливо у сільській місцевості, до рекреаційно-туристського підприємництва та підсобної діяльності у сфері туризму (сільського, зеленого);
- створення сприятливих умов для розвитку активних видів туризму (оздоровчо-спортивного, екологічного, пригодницького тощо);
- державне сприяння просуванню на міжнародний ринок туристського продукту України через міждержавні угоди та програми;
- створення сучасної інформаційно-маркетингової служби у сфері туристського бізнесу;
- проведення науково-дослідних, проектних і пошукових робіт з актуальних проблем розвитку рекреаційно-туристських господарств, використання природного та історико-культурного потенціалу країни, створення геоінформаційної системи «Туризм в Україні»;
- провести комплексні ландшафтно-екологічні та історико-культурні

дослідження території України, встановити диференційовані норми туристського навантаження на довкілля;

- переглянути природо-та пам'яткоохоронні нормативно-правові акти з метою посилення відповідальності за їх порушення;
- обґрунтувати на основі норм антропогенного навантаження гранично допустимі межі сумарної місткості об'єктів, розміщених у туристських центрах; удосконалення порядку ліцензування суб'єктів туристського підприємства; запровадження пільгових умов для стимулювання організацій оздоровлення дітей та молоді, насамперед, дітей-сиріт, дітей-інвалідів, які постраждали внаслідок Чорнобильської катастрофи, та інших соціально незахищених верств населення;
- облаштування туристської інфраструктури у мережі міжнародних транспортних коридорів, що проходять через територію України;
- налагодження потужної реклами вітчизняного туристського продукту;
- випуск високоякісного інформаційно-довідкового матеріалу, створення спеціалізованих видань туристського профілю (газет, журналів, законодавчих збірників, методичних рекомендацій, тематичних монографій, навчальних посібників, підручників), радіо- та телепрограм;
- забезпечення регулярного проведення в Україні міжнародних і національних туристських виставок, салонів, бірж, ярмарок, фестивалів, конкурсів, організацію участі вітчизняних виробників туристського продукту в аналогічних заходах за межами України з метою залучення до Україну іноземних туристів;
- створення сприятливих умов для збільшення туристських потоків шляхом спрощення, згідно з міжнародною практикою, візових, митних і прикордонних формальностей;
- створення тематичних програм, у яких всебічно, повно та правдиво висвітлюються вітчизняна історія, життя і діяльність видатних українських політичних та військових діячів, народних героїв, митців;
- підготовка кваліфікованих кадрів у сфері туризму.

Не варто нагадувати про те, що більшість згаданих вище позицій виконана не була або реалізована лише частково. В нинішній непростій ситуації туристська громадськість України окреслила нові пріоритети розвитку національного туризму. Корекція попередніх та окреслення оновлених контурів цього суспільного явища обговорювались на науково-практичних заходах, які проводились провідними ВНЗ України пропонувались в порядку обговорення, проявлялись у вигляді різних ініціатив і акцій:

- зважаючи на важку суспільно-політичну ситуацію, суттєве безгрошів'я населення акцент має бути спрямований на внутрішній туризм – розвиток соціального туризму – проведення безкоштовних

екскурсій та реалізацію інших преференцій, що сприятиме залученню в туристсько-екскурсійний рух малозабезпечених верств населення;

- впровадження турів «Всесвітня спадщина ЮНЕСКО в Україні», «Сім чудес України»;
- лібералізація законодавчої бази в напрямі сприяння розвитку підприємницької діяльності, що, в свою чергу, може розглядатися як чинник пожвавлення ділового туризму;
- військовий конфлікт на сході України (АТО), який зараз знаходиться в стадії примирення, події на Майдані, можуть розглядатися як чинник т.з. «революційних» турів, окремих проявів військового туризму (екскурсії по місцях воєнних дій), реалізація яких можлива лише при забезпеченні відповідного рівня безпеки. В той же час значно більша увага до безпеки має приділятися всім без виключення секторам туристсько-рекреаційної діяльності, зважаючи на те, що у населення знаходиться багато неконтрольованої зброї;
- розвиток національного туризму неможливий без потужних інвестиційних програм, залучення значних фінансових ресурсів, що можливо тільки після повернення інвестицій до України;
- суттєве покращення транспортної інфраструктури, створення привабливого іміджу України, удосконалення туристських сайтів;
- створення безбар'єрної інфраструктури, забезпечення умов для розвитку адаптивного туризму, одним з полігонів якого можуть виступати національні-природні парки України (НПП), яких зараз нараховується близько 50-ти. Більш акцентованими туристсько-екскурсійні маршрути для маломобільних категорій населення здатні розвиватися в межах тих НПП, в яких наявні джерела мінеральних вод;
- у зв'язку з тимчасовою втратою Криму та узбережжя Азовського моря (Донецька обл.) використання узбережжя Чорного (Миколаївська, Одеська, Херсонська обл.) та Азовського морів (Запорізька обл.) має бути більш ефективним та прибутковим;
- використання привабливості гастрономічного, етнічного та воєнного туризму для залучення клієнтів із-закордону;
- одним з напрямів розвитку внутрішнього туризму є замковий туризм (Закарпатська, Тернопільська, Львівська,Рівненська області), тому нагальним є реалізація механізму залучення замкових комплексів до національного туризму.

Щодо останньої позиції, то в розгорнутому аналітичному вигляді вона подана в публікації [7], а ми лише зазначимо наступне. *Принципи залучення архітектурно-історичної спадщини до туризму та законодавчо-юридиче регулювання механізмів збереження культурної спадщини України*. Замки, фортеці і монастирі — це найбільші за розмірами історичні споруди в забудові населених пунктів. Якщо в минулому замки і фортеці виконували здебільшого оборонну роль, то

зараз їх призначення змінене та вимагає окремих підходів у справі охорони та туристського використання. Діапазон пристосування фортифікацій до туристських потреб достатньо широкий і різноманітний: музеєфікація, музейно-анімаційне відродження, розвиток замково-готельного бізнесу. Успішний досвід туристської адаптації замків мають країни Європи. Зокрема, Німеччина відома рядом туристських маршрутів, що дозволяють охопити найбільші, найвідоміші та найпривабливіші фортифікаційні об'єкти – «Дорога замків», «Німецька романтична дорога», «Дорога імператорів і королів» . Понад 2/3 замків країн Європейського Союзу (а це понад 1500 фортифікацій) використовуються у готельному господарстві. В Іспанії середньовічні замки, фортеці та монастирі використовуються як парадори (готелі). Вони знаходяться в державній власності та об'єднані в єдину мережу «Paradores Nacionales de Turismo». В Німеччині усі замки-готелі пройшли модернізацію і теж об'єднуються в один концепт – Histohotels. Механізмами збереження культурної спадщини в Україні *є передача в оренду, концесія та приватизація.* Згідно зі ст. 1 Закону України "Про концесії" *концесією* вважається надання з метою задоволення громадських потреб уповноваженим органом виконавчої влади чи органом місцевого самоврядування на підставі концесійного договору на платній та строковій основі юридичній або фізичній особі (суб'єкту підприємницької діяльності) права на створення (будівництво) та (або) управління (експлуатацію) об'єкта концесії (строкове платне володіння), за умови взяття суб'єктом підприємницької діяльності (концесіонером) на себе зобов'язань по створенню (будівництву) та (або) управлінню (експлуатації) об'єктом концесії, майнової відповідальності та можливого підприємницького ризику. Відповідно до цього закону між концесієдавцем і концесіонером підписується концесійний договір, згідно якого концесіонер несе відповідальність за збереження і раціональне використання об'єктів соціально-культурного призначення. Іншими словами, концесія – довгострокова, але тимчасова експлуатація. Більше того, закон про концесії містить один пункт, який мав би привабити потенційного інвестора: він передбачає платежі не відразу, а лише після того, як об'єкт хоча б частково запрацює і дасть прибуток. Проте, цього замало, аби виник ажіотаж серед потенційних інвесторів.

Одним з ефективних шляхів збереження об'єктів історико-культурної спадщини є передача їх в оренду. В Законі України «Про охорону культурної спадщини» зазначається, що об'єкти культурної спадщини, що є пам'ятками (за винятком пам'яток, відчуження або передача яких обмежується законодавчими актами України), можуть бути відчужені та передані власником або уповноваженим ним органом у володіння, користування чи управління іншій юридичній або фізичній особі за наявності погодження відповідного органу охорони культурної спадщини. Але головною умовою реалізації даного механізму є заключення відповідного договору оренди в якому повинні бути чітко зазначені умови використання пам'ятки та можливі фізичні зміни, які

дозволено здійснювати з цією пам'яткою чи на території цієї пам'ятки. Тобто орендар забезпечує реставрацію та збереження історичної пам'ятки, а для відшкодування своїх інвестицій у ремонт пам'ятки, може відкривати на території пам'ятки кафе, магазини та готелі, організовувати екскурсії, здійснювати продаж сувенірів або інші заходи, не порушуючи цілісності пам'ятки.

Механізмом збереження історико-культурної спадщини є і *приватизація історичних пам'яток***.** Це перевірена світова практика, яка дійсно працює, якщо за цим стоїть обґрунтована позиція держави, що визначає чіткі правила: стимулює, охороняє та притягує до відповідальності тих, хто порушує правила і норми. Зокрема, в багатьох європейських країнах поширена практика передачі історичних об'єктів, які перебувають в неналежному стані, в приватну власність практично безкоштовно, але при цьому з майбутнім власником підписується договір про те, що він повинен обов'язково відреставрувати історичний об'єкт. За невиконання умов договору відповідні державні структури накладають на власника штраф на велику суму, а в окремих випадках можуть забрати замок через суд. В Україні ж масової приватизації замків і палаців не відбувається, меценати не поспішають витрачатись на зруйновані пам'ятки,а держава не може зацікавити інвесторів: кілька випадків продажу історичних об'єктів засвідчили, що нові власники не мають мотивації вкладати кошти у реставрацію, реконструкцію або відновлення минувшини. Варто сказати і про те, що механізми збереження культурної спадщини не завжди діють згідно із законодавством, що пов'язане з наступними причинами:

- відсутність дієвого контролю за дотриманням чинного законодавства у сфері охорони культурної спадщини. Не ведеться відповідний контроль за станом викуплених у держави об'єктів. Якщо в зазначений термін реставрація не проведена, об'єкт (після попередження) має бути повернений державі. Такий механізм зазначений у Законі «України «Про охорону культурної спадщини». Однак прикладів його роботи на практиці поки не існує;
- брак системності та координації у діяльності органів державної влади зі збереження культурно-історичної спадщини;
- надмірне одержавлення функції збереження культурної спадщини, коли неурядові організації, у тому числі, Українське товариство охорони пам'яток історії та культури, відіграють у цій справі лише допоміжну роль. Державні установи далеко не завжди виявляють гнучкість і творчий підхід в управлінні культурною спадщиною. Водночас існує зарубіжний досвід діяльності благодійних громадських організацій, які опікуються значною кількістю пам'яток історії та культури, а також природними ландшафтами і не лише зберігають їх, але й ефективно використовують на благо громадян, займаючись дослідницькою, екскурсійною, туристською, освітньою, видавничою діяльністю, організацією дозвілля.

Тому для того, щоб механізми збереження замків і фортець як культурної спадщини діяли, *повинна бути сформована ефективна система управління, зберігання та відновлення замкових комплексів*. Інвесторів повинна зацікавити можливість створення на базі замків комерційних туристських готелів, пансіонатів, санаторіїв, музейних комплексів. Проте при цьому необхідний дієвий контроль за дотриманням чинного законодавства у сфері охорони культурної спадщини та координації у діяльності органів державної влади. Якщо ми говоримо про концесію, то повинна бути організована робота концесійної комісії за участі фахівців. Оскільки замки є пам'ятками національного значення, то вони обов'язково мають бути доступні для відвідувачів і не можуть бути закритими об'єктами. Реставраційні роботи мають вести правильно: для цього невід'ємною частиною договору концесії мусить бути календарний план виконання робіт. З урахуванням світового досвіду доцільно скоригувати уявлення про феномен культурної спадщини та принципи її збереження. Пам'ятки історії та культури доцільно розглядати не окремо від навколишнього середовища, ландшафту, в якому вони знаходяться, а як його складову частину, й їх разом – як єдиний нероздільний комплекс. Саме цей комплекс, а не пам'ятка сама по собі, повинен досліджуватися, охоронятися і використовуватися. Таке розуміння культурної спадщини притаманне багатьом зарубіжним неурядовим пам'яткоохоронним організаціям, які сполучають у своїй діяльності охорону зазначених пам'яток і навколишнього середовища.

Галузь туризму для України має велике значення і відіграє ключову роль у залученні інвестицій та створенні нових робочих місць у різних галузях економіки (транспорт, зв'язок, торгівля, будівництво, сільське господарство,виробництво товарів народного споживання та послуг) і є високорентабельною галуззю економіки та дієвим фактором інтеграції нашої країни у Європейську і світову спільноти, має великі пізнавально-виховні можливості для формування патріотично-свідомого громадянина України. Але, незважаючи на це, держава практично не звертала увагу на розвиток туристської галузі. Останнім часом спостерігається певна сегментація зарубіжних інвестицій щодо регіонів України (наприклад, Катар заявив про наміри вкласти гроші в сільське господарство та туризм Херсонської області). Окремо ще раз слід нагадати про Крим, який є найгарячішою зоною на залізничній карті країни. Кримчани спочатку приймають гостей півострова, а потім відправляють їх до місць постійного проживання. Статистика кількості відпочивальників та туристів на півострові, нарівні з іншими, користується й залізничними зведеннями. А свідчать вони про те, що лише залізницею у 2003-2013 рр. сюди прибувало від 1,5 млн до 3 млн., і не тільки українців. Але ситуація різко змінилася після березня 2014 р. («Кримська весна») і на сьогодні з материкової України до АР Крим можливо доїхати пасажирськими поїздами до станцій Новоолексіївка або Херсон, а далі альтернативними видами транспорту. В нинішній складній ситуації певні перспективи може мати впровадження

нових фестивалів на кшталт «ГогольFest» - «Немирів Fest» (Вінницька обл.) для пропаганди українського товаровиробника, національних напоїв (в Україні щорічно від вживання горілчаного фальсифікату гине 10 тис. людей, щорічний випуск алкогольного фальсифікату складає 700 млн. пляшок), подальший розвиток повітроплавального туризму, який обслуговує навіть інвалідів на візках (взірцем є повітряна фієста в Альбукерке, США). Певним імпульсом, який пожвавить внутрішній туризм, може бути внутрішній науковий туризм, за значний досвід якого говорять наступні «бренди» «Сергій Попович та Олег Коляда» (Київ), «Микола Кострица» (Житомир), «Іван Левицький» (Харків), «Ігор Пилипенко» (Херсон), «Олександр Булига» (Рівне), «Валерія Новикова» (Черкаси), «Олег Афанасьєв» (Дніпропетровськ).

Зважаючи на те, що традиційно інноваційно-інвестиційні «хвилі» йдуть відцентрово, «ab ovo» («від яйця»), варто звернути увагу як на національний, так і регіональні центри. Отже, відповідна цільова програма розвитку столичного центру передбачає наступні позиції:

- участь у міжнародних виставкових заходах; проведення прес-турів для іноземних ЗМІ та туристських операторів та організація промо-турів за кордоном для презентації туристського потенціалу міста Києва;
- проведення різноманітних фестивалів і ярмарок у Києві;
- реалізація туристської навігації містом (встановлення вказівників туристських об’єктів та інформаційних стендів різними мовами);
- облаштування зупинок та місць паркування екскурсійного автотранспорту;
- розвиток та просування київського туристського порталу в мережі Інтернет; створення мобільного додатку «Kyiv Mobile Guide», картки гостя «Kyiv Tourist Card»;
- створення міських комунальних туристсько-інформаційних центрів в аеропортах «Бориспіль», «Жуляни» та на центральному залізничному вокзалі;
- подальший розвиток Києва як центра конгресного, культурно-розважального туризму (у 2015 р. в місті були проведені І-й міжнародний форум «Управління змінами», форум ринку нерухомості, симпозіум, присвячений сучасним медичним технологіям, міжнародний кінофестиваль «Молодість», ряд міжнародних ярмарок та шоу - «Освіта в США», Міжнародне ножове шоу, музичні фестивалі та ін. етнокультурні заходи). Варто звернути увагу і на організацію нестандартних музейних експозицій, виставок, ін. заходів (наприклад, в Північній Кореї популярним є Музей подарунків Кім Ір Сену та Кім Чен Іру, який рекламується владою як альтернатива закордонним подорожам, в Росії з 2015 р. в Єкатеринбурзі, Свердловська область, діє «Єльцин Центр», а в Україні цікаво було б відвідати музей подарунків президентам Кравчуку, Кучмі, Ющенку).

Окремо слід зупинитись і на такій категорії, як особи з ознаками інвалідності, адже 6,1% населення України – люди з обмеженими можливостями. Майже 80% із них – особи працездатного віку. Але на вулицях їх побачиш нечасто – країна для них недоступна. В одному тільки Києві людей з особливими потребами – саме так на Заході прийнято називати інвалідів –мешкає близько 200 тис. осіб. Точна кількість інвалідів, які живуть у столиці, невідома. Тільки візочників понад 8 тис., сліпих – близько 4 тис., а дітей-інвалідів понад 50 тисяч. На реалізацію програми «Безбар'єрне середовище», яке вже кілька років не працює, виділялося близько 500 млн грн. на рік, але місто так і не наблизилося до задоволення потреб інвалідів. За даними на 14.04.2015 р. загинуло 1600, а поранено 6600 українських солдатів і офіцерів, стали жертвами військових дій 6083 цивільні особи, поранено 15397 цивільних осіб, 65 дітей загинули, 127 – були поранені. Місія ООН зі спостереження за правами людини в Україні і ВООЗ вважають, що реальна кількість загиблих значно вища (Звіт ООН).

Основні висновки та пропозиції. Підсумовуючи викладене вище варто ще раз нагадати про фундаментальні переваги національного туризму та особливості ресурсно-рекреаційної бази України, її традиційні бренди, які полягають у наступному:

- релігійний туризм, підґрунтя якого в Україні складають три лаври, сотні чоловічих та жіночих монастирів, місця паломництва хасидів до Умані (Черкаська обл.), Меджибіжа (Хмельницька обл.), Бердичіва (Житомирська обл.);
- зважаючи на те, що Україна переживає найважчі часи за останні 60 років, а її населення в значній мірі знаходиться в депресивному стані, релігійні тури набуватимуть більш вагомого соціально-психологічного значення і розглядатимуться як акції, спрямовані на корекцію та відновлення психологічного здоров'я нації;
- курортно-лікувальні ресурси (мінеральні джерела - Моршин, Трускавець, Хмільник, Немирів, Шкло, Синяк);
- орографічні ресурси Українських Карпат (тур «Двотисячники України», який включає сходження на вершини гір: Говерла, Петрос, Бребенескул, Гутин-Томнатик, Ребра);
- унікальні спелеоресурси (гіпсові печери Поділля та Криму);
- об'єкти Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО та місця, що наповнюють проекти «7 чудес» України;
- привабливе геополітичне положення України та центри ділового туризму (Львів, Київ, Одеса, Дніпропетровськ).

Список використаних джерел:

1. Иванух Р., Жученко В. – Стратегические проблемы развития рекреационно-туристического комплекса Украины. – Экономика Украины. - №1, 1994. – с.65-70.
2. Олійник Я.Б., Степаненко А.В. Теоретичні основи туризмології. – К. Ніка-Центр, 2005. – 316 с.
3. Самойлов. Ю. - Туризм-галузь стратегічна. - Український туризм. - №5, 2015. – с.16-20.

4. Туристична політика зарубіжних країн: підручник/ кол.авт.; за ред. А.Ю. Парфіненка. – Х.: ХНУ імені В.Н. Кразіна, 2015.-220 с.
5. Соколов В.Е., Котенкова Е.В. Язык запахов. – М., Знание, 1985. – 64 с. – (Новое в жизни, науке, технике. Сер. «Биология»; №2).
6. Формування стратегії сталого розвитку туризму і курортів в Україні. – Сімферополь: ВАТ «Сімферопольська міська друкарня» (СГТ), 2007. – 175 с.
7. Шпарага Т.І., Лазарук І.А. оцінка туристсько-рекреаційної привабливості замкових комплексів Волинської та Рівненської областей. К. Альфа-Пік.В. 33. 2015, 82-93.
8. Газета «Дзеркало тижня» - №38 (463) 4 жовтня 2003 р.
9. Газета «Дзеркало тижня» - №5 (884) 9 лютого 2008 р.
10. Газета «Рух за реформи» – 6 жовтня 2015 р. (спецвипуск №4).

Список использованных источников:

1. Иванух Г., Жученко В. - Стратегические проблемы развития рекреационно-туристического комплекса Украины. - Экономика Украины. - №1, 1994. - С.65-70.
2. Олейник Я.Б., Степаненко А.В. Теоретические основы туризмологии. - К. Ника-Центр, 2005. - 316 с.
3. Самойлов. Ю. - Туризм-отрасль стратегическая. - Украинский туризм. - №5, 2015 - С.16-20.
4. Туристическая политика зарубежных стран: учебник / кол.авт .; под ред. А.Ю. Парфиненко. - М .: ХНУ имени В.Н. Кразина, 2015.-220 с.
5. Соколов В.Е., Котенкова Е.В. Язык запахов. - М., Знание, 1985. - 64 с. - (Новое в жизни, науке, технике. Сер. «Биология»; №2).
6. Формирование стратегии устойчивого развития туризма и курортов в Украине. - Симферополь: ОАО «Симферопольська городская типография» (СГТ), 2007. - 175 с.
7. Шпарага Т.И., Лазарук И.А. оценка туристско-рекреационной привлекательности замковых комплексов Волынской и Ровенской областей. К. Альфа-Пик.В. 33. 2 015, 82-93.
8. Газета «Зеркало недели» - №38 (463) 4 октября 2003
9. Газета «Зеркало недели» - №5 (884) 9 февраля 2008
10. Газета «Движение за реформы» - 6 октября 2015 (спецвыпуск №4).

References:

1. Yvanuh R. Zhuchenko V. - Stratehycheskye development problems rekreatsyonno--Travel complex of Ukraine. - Economy of Ukraine. - №1, 1994. - s.65-70.
2. Oliynyk YB, Stepanenko AV Theoretical Foundations turizmologiya. - Nick K. Center, 2005. - 316 p.
3. Samoilov. Yu - Tourism-industry strategy. - Ukrainian tourism. - №5, 2015. - s.16-20.
4. Tourist policy of foreign countries: Textbook / kol.avt .; Ed. AY Parfinenka. - H .: VN Karazin Kharkiv National University Krazina, 2015.-220 p.
5. VE Sokolov, EV Kotenkova Language olfactory. - M., Knowledge, 1985. - 64 p. - (New in life, science and technology. Avg. «Biology»; №2).
6. Forming a strategy for sustainable development of tourism and resorts in Ukraine. - Simferopol: OJSC "Simferopolska City Printing House" (BHT), 2007. - 175 p.
7. Shparaha TI, IA Lazaruk evaluation of tourism and recreation attraction castle complexes in Volyn and Rivne regions. Karl Alpha Pik.V. 33. 2015, 82-93.
8. The newspaper «Zerkalo Nedeli» - №38 (463) October 4, 2003
9. newspaper «Zerkalo Nedeli» - №5 (884) February 9, 2008
10. Newspaper "Movement for Reform" - 6 October 2015 (special issue №4).

УДК 911.3: 796.5(477)

Мальська Марта Пилипівна,
доктор економічних наук, професор
Львівський національний університет імені Івана Франка, м. Львів, Україна, e-mail: malskym@ukr.net

Пандяк Ігор Григорович,
кандидат географічних наук, доцент
Львівський національний університет імені Івана Франка, м. Львів, Україна, e-mail: pandyakig@ukr.net

ІСТОРІЯ СТАНОВЛЕННЯ ТА СУЧАСНИЙ РОЗВИТОК ТУРИЗМОЛОГІЇ У ЛЬВІВСЬКОМУ НАЦІОНАЛЬНОМУ УНІВЕРСИТЕТІ ІМЕНІ ІВАНА ФРАНКА

Мета. Хронологічно проаналізувати розвиток туризмології у Львівському національному університеті імені Івана Франка та охарактеризувати формування і сучасні здобутки кафедри туризму.

Методика. Наукові публікації з тематики розвитку туризмознавства, підготовки кадрів, удосконалення якості навчання представлено багатьма українськими науковцями: Федорченком В.К., Любіцевою О.О., Бейдиком О.О., Фоменком Н.А. та ін. Проте, аналіз місця окремих наукових центрів, їхнього внеску у розвиток туризмології приділено недостатньо уваги.

Результати. Проаналізовано зародження, внесок науковців, основні напрями досліджень з рекреаційної географії та туризмології у Львівському національному університеті імені Івана Франка. Основну увагу у праці акцентовано на розвиток кафедри туризму та становлення туризмології, напрями та результати наукової і навчально-методичної роботи науково-педагогічних працівників кафедри туризму.

Наукова новизна. Вперше узагальнено та виділено основні напрями організації географічного факультету та кафедри туризму Львівського національного університету імені Івана Франка – одного з провідних наукових центрів туризмології та підготовки фахівців-туризмознавців в Україні.

Ключові слова: рекреаційна географія, туризмологія, кафедра туризму.

УДК 911.3: 796.5(477)

Мальская Марта Пилипповна,
доктор экономических наук, профессор
Львовский национальный университет имени Ивана Франко, г. Львов, Украина, e-mail: malskym@ukr.net

Пандяк Игорь Григорьевич,
кандидат географических наук, доцент
Львовский национальный университет имени Ивана Франко, г. Львов, Украина, e-mail: pandyakig@ukr.net

ИСТОРИЯ СТАНОВЛЕНИЯ И СОВРЕМЕННОЕ РАЗВИТИЕ ТУРИЗМОЛОГИИ ВО ЛЬВОВСКОМ НАЦИОНАЛЬНОМ УНИВЕРСИТЕТЕ ИМЕНИ ИВАНА ФРАНКО

Цель. Хронологически проанализировать развитие туризмологии во Львовском национальном университете имени Ивана Франко и охарактеризовать формирование и современные достижения кафедры туризма.

Методика. Научные публикации по тематике развития туризмоведения, подготовки кадров, совершенствования качества обучения представлены многими украинскими учеными: Федорченко В.К., Любицева А.А., Бейдик А.А., Фоменко Н.А. и др. Однако, анализ места отдельных научных центров, их вклада в развитие туризмологии уделено недостаточно внимания.

Результаты. Проанализированы зарождение, вклад ученых, основные направления исследований по рекреационной географии и туризмологии во Львовском национальном университете имени Ивана Франко. Основное внимание в работе акцентировано на развитие кафедры туризма и становления туризмологии, направления и результаты научной и учебно-методической работы научно-педагогических работников кафедры туризма.

Научная новизна. Впервые обобщены и выделены основные направления организации географического факультета и кафедры туризма Львовского национального университета имени Ивана Франко – одного из ведущих научных центров туризмологии и подготовки специалистов-туризмоведов в Украине.

Ключевые слова: рекреационная география, туризмология, кафедра туризма.

UDC 911.3: 796.5(477)

Malska Martha Filipovna,
doctor of Economics Sciences, Professor
Ivan Franko National University of Lviv, Lviv, Ukraine, e-mail: malskym@ukr.net

Pandyak Igor Grigorovich,
Candidate of Geography Sciences, Associate Professor
Ivan Franko National University of Lviv, Lviv, Ukraine e-mail: pandyakig@ukr.net

FORMATION AND HISTORY OF MODERN DEVELOPMENT TURIZMOLOGIYA IN LVIV UNIVERSITI

The aim. To analyze the turizmologiya Chronologically in Lviv University and describe the formation, development and modern achievements of the department of tourism.

Methodology. Scientific publications on the subject of turyzmoznavstva, training, improving the quality of education presents many Ukrainian scientists: Fedorchenko V.K. Lyubitsevoyu O.O., Beydykom O.O., Fomenko N.A. etc. However, the analysis places specific scientific centers, their contribution to the development turizmologiya paid insufficient attention.

Results. The analysis of the origin, the contribution of scientists from major research areas and recreational geography turizmologiya in Lviv University. The main attention is paid to work in the development and establishment of the Department of Tourism turizmologiya, directions and results of scientific and educational work of teaching staff of the Department of Tourism.

Scientific innovation. First summarized and highlighted the main directions of the organization and the Department of Geography Department of Tourism Lviv University - one of the leading research centers and training turizmologiya-turyzmoznavtsiv in Ukraine.

Keywords: recreational geography, turizmologiya, Department of Tourism.

Постановка проблеми. Результати вивчення історії становлення і розвитку рекреаційної географії і туризмології у Львівському національному університеті імені Івана Франка відображають значний внесок науково- педагогічного колективу закладу у розвиток цього наукового напряму в Україні. Сучасний науково-педагогічний потенціал кафедри туризму, його напрацювання у навчально-методологічному забезпеченні, констатує сформований осередок Львівської школи туризмознавства, водночас окреслюють напрями перспективного розвитку.

Виклад основного матеріалу. Львівський національний університет імені Івана Франка – один з перших вищих навчальних закладів в Україні,

який відповідно до суспільно-економічних потреб, започаткував підготовку висококваліфікованих фахівців з організації і управління туристичною діяльністю, згодом фахівців-туризмологів. Організаційно становлення кафедри туризму у структурі географічного факультету констатує сформовані традиції науковців Львівської географічної школи у вивченні геопросторової організації рекреаційно-туристичної сфери економіки.

Кафедра туризму сьогодні є ядром Львівської школи туризмознавства, започаткованої у 60-70-х рр. XX ст. дослідженням рекреаційно-ресурсного потенціалу та проблем рекреаційно-територіальних комплексів Карпатського регіону України.

Перші теоретико-методологічні обґрунтування територіальної організації рекреаційно-туристичних комплексів започатковано науковцями кафедри економічної географії. Професор О.Т. Ващенко у 1960-1970 рр. вперше серед українських географів виділив та обґрунтував категорію територіальної організації рекреаційного господарства – «курортно-туристичний міжгалузевий комплекс». В кінці 1970-х – 1980-ті рр. наукову парадигму О.Т. Ващенка розвинула Н.Ю. Недашківська. У монографії «Рекреаційна система Українських Карпат» відображено ґрунтовні результати дослідження складної міжгалузевої рекреаційно-туристичної системи Карпатського регіону України, розвинені принципові теоретико-методологічні основи рекреаційно-географічного дослідження території.

У кінці XX ст. – на початку XXI ст. концептуальні-методологічні основи суспільно-географічного дослідження рекреаційно-туристичного господарства відображено у працях О.І. Шаблія, С.П. Кузика, М.М. Книш.

Передісторія організаційного формування кафедри туризму на географічному факультеті Університету пов’язується з 1998 р., тоді з ініціативи декана, професора Кравчука Я.С., започатковано підготовку студентів за новою навчальною спеціальністю “менеджмент туристичної індустрії”, водночас створено міжкафедральний “Регіональний ресурсний центр” – базу навчально-методичного забезпечення з підготовки фахівців для туристичної сфери. Організаційно завершується на факультеті процес становлення структурного підрозділу з підготовки фахівців організаторів-туризму відкриттям кафедри туризму у січні 2003 р. Завідувачем кафедри обрано ініціатора, активного організатора її створення, кандидата економічних наук, доцента Мальську Марту Пилипівну.

У перший рік функціонування кафедри туризму завдяки наполегливій позиції М.П. Мальської досягнуто суттєвих кількісних та якісних успіхів: вдвічі збільшився науково-викладацький та навчально-допоміжний персонал, успішно відбулися захисти кандидатських дисертацій чотирьох молодих науковців (Бордун О.Ю., Гамкало М.З., Пандяк І.Г., Пенюк С.І.), яких зараховано упродовж 2003 р. на посади асистентів кафедри, на посаду асистента зараховано випускника першого набору Ярмоловича В.В. Суттєво збільшується контингент студентів,

конкурс на спеціальність «менеджмент туристичної індустрії» один із найбільших в університеті, щорічно сукупно на спеціальність вступає понад 120 студентів денної та заочної форми навчання.

Етап становлення кафедри туризму хронологічно можна окреслити 2003 р. На початку перед завідувачем та працівниками новоствореної кафедри постали завдання організації навчального процесу, підготовки пакета навчально-методичного забезпечення згідно зі структурою й вимогами навчального плану, підготовки документів для ліцензування та акредитації спеціалізації «менеджмент туристичної індустрії», обґрунтування необхідності збільшення ліцензованого обсягу підготовки фахівців туристичної сфери, облаштування приміщення кафедри, налагодження партнерства із підприємствами туристичного бізнесу та науково-освітніми закладами туристичного профілю тощо. Завдяки наполегливій позиції М. Мальської упродовж березня – вересня викладацький та навчально-допоміжний персонал кафедри збільшився удвічі, на посади асистентів зараховано Н.М. Ганич, О.Ю. Бордун, М.З. Гамкало.

Наступний етап розбудови кафедри туризму припав на друге півріччя 2003–друге півріччя 2005 рр. Серед вагомих здобутків кафедри цього періоду:

- отримання ліцензій у Міністерстві освіти і науки України й відкриття на географічному факультеті підготовки бакалаврів, спеціалістів і магістрів за напрямом “туризм”;
- збільшення обсягу підготовки студентів туристичного фаху (за спеціальностями «менеджмент туристичної індустрії» та «туризм») з однієї академічної групи до чотирьох (із щорічним сукупним набором понад 120 студентів денної й заочної форм навчання);
- започаткування підготовки викладачами кафедри туризму та інших структурних підрозділів університету фахівців у галузі туристичної індустрії за кваліфікаційним рівнем спеціаліст спеціалізації “менеджмент туристичної індустрії” у системі Інституту післядипломної освіти Львівського національного університету імені Івана Франка;
- укладання угод між кафедрою туризму та туристичними фірмами і готелями міста Львова про проходження на їхній базі виробничих практик студентів, організація реґіональних та міжнародних навчальних практик студентів кафедри туризму у Польщі й інших країнах ЄС;
- підготовка й видання перших в Україні україномовних підручників, навчальних посібників і курсів лекцій з питань теорії і практики туризму: “Менеджмент туризму” [1], “Основи туристичного бізнесу” [2, 3], “Географія туризму України” [4], “Рекреалогія з основами курортології” [5] та ін.;
- участь викладачів кафедри у понад десяти міжнародних науково-практичних конференціях туристичного профілю, видання близько трьох десятків статей з актуальних проблем туризму та серії навчально-методичних публікацій;

- участь науковців кафедри М. Мальської, М. Рутинського, Н. Мандюка у престижному міжнародному дослідницькому проекті PAUCI "Туристичний потенціал Західної України" (координатор з боку України – Ю. Зінько), за результатами якого в 2005 р. у Варшаві вийшла фундаментальна колективна монографія "Potencjal turystyczny Ukrainy Zachodniej" [6];

- реалізація науково-дослідних проектів у рамках Угоди про співпрацю між Львівським національним університетом імені Івана Франка, Державною туристичною адміністрацією України та Асоціацією навчальних закладів України туристичного і готельного профілю;

- налагодження партнерських відносин з Варшавським, Вроцлавським та Яґеллонським університетами, Варшавським інститутом туризму, Ґданською вищою школою готелярства і туризму;

- урядова нагорода завідувача кафедри туризму М. Мальської – нагрудний знак "Почесний працівник туризму України" (2004).

Підсумком етапу розбудови кафедри туризму стало зростання кількості штату науково-педагогічного персоналу завдяки залученню перспективних молодих науковців. Восени 2005 р. на асистентські посади за результатами навчання в аспірантурі зараховано випускників кафедри туризму Н.Л. Мандюка і Ю.О. Масюк, випускника кафедри географії України – А.М. Манька, випускницю факультету міжнародних відносин – І.С. Пурську.

Наступний період функціонування кафедри туризму, етап динамічного зростання. Хронологічно він припадає на період 2006–2010 рр. Серед здобутків кафедри цього періоду:

- підготовка завідувачем кафедри докторського дисертаційного дослідження;

- захист кандидатських дисертацій п'ятьма викладачами кафедри туризму;

- проходження працівниками кафедри тривалих міжнародних наукових стажувань в університетах ФРН і Португалії (О. Вуйцик) та Польщі (М. Мальська, Н. Кудла, М. Гамкало, М. Рутинський, А. Ховалко);

- відкриття кафедральної лабораторії "Навчальна туристична аґенція" з метою формування у студентів професійних умінь та практичних навиків роботи за обраною спеціальністю;

- підготовка й видання серії підручників і навчальних посібників з питань теорії і практики туризму й готельного бізнесу: «Туристичний бізнес: теорія та практика», «Готельний бізнес: теорія та практика», "Міжнародний туризм і сфера послуг», «Сільський туризм», «Замковий туризм в Україні», «Історія туризму», "Туристичне країнознавство. Європа", «Туристичне краєзнавство», «Музеєзнавство», «Планування туристичної діяльності», «Актуальні проблеми управління туристичною індустрією», які використовують у навчальному процесі в більшості вищих навчальних закладів України туристичного і готельного профілю;

- участь викладачів кафедри у понад двох десятках міжнародних науково-практичних конференцій туристичного профілю, видання близько сотні статей і тез доповідей з актуальних проблем туризму, а також серії навчально-методичних публікацій;

- організація викладачами та студентами кафедри низки спортивно-туристичних сплавів, гірськолижних тренінгів і категорійних гірських піших походів (координатори – доценти М. Гамкало, В. Монастирський, П. Романів), а також навчально-екскурсійних студентських турів Україною та теренами ЄС від Польщі й Угорщини до Італії та Франції (координатори – доценти О. Бордун, М. Гамкало, М. Рутинський);

- укладання низки нових двосторонніх партнерських угод про творчу співпрацю з науковими інституціями держав ЄС (Швеція, Польща, Угорщина);

- проведення у 2007 р. представницького міжнародного наукового семінару "Стежками Івана Франка", присв'яченого 150-річчю від дня народження письменника;

- організація з 2007 р. щорічних міжнародних науково-практичних конференцій «Географія і туризм: європейський досвід» за участю провідних науковців Польщі, Словаччини, РФ, Білорусі та України;

- відзначення у 2008 р. першого 5-річного ювілею кафедри туризму та видання до цієї урочистої дати колективної монографії "Туризм у міжнародному і національному вимірах. Історія і сучасність".

Упродовж етапу динамічного зростання штат науково-педагогічного персоналу кафедри туризму двічі суттєво поповнювався завдяки залученню перспективних молодих науковців. Зокрема, у 2007 р. на асистентські посади зараховано вихованців географічного факультету Львівського національного університету імені Івана Франка О.І. Вуйцик, Д.А. Каднічанського, В.Р. Монастирського, П.В. Романіва. У 2008–2010 рр. за результатами навчання в аспірантурі за сумісництвом на асистентські посади зараховано лаборантів кафедри туризму С.В. Білоус, Т.Б. Завадовського, А.Б. Ховалко.

Сучасний етап розвитку кафедри туризму логічно започаткувати датою захисту завідувачем кафедри М. Мальською дисертаційного дослідження на тему "Формування і розвиток просторових систем послуг (теорія та практика реалізації)" й здобуття наукового ступеня доктора економічних наук. На підставі дисертаційного дослідження видано монографію «Просторові системи послуг (теорія, методологія, практика)».

Ознаками сучасного етапу сталого розвитку є всеукраїнське й міжнародне визнання кафедри туризму у Західному регіоні України науково-педагогічним підрозділом Львівського національного університету імені Івана Франка у сфері туристичної освіти й науки. Кафедра утримує найвищий рейтинг серед інших кафедр і вищих навчальних закладів Західного регіону України за:

- індексом конкурсного набору серед абітурієнтів на напрям підготовки «туризм»;

- обсягом видання навчальної літератури з теорії і практики туризму із грифом Міністерства освіти і науки України;

- якісними критеріями підготовки висококваліфікованих фахівців (бакалаврів, спеціалістів і магістрів) туристичної галузі;

- показником реального працевлаштування за фахом випускників кафедри у туристичних фірмах, екскурсійних бюро, готельних закладах, органах державного управління міста Львова та Західного регіону держави.

З осені 2011 р. штат науково-педагогічного персоналу кафедри туризму поповнився кращими випускниками магістратури – І.З. Жук та О.П. Біланюк., з 2012 р. У.В. Деркач, з 2013 р. – С.В. Дяків, 2015 р. О.Я. Боднар. Отже, станом на 1 вересня 2015 р. колектив кафедри туризму складається з 27 науково-педагогічних та навчально-допоміжних працівників. Інтелектуальний потенціал кафедри є її основним надбанням і запорукою сталого розвитку у структурі географічного факультету Львівського національного університету імені Івана Франка.

Упродовж останніх дванадцяти років на кафедрі туризму сформувалися й динамічно розвиваються такі основних напрями досліджень: просторові системи послуг у сфері туризму; менеджмент і маркетинг туризму; організація й планування туризму; історія туризму; географія туризму; рекреалогія та рекреаційна географія; туристичне країнознавство й міжнародний туризм; туристичне краєзнавство; менеджмент і організація готельного бізнесу; туристично-рекреаційний потенціал України; організація екологічного і сільського туризму; організація активних видів туризму. Загальне керівництво й потужний імпульс розвитку названих напрямів досліджень задає завідувач кафедри, професор М. Мальська.

Визнання належного рівня підготовки студентів підтверджують здобуття призових місць у всеукраїнських конкурсах студентських наукових робіт (Сухроменда М. (2015 р), Василіцька О. (2013 р.)) олімпіадах, участю у міжнародних, загальноукраїнських та внутрішньо університетських конференціях. Упродовж 2003-2015 рр. опубліковано декілька десятків студентських наукових праць.

Сьогодні кафедра туризму потужний науковий колектив з традиціями самовиховання науково-педагогічних співробітників. Успішно захистили дисертації випускники, сьогодні співробітники кафедри – Білоус С.В., Вуйцик О.І., Жук І.З., Мандюк Н.Л., над докторськими дисертаціями працюють доценти Бордун О.Ю., Пандяк І.Г., Рутинський М.Й.

Кафедра туризму успішно співпрацює з туристичними підприємствами і організаціями місцевого самоврядування. Угода про співпрацю укладена з близько 30 підприємствами та установами різного профілю діяльності.

Співпраця міським управлінням культури і туризму Львівської міської ради реалізовано у проведенні спільних міжнародних конференцій, семінарів. У 2015 р. кафедра туризму Львівського національного

університету імені Івана Франка і університет «Львівська політехніка» спільно з Інститутом міста та ЛМР реалізували проект «Аналіз ринку в'їзних туристів міста Львова» (координувала проектом від кафедри і нагороджена грамотою ЛМР доц. Вуйцик О.І.). Щорічно декілька студентів кафедри туризму приймають участь у програмах моніторингового змісту ЛМР з дослідження ринку туристичних послуг у місті Львові, узагальнені результати яких відображені у магістерських роботах.

Активну співпрацю від заснування кафедра туризму розвиває з регіональними громадськими організаціями – львівським Центром сільського туризму, Еколого-географічним фондом, результати співпраці відобразились у реалізації міжнародних проектів ПАУСІ «Туристичний потенціал Західної України» (2000-2004 рр.), Карпатський проект (ТАСІС, 2009-2010 рр.), проекту «Створення туристично-інформаційної інфраструктури у місті Львові» (Програма Транскордонної співпраці Польща – Білорусь – Україна, 2010-2011 рр.) та парасолькового проекту «Оздоровчий туризм українсько-польського прикордоння» Програми Транскордонної співпраці Польща – Білорусь – Україна 2007-2013 рр. За результатами проектів були підготовлені монографії, стратегії розвитку оздоровчого та сільського туризму на транскордонній території, інвестиційні каталоги, інші публікації. Активна співпраця у цей період тривала з польськими вузами – Вроцлавським університетом (кафедра регіональної географії), Жешівським університетом, Вищою професійною школою ім. Вінсента Поля у Любліні, Державною вищою професійною школою ім. Станіслава Піґоня у м. Кросно.

Досвід співпраці у науково-дослідницьких проектах, зокрема закордонних, відображений у підготованих розділах теоретико-методичних основ з географії туризму у монографії "Туризмологія" (спільно з О. Любіцевою, Київський національний університет імені Т. Шевченка). Узагальнено матеріали з географії туризму України у англомовному виданні «Geograpfy of tourism of Central and Eastern Europe countries» та з розвитку туристично-рекреаційної сфери транскордонної височини Розточчя (спільно з Люблінським університетом). Спільно з Папською Академією (Краків) та Ойцовським парком народовим у вересні 2014 р. у Львові проведено міжнародну конференцію з релігійної географії та туризму «Сакральний ландшафт».

Співробітники кафедри туризму і кафедри геоморфології і палеогеографії у 2003 р. приймали активну участь у спільних проектах і розробках з вивчення туристичного потенціалу Західної України (проект PAUCI «Туристичний потенціал Західної України»). Кафедра туризму у 2001 р. стала одним із засновників міжкафедральної Лабораторії інженерно-географічних, природоохоронних і туристичних досліджень (НДЛ-51). В останні роки Лабораторія активно працює над науково-методичними і практичними аспектами розвитку геотуризму. Геотуризм є пізнавальною формою популяризації геолого-геоморфологічної спадщини.

У Лабораторії розроблено положення про національні геопарки – базові об'єкти геотуризму, а також обґрунтовано перспективну мережу геопарків. Запропоновано мережу тематичних геотуристичних шляхів (наприклад, «Бурштиновий шлях») та стежок («Урицькі скелі», «Стільська комплексна пам'ятка природи»). У 2012-2014 рр. проф. Мальська М. П. та ст. викл. Зінько Ю. В. залучені експертами у міжнародний проект "Гео-Карпати – українсько-польський туристичний шлях" в рамках Програми Транскордонної співпраці Польща – Білорусь – Україна 2007-2013. Результати проекту стало прокладання 700 км туристичного шляху від Кросно (Польща) до Яремче (Україна) з 28 геомісцями, видання геотуристичного путівника, карти шляху та навчального посібника для провідників.

У структурі кафедри туризму з 2005 р., відповідно до вимог ліцензування вищих навчальних закладів України готельного та туристського профілів, діє навчально-виробнича лабораторія «Навчальна туристична агенція» (завідувач, асистент Т.Б. Завадовський, старший лаборант І.З. Жук, інженер другої категорії С.В. Дяків). Лабораторія доповнює навчальний процес, формує практичні вміння та навики професійної підготовки студентів-туризмологів, проводяться зустрічі студентів з топ-менеджерами, маркетологами, директорами найбільш успішних туристичних підприємств Львова. У 2014-2015 рр., всього проведено сім зустрічей на тему «Туристичний бізнес: робота мрії чи несповнені надії» (координатор доц. Вуйцик О.І.).

У 2015 р. лабораторія започаткувала спільний з польськими колегами проект організації релігійного туризму і паломництва з прокладанням «Дороги святого Якова – ViaRegia» на Львівщині, з продовженням згодом на схід України (організатори проекту доц. Каднічанський Д.А., доц. Бордун О.Ю. зав. лаб. Завадовський Т.Б.). На кінець 2015 р. реалізовано два етапи проекту з маркуванням дороги зі Львова до кордону з Польщею, сполучено Львівський і Підкарпатський Шлях, долучено Україну до загальноєвропейського проекту "Via Regia".

Кафедра була одним з ініціаторів укладання угоди з Ойцовським і Розточанським національними парками (Республіка Польща), у яких студенти від часу її заснування щорічно проходять навчальну практику. Під час практики студенти набувають досвіду дослідження туристичних дестинацій, моніторингу туристичного попиту. Значні здобутки студентів у результатах дослідження в Ойцовському національному парку відзначено управлінням парку та муніципалітету міста Скала (Яремчук В., 2008 р.).

Кафедра туризму активно співпрацює з підприємствами з обслуговування туристів різного профілю діяльності Львова та області. Укладено угоди про співпрацю з туристичними фірмами, готелями, ресторанами, на базі виробничих можливостей яких студенти проходять навчальні та виробничі практики, на матеріалах вивчення досвіду роботи підприємств виконуються дипломні та курсові роботи. Серед підприємств

Львова, з якими кафедра туризму підтримує динамічні і тривалі стосунки – провідні турфірми «Міст-тур», «Трайдент ХІТ», «Алголь», відома готельна мережа «Рейкарц», фешенебельний готель «Нобіліс», мережа концептуальних ресторанів «Фест», елітний ресторан-клуб «Спліт-Львів» та ін. Майже у кожному туристичному підприємстві міста сьогодні працює випускник кафедри туризму.

Сьогодні кафедра туризму є найбільшою в Україні за ліцензованим обсягом підготовки студентів освітньо-кваліфікаційного рівня «Бакалавр» – 100 місць і «Магістр» – 50 місць. Загальна кількість студентів, які навчаються на обидвох кваліфікаційних рівнях денної і заочної форми становить близько 800 осіб.

Кафедра туризму є найчисленнішим структурним підрозділом географічного факультету. Це ставить перед нею низку нових відповідальних завдань щодо гідного представлення науково-педагогічного потенціалу географічного факультету, дотримання високих стандартів якості, етики й традицій викладацької майстерності, збереження позиції лідера на ринку освітніх послуг регіону, виховання нової генерації національно свідомої еліти України, розвитку актуальних новітніх напрямів наукових студій на межі взаємопроникнення географічної й економічної наук.

Список використаних джерел:

1. Мальська М.П. Менеджмент туризму. Вступ до спеціальності: навч. посібник / М.М. Мальська, В.В. Худо. – Львів : Видавничий центр ЛНУ ім. Івана Франка, 2002. – 295 с.
2. Мальська М.П. Основи туристичного бізнесу: навч. посібник / М.П. Мальська, В.В. Худо, В.І. Цибух. – К. : Центр учбової літератури, 2004. – 272 с.
3. Мальська М.П. Основи туристичного бізнесу: навч. посібник / М.П. Мальська, В.В. Худо, В.І. Цибух. – Львів : Видавничий центр ЛНУ ім. Івана Франка, 2003. – 360 с.
4. Рутинський М.Й. Географія туризму України: навч.-метод. посібник. Вид. 2-ге, переробл. і доп. / М.Й. Рутинський. – К. : Центр навч. літератури, 2004. – 160 с.
5. Рутинський М.Й. Рекреалогія з основами курортології. Частина І. Теоретичні засади: курс лекцій / М.Й. Рутинський. – Львів: Фенікс, 2004. – 68 с.
6. Potencjal turystyczny Ukrainy Zachodniej / Projekt PAUCI nr 00-0195-056 Potencjal turystyczny Ukrainy Zachodniej: Kierunki i mozliwosci inwestowania w sektorze turystyki w swietle polskich doswiadczen / R. Szczecinski, J. Zinko, R. Lozynski i in. – Warszawa: Instytut Turystyki, 2005. – 263 s.

Список использованных источников:

1. Мальская М.П. Менеджмент туризма. Введение в специальность: учеб. пособие / М.П. Мальская, В.В. Худо. - Львов: Издательский центр ЛНУ им. Ивана Франко, 2002. - 295 с.
2. Мальская М.П. Основы туристического бизнеса: учеб. пособие / М.П. Мальская, В.В. Худо, В.И. Цибух. - К.: Центр учебной литературы, 2004. - 272 с.
3. Мальская М.П. Основы туристического бизнеса: учеб. пособие / М.П. Мальская, В.В. Худо, В.И. Цибух. - Львов: Издательский центр ЛНУ им. Ивана Франко, 2003. - 360 с.
4. Рутинский М.И. География туризма Украины: учеб. пособие. Изд. 2-е, перераб. и доп. / М.И. Рутинский. - К.: Центр учеб. литературы, 2004. - 160 с.
5. Рутинский М.И. Рекреалогия с основами курортологии. Часть I. Теоретические основы: курс лекций / М.И. Рутинский. - Львов: Феникс, 2004. - 68 с.

6. Potencjal turystyczny Ukrainy Zachodniej / Projekt PAUCI nr 00-0195-056 Potencjal turystyczny Ukrainy Zachodniej: Kierunki i mozliwosci inwestowania w sektorze turystyki w swietle polskich doswiadczen / R. Szczecinski, J. Zinko, R. Lozynski i in. – Warszawa: Instytut Turystyki, 2005. – 263 s.

References:

1. M.P. Malska Tourism Management. Introduction to: teach. manual / M.M. Malska VV Khudo. - Lviv: Publishing Center of LNU Ivan Franko, 2002. - 295 p.
2. Malska M.P. Tourist Business Fundamentals: Training. manual / M.P. Malska V.V. Khudo, V.I. Tsybukh. - K: Center of educational literature, 2004. - 272 p.
3. Malska M.P. Tourist Business Fundamentals: Training manual / M.P. Malska V.V. Khudo, V.I. Tsybukh. - Lviv: Publishing Center of LNU Ivan Franko, 2003. - 360 p.
4. Rutynskyy M.I. Geography of Tourism Ukraine: Teach method guide. Kind. 2nd, be refurbished and add / M.I. Rutynskyy. - K: Center teach literature, 2004. - 160 p.
5. Rutynskyy M.I. Health Resort Rekrealohiya with the basics. Part I. Theoretical basis: lectures / M.I. Rutynskyy. - Lviv: Phoenix, 2004. - 68 p.
6. Potencjal turystyczny Ukrainy Zachodniej / Projekt PAUCI nr 00-0195-056 Potencjal turystyczny Ukrainy Zachodniej: Kierunki i mozliwosci inwestowania w sektorze turystyki w swietle polskich doswiadczen / R. Szczecinski, J. Zinko, R. Lozynski i in. – Warszawa: Instytut Turystyki, 2005. – 263 s.

УДК 796.5(07)

Зеленська Любов Іванівна,
доктор педагогічних наук, професор

Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара, м. Дніпропетровськ, Україна, e-mail: ZelenskiLI@mail.ru

КОНСТРУЮВАННЯ НАВЧАЛЬНОГО ПРОЦЕСУ ПРИ ПІДГОТОВЦІ СПЕЦІАЛІСТІВ У ПІЗНАВАЛЬНОМУ ТУРИЗМІ

Мета дослідження - апробація прийомів ефективного навчання студентів у сфері пізнавального туризму.

Наукова новизна полягає в застосуванні способу аглютинації (комбінування) цілісної екскурсії з цілеспрямовано створених фрагментів з метою формування об’єктивного географічного образа геопространства.

Методика полягає в конструюванні процесу навчання як поєднання підготовки власного тексту пізнавальної екскурсії з фрагментів в рамках навчальної туристичної фірми, при функціонуванні якої кожен студент виконує періодично мінливі ролі.

Практичне значення полягає у використанні методів оцінки здібностей студентів до певних видів діяльності на прикладі екскурсійної.

Результатом роботи є ефективна підготовка студентів до професійної діяльності.

Ключові слова: навчальна туристична фірма, оцінка професійних здібностей, формування географічних образів

УДК 796.5(07)

Зеленская Любовь Ивановна,
доктор педагогических наук, профессор

Днепропетровский национальный университет имени Олеся Гончара, г. Днепропетровск, Украина, e-mail: ZelenskiLI@mail.ru

КОНСТРУИРОВАНИЕ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА ПРИ ПОДГОТОВКЕ СПЕЦИАЛИСТОВ В ПОЗНАВАТЕЛЬНОМ ТУРИЗМЕ

Цель исследования – апробация приёмов эффективного обучения студентов в сфере познавательного туризма.

Научная новизна заключается в применении способа агглютинации (комбинирования) целостной экскурсии из целенаправленно созданных фрагментов с целью формирования объективного географического образа геопространства.

Методика заключается в конструировании процесса обучения как сочетания подготовки собственного текста познавательной экскурсии из фрагментов в рамках учебной туристической фирмы, при функционировании которой каждый студент выполняет периодически меняющиеся роли.

Практическое значение состоит в использовании методов оценки способностей студентов к определённым видам деятельности на примере экскурсионной.

Результатом работы является эффективная подготовка студентов к профессиональной деятельности.

Ключевые слова: учебная туристическая фирма, оценка профессиональных способностей, формирование географических образов

UDC 796.5(07)

Zelenska Liubov Ivanivna,
Doctor of Pedagogy Sciences, Professor

Oles Honchar Dnipropetrovsk National University, Dnipropetrovsk, Ukraine, e-mail: ZelenskiLI@mail.ru

CONSTRUCTION OF THE EDUCATIONAL PROCESS IN THE PREPARATION OF SPECIALISTS IN EDUCATIONAL TOURISM

The purpose of the study is testing methods of effective teaching of students in the field of tourism.

Scientific novelty is the use of agglutination method (combining) a complete tour of the pieces created specifically for the purpose of forming an objective geographical image of geospace.

The method consists in the construction process of learning how to combine training in own text informative tour of the fragments in the educational travel company, in the operation of which each student performs periodically changing roles.

The practical significance lies in the use of methods for assessing students' abilities to certain types of activity on the example of the excursion.

Effective training of students for professional activity is *the result* of work.

Keywords: educational travel agency, assessment of professional skills, the formation of geographical images

Постановка проблемы. Конструирование процесса обучения реальной экскурсионной деятельности заключается в сочетании процесса подготовки собственного текста познавательных экскурсий из фрагментов, овладения методическими приёмами рассказа и показа с целью формирования объективного и позитивного географического образа территории. Предлагаемый алгоритм аналогичен явлению агглютинации в психологии. Синонимом агглютинации является - комбинирование – приём, при котором происходит создание образа при помощи объединения исходных образов существующих в реальности или утраченных объектов в единое целое. В экскурсоведении мы предлагаем использовать данный механизм агглютинации для синтеза, комбинирования разнородной, многосторонней информации в авторский текст экскурсии.

Комбинирование напоминает процесс «сплавления», а не просто сложения целого из случайно отобранных элементов (частей). Собственный практический опыт позволяет констатировать, что для подготовки любой познавательной экскурсии (обзорной, тематической, учебной, музейной, виртуальной и т.д.) требуется, в первую очередь, целенаправленный, осознанный отбор объектов показа и рассказа под определённую композицию экскурсии с подготовкой отдельных её фрагментов.

Анализ предыдущих исследований и публикаций с выделением нерешённых ранее частей общей проблемы. В традиционном экскурсоведении [1,2] проблеме формирования навыков композиции экскурсии уделяется недостаточно внимания, а вопросы конструирования экскурсионной деятельности как многостороннего творческого процесса с учётом потенциальных способностей обучаемых практически не рассматриваются.

*Формулирование целей статьи и постановка задач***.** Цель исследования – апробация приёмов эффективного обучения студентов в сфере познавательного туризма. Реализация целей возможна при решении следующих задач, которые можно представить в виде таких последовательных действий. Во-первых, на начальном этапе предлагается использовать в процессе обучения метод работы в учебной туристической фирме. Во-вторых, используются методы оценки профессиональных способностей студентов к определённым видам деятельности при подготовке, создании и проведении экскурсий. В-третьих, конструируется процесс обучения экскурсионной деятельности с целью реального овладения методами рассказа и показа и формирования объективного географического образа геопространства путём агглютинации (комбинирования) цельной экскурсии из целенаправленно созданных фрагментов.

*Изложение основного материала***.** К конструированию процесса обучения экскурсионной деятельности (КПОЭД) мы подошли с разных сторон, и в первую очередь, с позиций маркетинга – организации деятельности по разработке *новой* продукции (в данном случае, мы рассматриваем формирование специалиста как нового субъекта, подготовленного к реальной экскурсионной деятельности) и с позиций эффективного менеджмента как реализации наиболее оптимальных управленческих задач (в данном случае, организации учебного процесса таким образом, чтобы обучаемый усвоил всю систему экскурсионной деятельности, учитывая её внутренние и внешние взаимосвязи, взаимозависимости, открытость, инициативу, «честь мундира» и т.д.). Инновационность процесса КПОЭД предполагает смену установленных стереотипов, преодоление стандартных и консервативных идей, выявление тупиковых ситуаций и противоречий. Рассмотрим особенности инновационной деятельности на всех основных этапах подготовки специалистов в экскурсионной сфере.

Инновационным видом деятельности преподавателя учебной дисциплины «Методика разработки и проведения экскурсий» является использование в процессе обучения метода работы в учебной туристической фирме, при функционировании которой каждый студент выполняет периодически меняющиеся роли. Задача, на первый взгляд, простая. Но каким образом «назначить» роль? На каком этапе работы должна произойти смена роли? Самый простой и неоригинальный способ – по желанию студентов. Есть в этом подходе определённый позитив, студенты достаточно хорошо знают, какой вид деятельности им «по душе». Однако наш опыт свидетельствует о том, что не все из них могут объективно оценить свои способности. Поэтому мы, пользуясь правом модератора, используем другой принцип выделения ролей в фирме - в зависимости от творческих наклонностей студентов. Такой подход требует предварительного оценивания способностей студентов с использованием специальных тестов, которые проверяют не конкретные знания, а способности подходить к решению проблем нетрадиционно. Тестов такого рода известно достаточно много, например, тесты креативности Торренса, которые называют тестами диагностики творческого мышления. Однако мы воспользовались методиками, изложенными в профессиональном издании «Методы научных исследований в туризме»[4]. Мы выделили 6 малых групп: 1. студенты с творческим складом ума, способные оригинально решать проблемные вопросы; 2. студенты, способные систематизировать, теоретически обосновывать суть проблемы; 3. студенты, способные в общем объёме фактов и явлений выявить тенденции, закономерности; 4. студенты, которые критично оценивают существующие достижения, подвергают сомнению факты, но не способны решить проблему; 5. студенты – «энциклопедисты», имеют огромный багаж фактических знаний, но не способны творчески их использовать. И, наконец, 6. студенты, которые не проявляют интереса к обучению, не проявляют инициативы, безразличны к результатам. Таким образом, формируется фирма с отделами, которые выполняют следующие функции: организационную, рекламную, методическую, информационную.

В учебной фирме выбирается лидер – директор из числа студентов, который обладает способностями организовать работу. Такая форма предполагает и несколько иные формы проведения консультацій преподавателем, который разъясняет правила работы в фирме, регламент, источники информации, пути поиска альтернативных решений, правила создания компьютерных рекламных презентаций и т.д. При этом возникает множество межпредметных связей как с географическими дисциплинами, так и с дисциплинами психолого-педагогического содержания. Например, с картографией, поскольку ни одна из презентаций не может обойтись без картографического представления информации о маршруте экскурсий; с дисциплиной «Основы рекламы в туризме», поскольку размещение материалов на слайде должно подчиняться законам эффективного воздействия на человека и наиболее полного восприятия информации.

Преподаватель готовит студентов к эффективному общению с экскурсантами, предлагает методики запоминания, поскольку экскурсия включает в себя множество дат, топонимов, цифр, имён.

Любая экскурсия, особенно тематическая, должна иметь «брендовое» название. Выбору названия предшествует теоретическое занятие по дисциплине «Методика разработки и проведения экскурсий», на котором обсуждаются и предлагаются конкретные примеры. Так, на одном из семинарских занятий предложено название для тематической экскурсии «Иностранцы в степях Украины». Главная тема экскурсии подразделяется на ряд подтем: «Немецкая волна на Екатеринославщине (Днепропетровщине)», «Еврейские адреса Екатеринослава (Днепропетровска)», «Польское наследие на берегах Днепра», «Мусульманские мотиви православного города», «Французкий след на украинской земле» и др. Количество подтем обычно совпадает с числом студентов. Тема экскурсии выбирается не случайно. Общие фразы об её актуальности не достаточны. Необходимо найти яркую, интересную, современную тему. Студентам предлагается искать новые сюжеты, способствующие расширению познавательного интереса экскурсантов, следовательно и увеличению экскурсионных потоков.

Разработке содержания предшествует значительная поисковая, источниковедческая, исследовательская работа, главными целями которой является систематизация, оценка, отбор научно обоснованной информации и выделение объектов рассказа и показа по теме экскурсии. Оценка познавательной ценности объектов показа экскурсий осуществляется по следующим критериям: уникальность, историческая, культурная и эстетическая привлекательность объектов, своеобразие и безопасность для экскурсантов.

Безусловно, ключевым моментом в подготовке специалиста в системе экскурсионной деятельности является создание собственного текста экскурсии. Алгоритм подготовки содержания экскурсии известен из методической литературы [2]. Но практическая работа по написанию конкретного авторського текста экскурсии намного сложнее. Мы ориентируем студентов на подготовку целостного текста экскурсии из фрагментов, которые связываются между собой логическими переходами. Этот процесс можно сравнить с тезисом французского математика и философа Анри Пуанкаре, который писал, что «наука строится из фактов, как дом строится из кирпичей; однако нагромождение фактов не есть наука, также как груда кирпичей не есть дом». Аналогично и экскурсия это не «копилка» фактов, это такой процесс овладения материалом, который позволяет реально работать с екскурсантами.

Особенностью процесса является ориентирование на предшествующий опыт, на знания из смежных, а иногда и параллельных сфер. По сути, как это и неприятно признавать, является легальной формой плагиата. Мы позволим с этим тезисом согласиться только частично. Например, разве можно назвать плагиатом написание студентом

фрагмента экскурсии в форме эссе с собственным вариантом прочтения одного из призведений А.Толстого «Хождение по мукам» о событиях гражданской войны в Екатеринославе (прежнее название Днепропетровска)? При этом необходимо подчиниться основной формуле любой экскурсии «рассказ + показ», написать текст фрагмента не только доступным, понятным языком, но и с чётким «попаданием» во временные границы, т.е. текст должен звучать точно лимитированное время. А ещё актуальность! В подготовленном эссе необходимо учесть положения Закона Украины «О декоммунизации». Следующим «подводным камнем» для студентов является подготовка этого же фрагмента для разной возрастной аудитории (например, для школьников, для людей пожилого возраста). Следующие осложняющие моменты задания – презентация данного фрагмента для слушателей (участников учебной туристической фирмы) с использованием «портфеля» екскурсовода». При этом слушатели заполняют протокол прослушивания – своеобразную рецензию, где учитывается множество параметров, в том числе и артистичность. Не зря существует образное сравнение работы екскурсовода с артистом, при этом функцию декораций выполняют экскурсионные объекты показа. В учебной туристической фирме вводится правило «безболезненной критики», когда каждый член коллектива высказывает замечания, предложения в толерантной форме с целью усовершенствования содержания и формы проведения экскурсии коллеги.

Существуют и проблемы идеологические. Во время познавательных экскурсий необходимо рассказывать и показывать самые выдающиеся, самые брендовые объекты, всё самое приоритетное, что отличает геопространство (историю, природу, рекреационные ресурсы), что составляет его славу и гордость. Мы готовы выслушать возражения по этому поводу. Безусловно, есть и «темные» стороны в истории, были и есть события, которыми вряд ли можно гордиться, но они должны быть предметом научных дискуссий, основываться на научных исследованиях, они подлежат обсуждению при подготовке экскурсоводов. Но в экскурсионный рассказ и показ необходимо включать несущие позитивный потенциал факты, события, объекты для постоянного повышения воспитательного потенциала познавательных экскурсий, для формирования позитивного образа региона. Вслед за С.М.Поревым [4], мы считаем, что интеллектуальная деятельность и творчество (а по нашему мне нию, написание текста экскурсии отвечает такому виду деятельности) присущи и художественно-образному мышлению. Надеемся, что в новом Законе Украины о научной и научно-технической деятельности, останется положение о том, что научной деятельностью считается и интеллектуальная творческая деятельность, направлення на получение и использование нових знаний.

Выводы. Дальнейшее усовершенствование подготовки студентов к экскурсионной деятельности мы видим в обучении новым

нетрадиционным формам их проведения, например, использование таких приёмов как экскурсия-спектакль, «экскурсия вдвоём» и т.д.

Список використаних джерел

1. Бабарицька В.К., Короткова А.Я., Малиновська О.Ю. Екскурсознавство і музеєзнавство: навч. посібник. – К.: Альтерпрес, 2007. – 464 с.
2. Емельянов Б.В. Методика подготовки и проведения екскурсии: Учебное пособие.-М.:ЦРИБ « Турист»,1989.-100с.
3. Методы научных исследований в туризме: учебное пособие для вузов / И.С. Барчуков.- М.: Издательский дом «Академія», 2008.-224с.
4. Порев С.М. Питання усвідомлення явища науковості. Педагогіка і психологія, № 4 (57), 2007, с.74-82

Список использованных источников:

1. Бабарицька В.К., Короткова А.Я., Малиновська О.Ю. Екскурсознавство і музеєзнавство: навч. посібник. – К.: Альтерпрес, 2007. – 464 с.
2. Емельянов Б.В. Методика подготовки и проведения екскурсии: Учебное пособие.-М.:ЦРИБ « Турист»,1989.-100с.
3. Методы научных исследований в туризме: учебное пособие для вузов / И.С. Барчуков.- М.: Издательский дом «Академія», 2008.-224с.
4. Порев С.М. Питання усвідомлення явища науковості. Педагогіка і психологія, № 4 (57), 2007, с.74-82

References:

1. Babaritska V.K., Korotkova A.Ya., Malinovska O.Yu. Ekskursoznavstvo i muzeeznavstvo: navch. posibnik. – K.: Alterpres, 2007. – 464 s.
2. Emelyanov B.V. Metodika podgotovki i provedeniya ekskursii: Uchebnoe posobie. – M.:TsRIB «Turist», 1989. – 100 s.
3. Metody nauchnyh issledovaniy v turizme: uchebnoe posobie dlya vuzov / I.S. Barchukov. – M.: Izdatelskiy dom «Akademiya», 2008. – 224 s.
4. Porev S.M. Pitannya usvidomlennya yavishcha naukovosti. Pedagogika i psihologiya, № 4 (57), 2007, S.74-82

УДК 005.963.1:338.48-37(477)

Сокол Тетяна Георгіївна,
кандидат педагогічних наук

Академія праці, соціальних відносин і туризму,
м..Київ, Україна, e-mail: tgsspectour@gmail.com

ПРОБЛЕМИ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ КАДРІВ ЕКСКУРСОВОДІВ І ГІДІВ-ПЕРЕКЛАДАЧІВ ДЛЯ СФЕРИ ТУРИЗМУ УКРАЇНИ

Мета статті. Стаття присвячена проблемам визначення сутності та змісту роботи екскурсоводів та гідів-перекладачів як головних суб'єктів інформаційно-екскурсійної роботи в туризмі, через яку реалізується одна з найважливіших соціальних функцій туризму – соціокультурна.

Методика роботи включала використання таких методів, як аналіз і систематизація даних класифікаторів видів діяльності в туризмі, аналіз і узагальнення літературних джерел.

Наукова новизна та практична значимість. Вперше визначаються відмінності та спільні риси в роботі екскурсоводів, гідів-перекладачів та аніматорів, майстерність яких базується на основі особистісних якостей, але досягається в результаті

цілеспрямованого навчання та професійної підготовки і вдосконалюється протягом всього часу практичної діяльності.

Результати. В статті наголошується на необхідності розробки базових компетенцій, визначення змісту те методик навчання фахівців даного напряму.

Ключові слова: екскурсовод, гід-перекладач, професійна підготовка, базові компетенції.

УДК 005.963.1:338.48-37(477)

Сокол Татьяна Георгиевна, кандидат педагогических наук

Академия труда, социальных отношений и туризма, г. Киев, Украина, e-mail: tgsspectour@gmail.com

ПРОБЛЕМЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПІДГОТОВКИ КАДРОВ ЭКСКУРСОВОДОВ И ГИДОВ-ПЕРЕВОДЧИКОВ ДЛЯ СФЕРЫ ТУРИЗМА УКРАИНЫ

Цель статьи. Статья посвящена проблемам определения сути и содержания работы экскурсоводов и гидов-переводчиков как главных субъектов информационно-экскурсионной работы в туризме, через которую реализуется одна из важнейших социальных функций туризма – социокультурная.

Методика работы включала использование таких методов, как анализ и систематизация данных классификаторов видов деятельности в туризме, анализ и обобщение литературных источников.

Научная новизна и практическая значимость. Впервые представлены отличия и общие черты в работе экскурсоводов, гидов-переводчиков и аниматоров, мастерство которых базируется на основе личностных качеств, но достигается в результате целенаправленного обучения и профессиональной подготовки и совершенствуется в течение всей практической деятельности.

Результаты. В статье делается акцент на необходимости разработки базовых компетенций, определения содержания и методов обучения специалистов данного направления.

Ключевые слова: екскурсовод, гид-переводчик, профессиональная подготовка, базовые компетенции.

UDC 005.963.1:338.48-37(477)

Sokol Tetiana Heorhiyivna, Candidate of Pedagogies Sciences

Academy of labor, social relations and tourism, Kiev, Ukraine, e-mail: tgsspectour@gmail.com

VOCATIONAL TRAINING OF GUIDE-INTERPRETER SAND CONDUCTORS FOR TOURISM IN UKRAINE

Aim. The article is devoted tj the problems of defining the contents of Conductors and Gide-interpreters' job as main subjects of information and excursion activity in tourism, through which one of the major functions of tourism – the socio-cultural one- is realized.

Methodology. In our work we used such methods, as analysis and systematization of Classifiers of Tourism Activities, analysis and synthesis of the literature.

Scientific novelty and practical significance. Differences and similarities in conductors and guide-interpreter's job are revealed. Their professionalism is based on the personality qualities but is achieved as a result of specialized learning and vocational training. It is enhanced throughout their practical activity.

Results. The article emphasizes the necessity of basic competences development, definition of the contents and methods of vocational training.

Key words: conductor, guide-interpreter, vocational training, basic competences.

Постановка проблеми. З якою б метою не їхали туристи до тієї чи іншої країни, у подорожі завжди буде присутній пізнавальний елемент. Турист отримує нові для себе відомості, враження та відчуття, на основі яких формуються нові знання, змінюється світоглядна система оцінок [1, с. 169]. Цьому сприяє інформаційно-екскурсійна робота в туризмі, яку виконують головні суб'єкти екскурсійної діяльності – екскурсоводи і гіди-перекладачі. Саме від їх майстерності залежить кінцевий когнітивно-аксеологічний результат, який отримує учасник подорожі, що в свою чергу обумовлює необхідність професійної підготовки таких фахівців.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми професійної підготовки екскурсоводів досліджувалися науковцями радянської екскурсійної школи – Ємельяновим Б., який вивчав проблеми вдосконалення професійної майстерності екскурсовода; Долженко Г., Дьяковою Р. – дослідження становлення вітчизняної екскурсійної школи; Квартальновим В., Науменко Г., які присвячували увагу питанням курсової підготовки екскурсоводів та ін. В незалежній Україні цій проблемі були присвячені праці Чегайди І., Грибанової С., Бабарицької В., Короткової А., Каролоп О. – питання екскурсійної методики та організації екскурсійної діяльності.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Але належного системного підходу до вирішення проблеми підготовки кадрів екскурсоводів (гідів-перекладачів) досі не вироблено. Більше того, нерідко у науковій літературі (як і у практиці туризму) можна зустрітися з непрофесійним підходом до визначення змісту та нерозумінням самої сутності діяльності вищеназваних фахівців, обмеження різниці між змістом їх компетенцій тільки знанням іноземної мови, необхідним для гіда-перекладача.

Мета статті. Дана стаття присвячена проблемам визначення підходів до професій екскурсовода і гіда-перекладача та професійної підготовки спеціалістів даного профілю.

Виклад основного матеріалу. На жаль, доводиться констатувати відсутність комплексного глибокого розуміння змісту і сутності роботи екскурсоводів і гідів-перекладачів не тільки на національному, але й на міжнародному рівні.

Так, в Рекомендаціях зі статистики туризму (ВТО, 1994 р.), додатком до яких є «Стандартна міжнародна класифікація видів діяльності в туризмі» (СІКТА) екскурсоводи (туристські гіди) віднесені до розділу «Транспорт, складське господарство і зв’язок» (6304 – 4), як підклас, що спеціалізується на туризмі; послуги перекладу – до розділу «Операції з нерухомістю, оренда і комерційна діяльність» (7499 – 1 , як послуги, частково пов’язані з туризмом [2].

Такий підхід дублюється у національних стандартах. Так у Державному класифікаторі продукції та послуг (діяв до 2012 р.) послуги

екскурсоводів були зазначені у розділі «Допоміжні транспортні послуги», усний переклад – до послуг секретарів та перекладачів у розділі «Послуги, надавані переважно юридичним особам» [3].

У Національному класифікаторі видів економічної діяльності ДК 009:2010 (вступив у дію 1.01.2012 р.) послуги екскурсоводів і гідів-перекладачів взагалі не зазначені, проте залишилися послуги усного перекладу у розділі «Інша професійна, наукова та технічна діяльність. Надання послуг перекладу» [4].

Між тим екскурсійна діяльність займає важливе місце в системі послуг туристичної індустрії. Через інформаційно-екскурсійну роботу реалізується одна з важливих соціальних функцій туризму – соціокультурна, яка в результаті культурно збагачує людину, відіграє велику роль у справі її виховання та формування світогляду, сприяє розвиткові людської особистості і тим самим – підвищенню культурного рівня суспільства [5, с. 18]. Виконувати цю роботу повинні фахівці високого рівня компетентності та професіоналізму до яких висуваються відповідні кваліфікаційні вимоги.

І тут знову необхідно констатувати певну недосконалість нормативної бази. У Державному класифікаторі професій зазначені професії гід-перекладач (код 2444.2), екскурсовод (код 3414) та екскурсознавець (код 2481.2) [6], але кваліфікаційні вимоги сформульовано тільки до лектора-екскурсовода, який «проводить екскурсії і читає лекції на експозиціях, виставках, відкритому зберіганні фондів і музейних об’єктах», що аж ніяк не охоплює всього змісту діяльності екскурсовода [7].

Згідно із Законом України «Про туризм», за яким перелік посад фахівців туристичного супроводу (саме до них Законом віднесені гіди-перекладачі та екскурсоводи), та кваліфікаційні вимоги до них визначаються центральним органом виконавчої влади в сфері туризму і курортів, наказом Держтурадміністрації України № 83 від 24.09.2004 р. були затверджені «Кваліфікаційні вимоги» до екскурсоводів та гідів-перекладачів як абсолютно ідентичні, з єдиною різницею – вимогою «вільного володіння іноземною мовою або мовами» для гідів-перекладачів, що ніяк не відображає дійсного змісту їх роботи. Більш правильний підхід у визначенні цього змісту знаходимо у Порядку надання туристичних послуг у м. Києві, затвердженому рішенням Київради від 18.03.2004 р.: «Екскурсовод – фахівець, під керівництвом якого здійснюється з відповідними коментарями показ об'єктів, підпорядкований меті визначеної теми. Гід-перекладач – особа, яка володіє фаховою інформацією про країну (місцевість) перебування, визначні місця, об'єкти показу, а також мовою іноземних туристів, яких приймають, або загальнозрозумілою для них мовою, надає екскурсійно-інформаційні, організаційні послуги та кваліфіковану допомогу учасникам туру в межах договору про надання туристичних послуг» [8]. Але у цих визначеннях не знаходять місця вимоги до професійної підготовки названих фахівців.

Майстерність екскурсовода (гіда-перекладача), безумовно, базується на основі його особистісних якостей, але досягається в результаті цілеспрямованого навчання та професійної підготовки і вдосконалюється протягом всього часу практичної діяльності.

В радянські часи в Україні інформаційно-екскурсійна робота була спрямована переважно на виконання ідеологічних завдань і пріоритетів державної політики, тому підготовці фахівців екскурсійної справи присвячувалася окрема увага. Туризм в СРСР розвивався переважно в рамках трьох монопольних організацій: “Інтуриста”, “Супутника” та ЦРТЕ через їх структури в Україні, в кожній з яких існувала своя система підготовки екскурсоводів і гідів-перекладачів. Можна цілком упевнено стверджувати, що в системі ЦРТЕ у цей час було створено одну з найсильніших у світі екскурсійних шкіл. Багатющий екскурсійний матеріал, що охоплював близько 17 тис. тем, розгалужена мережа екскурсійних бюро, де працювало близько 40 тис. екскурсоводів, багато з яких були унікальними майстрами своєї справи. Було розроблено вітчизняну теорію та методику екскурсійної справи, накопичено великий практичний досвід. Так, тільки в УРСР у 80-ті рр. працювали 154 екскурсійних бюро, екскурсії проводилися по 3 тис. тем, у них брало участь близько 50 млн. осіб щороку [9, с. 242]. Серйозну роботу з підготовки гідів-перекладачів здійснювали «Інтурист» і БММТ “Супутник” в рамках курсової підготовки спеціалістів на базі вищої мовної освіти.

Але ця робота здійснювалася в рамках відомчих курсів і не мала характеру освітньої спеціалізації. Більше того – ще до недавнього часу професія екскурсовода трактувалася як робітнича і не вимагала наявності у нього вищої освіти. У той же час професія екскурсовода (гіда-перекладача) вимагає не тільки ґрунтовних знань широкого спектру, але й досконалого володіння методикою їх викладення, іноземною мовою та мовною культурою, основами психології, логіки, педагогічної майстерності тощо. Все це свідчить, що професійна підготовка екскурсоводів (гідів-перекладачів) має здійснюватися в рамках вищої школи, зокрема – у ВНЗ туристичного профілю.

Фахові компетентності екскурсовода та гіда-перекладача мають відмінності, обумовлені функціями, які вони покликані виконувати. Головна функція екскурсовода – вести інформаційну роботу з туристами, у гіда- перекладача до основних функцій додаються здійснення перекладу, а також – забезпечення надання підприємствами обслуговування придбаного туристами комплексу послуг обумовленого асортименту та якості. Власне гід-перекладач виступає посередником між туристичною фірмою, туристами та підприємствами обслуговування і виконує двоєдине завдання: забезпечує прибуток фірмі та якісне надання послуг. Таким чином, гід-перекладач поєднує функції екскурсовода, перекладача та груповода (в радянські часи функції останнього делегувалися керівникові

туристичної групи, яких теж готували в рамках професійних курсів системи профспілок).

Але нині екскурсійно-інформаційна діяльність в туризмі зазнає трансформацій, набуває комбінаторного характеру, з'являються інноваційні форми проведення екскурсій, такі як екскурсії з дегустаціями, відвіданням закладів ресторанного господарства, екскурсії – спектаклі, екскурсії у поєднанні з розважальними заходами, з елементами екстриму та інтерактиву, що вимагає формування в процесі професійної підготовки фахівців інформаційно-екскурсійної діяльності компетенцій організаторів культурного дозвілля – аніматорів. Головним завданням аніматорів є організація послуг із забезпечення потреб туристів та рекреантів у активних, одухотворюючих формах відпочинку [10, с. 6], що в свою чергу вимагає наявності в них певних знань, вмінь і навичок, притаманних професіям екскурсовода й гіда-перекладача. Тому доцільним є впровадження у професійну підготовку фахівців туристичної сфери напряму спеціалізації «Екскурсійна та анімаційна діяльність».

Висновки. Проблема професійної підготовки екскурсоводів, гідів-перекладачів та аніматорів передбачає необхідність розробки базових компетенцій, визначення змісту те методик навчання фахівців даного напряму тощо, що вимагає обґрунтування і повинно стати предметом подальших досліджень. Доцільним є впровадження у професійну підготовку фахівців туристичної сфери напряму спеціалізації «Екскурсійна та анімаційна діяльність».

Список використаних джерел:

1. Сокол Т.Г. Основи туристичної діяльності: підручник / За заг. ред.В.Ф. Орлова. – К.: Грамота, 2006. – 260 с.
2. Стандартна міжнародна класифікація видів діяльності в туризмі (СІКТА) [Електронний ресурс]. Режим доступу: mail.perfectbg.com /TouristDocuments.nsf…/ SICTA
3. Державний класифікатор продукції та послуг ДК 016-97 [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://www. ligazakon.ua /l_doc2.nsf/link1/FIN3381C.html.
4. Національний класифікатор України. Класифікація видів економічної діяльності ДК 009:2010. Наказ Держспоживстандарту України11.10.2010 № 457 [Електронний ресурс]. Режим доступу: document.ua/klasifikacija-vidiv-ekonomichnoy
5. Сокол Т. Г. Основи туризмознавства: навчальний посібник. – К., 2006. – 76 с.
6. Національний класифікатор України. Класифікатор професій ДК 003:2010 [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://www.hrliga.com/docs
7. Довідник кваліфікаційних характеристик професій , 2000 – Вип. 5*,81[Електронний ресурс]. Режим доступу: www.uazakon.com/document
8. Порядок надання туристичних послуг у м. Києві. Додаток № 1 до рішення Київради від 18.03.2004 р. №88/1298 [Електронний ресурс]. Режим доступу: kmr.gov.ua/poryadok-predostavleniya-turisticheskih-uslug-v-kieve
9. Сокол Т.Г. Характеристика структури туристичної галузі СРСР у 70-80-х рр. XX ст. // Туристично-краєзнавчі дослідження. Вип. 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. – Ч.2. – С. 230 – 251.

10. Килимистий С.М. Анімація в туризмі: навчальний посібник. – К.: Вид-во ФПУ, 2007. – 188 с.

Список использованных источников:

1. Сокол Т.Г. Основы туристской деятельности: учебник / под. общ. ред..В.Ф. Орлова. – К.: Грамота, 2006. – 260 с.
2. Стандартная международная классификация видов деятельности в туризме [Электронный ресурс]. Режим доступа: mail.perfectbg.com /TouristDocuments.nsf…/ SICTA
3. Государственный классификатор продукции и услуг ДК 016-97 [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www. ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/FIN3381C.html
4. Национальный классификатор Украины. Классификация видов экономической деятельности ДК 009:2010. Приказ Госпотребстандарта Украины11.10.2010 № 457 [Электронный ресурс]. Режим доступа: document.ua/klasifikacija-vidiv-ekonomichnoy
5. Сокол Т. Г. Основи туризмоведения: учебное пособие. – К., 2006. – 76 с.
6. Национальный классификатор Украины. Классификатор профессий ДК 003:2010 [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.hrliga.com/docs
7. Справочник квалификационных характеристик профессий, 2000 – Вип. 5*,81[Электронный ресурс]. Режим доступа: www.uazakon.com/document
8. Порядок предоставления туристских услуг в г. Киеве. Приложение № 1 к решению Киевсовета от 18.03.2004 р. №88/1298 [Электронный ресурс]. Режим доступа: kmr.gov.ua /poryadok-predostavleniya-turisticheskih-uslug-v-kieve
9. Сокол Т.Г. Характеристика структуры туристской отрасли СССР в 70-80-х гг. XX ст. // Туристско-краеведческие исследования. Вып. 1: Материалы III Всеукраинской научно-практической конференции «Туризм в Украине: экономика и культура» (Свитязь, 9-10 сентября 1998 г.) – В двух частях. – К.: «Км – Трейдинг», 1998. – Ч.2. – С. 230 – 251.
10. Кылымыстый С.М. Анимация в туризме: учебное пособие. – К.: Изд-во ФПУ, 2007. – 188с.

References:

1. Sokol T.G. Basis’s of Tourism Activities: manual / under the general editorship of. V.F.Orlov – K.: Gramota, 2006. – 260 p.
2. Standard International Classification of Tourism Activities (SICTA). [Electronic resource]. Mode of access: mail.perfectbg.com /TouristDocuments.nsf…/ SICTA
3. State Classifier of production and services SC 016-97[Electronic resource]. Mode of access: http://www. ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/FIN3381C.html
4. National Ukraine Classifier. Classification of economic activity forms SC 009:2010. Order of State Consumer Standard of Ukraine11.10.2010 № 457. [Electronic resource].Mode of access: document.ua/klasifikacija-vidiv-ekonomichnoy
5. Sokol T.G. Basis’s of tourismknowledge : tutorial textbook. – K., 2006. – 76 p.
6. National Ukraine Classifier. Classifier of professions SC 003:2010 [Electronic resource]. Mode of access: http://www.hrliga.com/docs
7. Reference of the professional skill descriptions, 2000 – Part. 5*,81[Electronic resource]. Mode of access: www.uazakon.com/document
8. Procedure for providing tourist services in Kiev. Appendix № 1 to the decision of the Kyiv city council from 18.03.2004. №88/1298 [Electronic resource]. Mode of access: kmr.gov.ua /poryadok-predostavleniya-turisticheskih-uslug-v-kieve
9. Sokol T.G. Characteristics of the tourism structure of the USSR in the 70-80’s of XX century // Tourism and local research. Part. 1: Materials of Ukrainian scientific and practical conference «Tourism in Ukraine: economy and culture» (Svitiaz, 9-10 September 1998) – B In 2 parts. – K.: «Km – Trading», 1998. – Part.2. – P. 230 – 251.
10. Kilimistiy S.V. Animation in tourism: tutorial textbook. – K.: Publishing house of FTU, 2007. – 188p.

ІІ. ГЕОГРАФІЯ РЕКРЕАЦІЇ ТА ТУРИЗМУ: ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРИКЛАДНІ ПИТАННЯ

УДК 359.09

Смирнов Ігор Георгійович,
доктор географічних наук, професор
Київський національний університет імені Тараса Шевченка, м. Київ, Україна
e-mail: smyrnov_ig@ukr.net

Михайленко Тетяна Ігорівна,
кандидат географічних наук
Київський національний університет імені Тараса Шевченка, м. Київ, Україна
e-mail: archy07@ukr.net

ПРО ВИЗНАЧЕННЯ РІВНЯ ТУРИСТИЧНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ КРАЇН СВІТУ

Мета. Розкрити важливість, сутність та різні підходи до оцінювання конкурентоспроможності країн на світовому туристичному ринку, зокрема, - індексу конкурентоспроможності у сфері подорожей та туризму (англ. Travel and Tourism Competitiveness Index, TTCI).

Методика. У дослідженні проаналізовано та застосовано дві методики. Перша – методика розрахунку коефіцієнту виявлених конкурентних переваг (англ. Registered Competitive Advantages, RCA), друга – визначення рівня туристичної конкурентоспроможності країн світу за допомогою індексу конкурентоспроможності у секторі подорожей і туризму (англ. Travel and Tourism Competitiveness Index, TTCI), який що два роки публікує Світовий економічний форум (англ. World Economic Forum, WEF).

Результати. Визначено структуру TTCI у 2007-2013 рр. та зі змінами у 2015 р. Проаналізовано першу тридцятку країн світу за індексом TTCI за 2011, 2013 та 2015 рр. Вказано та пояснено значення TTCI для України за ці роки. Охарактеризовано першу десятку країн світу за індексом TTCI за туристичними макрорегіонами світу. Виконано комплексний аналіз країн АСЕАН за рівнем туристичної конкурентоспроможності.

Наукова новизна. Вперше виконано комплексний аналіз країн світу за рівнем туристичної конкурентоспроможності з допомогою коефіцієнту виявлених конкурентних переваг, а також – на підставі індексу конкурентоспроможності у сфері подорожей та туризму станом на 2015 р.

Практична значимість. Знання з визначення рівня туристичної конкурентоспроможності країн світу з допомогою коефіцієнту виявлених конкурентних переваг та на підставі індексу конкурентоспроможності країн у сфері подорожей та туризму мають практичне значення для фахівців туризму, оскільки забезпечують знайомство з світовими туристичними рейтингами країн та місцем в них України.

Ключові слова: туристична конкурентоспроможність країн; коефіцієнт виявлених конкурентних переваг RCA; індекс та субіндекси конкурентоспроможності країн у сфері подорожей і туризму TTCI; Світовий економічний форум; перші тридцять країн за величиною TTCI; TTCI для України; TTCI для країн АСЕАН.

УДК 359.09

Смирнов Игорь Георгиевич,
доктор географических наук, профессор
Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко, г. Киев, Украина
e-mail: smyrnov_ig@ukr.net

Михайленко Татьяна Игоревна,
кандидат географических наук
Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко, г. Киев, Украина
e-mail: archy07@ukr.net

ОБ ОПРЕДЕЛЕНИИ УРОВНЯ ТУРИСТИЧЕСКОЙ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ СТРАН МИРА

Цель. Раскрыть важность, сущность и различные подходы к оценке конкурентоспособности стран на мировом туристическом рынке, в частности - индекса конкурентоспособности в сфере путешествий и туризма (англ. Travel and Tourism Competitiveness Index, TTCI).

Методика. В исследовании проанализированы и применены две методики. Первая - методика расчета коэффициента выявленных конкурентных преимуществ (англ. Registered Competitive Advantages, RCA), вторая - определение уровня туристической конкурентоспособности стран мира с помощью индекса конкурентоспособности в секторе путешествий и туризма (англ. Travel and Tourism Competitiveness Index, TTCI), который каждые два года публикует Всемирный экономический форум (англ. World Economic Forum, WEF).

Результаты. Определена структура TTCI в 2007-2013 гг. и с изменениями в 2015 г. Проанализирована первая тридцатка стран мира по индексу TTCI за 2011 2013 и 2015 гг. Показано и объяснено значение TTCI для Украины за эти годы. Охарактеризована перва десятка стран мира по индексу TTCI по туристическим макрорегионами мира. Выполнен комплексный анализ стран АСЕАН по уроню их туристической конкурентоспособности.

Научная новизна. Впервые выполнен комплексный анализ стран мира по уровню туристической конкурентоспособности с помощью коэффициента выявленных конкурентных преимуществ, а также - на основании индекса конкурентоспособности в сфере путешествий и туризма по состоянию на 2015 г.

Практическая значимость. Знания по определению уровня туристической конкурентоспособности стран мира посредством коэффициента выявленных конкурентных преимуществ и на основании индекса конкурентоспособности стран в сфере путешествий и туризма имеют практическое значение для специалистов туризма, поскольку обеспечивают ознакомление с мировыми туристическими рейтингами стран и местом в них Украины.

Ключевые слова: туристическая конкурентоспособность стран; коэффициент выявленных конкурентных преимуществ RCA; индекс и субиндексы конкурентоспособности стран в сфере путешествий и туризма TTCI; Мировой экономический форум; первые тридцать стран по величине TTCI; TTCI для Украины; TTCI для стран АСЕАН.

UDC 359.09

Smyrnov Igor Georgiyovich,
Doctor of Geography Sciences, Professor
Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv, Ukraine, e-mail: smyrnov_ig@ukr.net

Mikhailenko Tetiana Igorivna,
Candidate of Geography Sciences
Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine, e-mail: archy07@ukr.net

DEFINITION OF TOURISM COMPETITIVENESS OF THE WORLD'S COUNTRIES

Purpose. Shown importance, nature and different approaches to the evaluation of the countries competitiveness on the global tourism market, in particular - Travel and Tourism Competitiveness Index (TTCI).

Methods. In the study there are analyzed and used two methods. The first - the method of calculating of Registered Competitive Advantages Ratio (RCA), the second - to determine

the level of tourism competitiveness of countries with Travel and Tourism Competitiveness Index (TTCI), which every two year is published by World Economic Forum (WEF).

Results. The structure of TTCI in 2007-2013 and with amendments in 2015 is analyzed. The first thirty countries TTCI index for 2011, 2013 and 2015 is explained, and TTCI for Ukraine is represented. Characterized top ten countries in the index TTCI in tourist macro-regions of the world. Completed a comprehensive analysis of the ASEAN countries in terms of tourism competitiveness.

Scientific innovation. For the first time a comprehensive analysis of the countries of the world in terms of tourism competitiveness is made using Registered Competitive Advantages Ratio (RCA) and Travel and Tourism Competitiveness Index (TTCI) with data level of 2015.

The practical significance. Knowledge of determining the level of competitiveness of the world tourism using Registered Competitive Advantages Ratio (RCA) and Travel and Tourism Competitiveness Index (TTCI) is of practical importance for tourism professionals, as they provide knowledge of world travel ratings and Ukraine place in them.

Keywords: competitiveness of tourism; Registered Competitive Advantages Ratio (RCA); Travel and Tourism Competitiveness Index (TTCI) and subindexes; World Economic Forum; The first thirty coutries with the highest TTCI; TTCI for Ukraine; TTCI for ASEAN countries.

Постановка наукової проблеми. Світова туристична індустрія динамічно розвивається, незважаючи на численні чинники (політичні, економічні, соціальні, світовий тероризм, природні негаразди тощо), що м'яко кажучи, мають несприятливий вплив на її поступ. За даними на 2014 р. число туристів у світі досягло 1,133 млрд. осіб, дохід від міжнародного туризму – 1, 245 трлн.дол., дохід від одного туриста – майже 1100 дол. У порівнянні з попереднім 2013 р. позитивна динаміка склала відповідно 4,3; 3,7 та 4,0%. У світовому туризмі нині задіяні практично всі країни світу. Оскільки туризм є вигідним та високоприбутковим бізнесом, то між країнами світу на світовому туристичному ринку ведеться жорстка конкурента боротьба, у яких перемагають ті держави, які не тільки мають значні туристичні ресурси, але й можуть запропонувати туристам різноманітні якісні туристичні послуги за конкурентними цінами, що можливо в умовах розвиненої туристичної індустрії, яка користується підтримкою та увагою з боку держави. Відповідно, різні країни світу характеризуються різним рівнем туристичної конкурентоспроможності, отже, успішності їхньої туристичної галузі. На розкритті сутності та методики різних підходів до визначення рівня туристичної конкурентоспроможності країн світу, зокрема міжнародного індексу конкурентоспроможності з туризму та подорожей (англ. Travel and Tourism Competitiveness Index, TTCI) сконцентрована дана стаття.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. З теми статті є чимало публікацій, зокрема О.О. Любіцевої [7, 358-383], І.М. Школи та О.П. Корольчука [8, 391-413], Д.С. Ушакова [6, 181-208], М.П. Мальської та інших, але вони не розглядають та не аналізують туристичну конкурентоспроможність країн із застосуванням індексу TTCI – сучасного світового підходу. Зрушення у цьому плані є у Н.С. Морозової [1] та Т.В. Сорокіної [2], але їхні напрацювання не мають відношення до України. На

тему статті працюють англомовні публікації Ч.Кроуча, Дж. Рітчі [3], Л.Дваєра, К. Кіма [4], П.Форсайта, Л. Дваєра [5], а також статті Е. Нікітського [9], К.Кучеренко [10], Б. Нікіфорова [12] та П.Пібунрунгроджа, доктора філософії (PHD) Університету Чіанг-Май, Таїланд [11]. Статистичну базу склали звіти з конкурентоспроможності у сфері подорожей та туризму Світового економічного форуму за 2011, 2013 та 2015 рр. [13;14;15].

Метою статті є розкрити різні методичні підходи до визначення рівня туристичної конкурентоспроможності країн світу з особливою увагою до застосування з цією метою індексу TTCI (показника конкурентоспроможності країн світу у секторі подорожей та туризму), аналіз цього індексу за країнами світу станом на 2015 та попередні роки (2011, 2013) з відображенням конкурентних позицій України у світовому туризмі.

Виклад основного матеріалу. Туризм нині - одна з найважливіших форм міжнародної співпраці, що забезпечує багатьом країнам основні бюджетні доходи та зростання зайнятості населення. Він є, з одного боку, окремою та важливою галуззю господарства країн світу, яка характеризується певним рівнем конкурентоспроможності, що змінюється за країнами, а з іншого - інструментом збільшення загальної конкурентоспроможності певної країни на глобальному, міждержавному рівнях. Активна участь держави у експортно-орієнтованому туристичному виробництві або в імпорті іноземного турпродукту збільшує такі показники її конкурентоспроможності, як відкритість, праця, інфраструктура тощо, позитивно впливає на інвестиційний клімат, створює позитивний імідж країні на світовому ринку. Ефективно діюча туріндустрія сприяє формуванню і розвитку фінансової, страхової, транспортної, торгівельної сфер, висока рентабельність яких безпосередньо залежить від стану туризму в країні. Доходи від туристичної діяльності підвищують рівень матеріального добробуту населення, що разом із зростанням якості туристичної інфраструктури (шляхи, житлово-комунальне господарство, громадське харчування, медицина, право тощо) підвищує загальний рівень життя в країні. Розглядаючи туризм як окрему галузь, визначають його конкурентоспроможність та внутрішньому та світовому ринках.

Конкурентоспроможність у туризмі розглядається як один з важливих напрямків економічних досліджень у працях Т.Сорокіної [2], Н. Морозової [1], Крауча та Рітчі [3], Двеєра та Кіма [4]; цінова конкурентоспроможність – в працях Форсайта і Двеєра [5]. Є різні підходи до визначення конкурентоспроможності національного туристичного господарства на світовому ринку. Один із них – це методика розрахунку коефіцієнту виявлених порівняльних переваг (англ. Registered Competitive Advantages, RCA), який визначається як відношення частки країни на світовому ринку даного товару до частки країни у світовому експорті [6, 181]. Дана методика по відношенню до туристичного господарства дозволяє

визначити, наскільки привабливим для іноземних споживачів є турпродукт певної країни в порівнянні з іншими статтями її експорту. Застосування коефіцієнту RCA туристичного господарства в якості показника конкурентоспроможності країни на світовому туристичному ринку грунтується на прямій залежності іноземних туристичних прибуттів від стану експорту вихідної держави. Розрахунки рекомендується здійснювати за наступною таблицею (табл.1).

Таблиця 1.

Показники конкурентоспроможності туристичного виробництва країн світу (за Д.С. Ушаковим [6, 181])

Країна	*Експорт товарів та послуг, млрд.дол.*	*Частка країни у світовому експорті товарів та послуг,%*	*Прибуття іноземних туристів, млн.осіб*	*Частка країни у світовому прибутті іноземних туристів,%*	*Показник конкурентоспроможності туристичного виробництва країни*

Перевагою цього підходу є можливість самостійного визначення рівня конкурентоспроможності країн світу у сфері туризму на потрібний рік, оскільки показники величини експорту товарів та послуг країн світу та показники прибуття іноземних туристів є у вільному доступі в довідниках (у т.ч. в Інтернеті). За Д.С. Ушаковим, що рекомендує цю методику [6,199-200], показник конкурентоспроможності туристичного виробництва змінюється від 57,73 (найвищий показник, Багамські о-ви) до 0,09 (найнижчий показник, Японія) при середньосвітовому рівні 1,0. Відповідно, країни світу діляться одразу на 2 групи: 1) у яких показник конкурентоспроможності вище середньосвітового; 2) у яких показник нижче середньосвітового. У першій групі виділяються підгрупи: 1) країни з дуже високим показником конкурентоспроможності туристичного продукту та його виробництва (коефіцієнт RCA > 10); 2) країни з високим показником коефіцієнта RCA (3-10). Агрегуючи показники експорту та туристичних прибуттів різних країн, можна скласти таблицю показників конкурентоспроможності туристичного виробництва в регіонах планети (табл.2).

Таблиця 2.

Конкурентоспроможність туристичного виробництва в регіонах світу (за [6, 204])

Регіон світу	*Експорт, млрд.дол. США*	*Частка на світовому туристичному ринку, %*	*Показник конкурентоспроможності туристичного виробництва*
Європа	2214,8	52,1	1,25
Америка	845,9	27,3	1,72
АТР	1188	15,6	0,70
Решта світу	1096	5	0,24

З таблиці 2 видно, що незважаючи на безумовне лідерство Європи як туристичного напрямку, конкурентоспроможність її туристичного господарства дещо поступається подібному показнику Нового Світу через значну частку регіону у світовому експорті. При цьому слід мати на увазі, що показники конкурентоспроможності туристичного виробництва різних країн та регіонів світу, отримані за методикою коефіцієнтів RCA є досить умовними, характеризують відношення середньостатистичного туриста до можливості здійснення подорожі у той чи інший регіон світу, не враховують реальних географічних відстаней, різниць у доходах туристів та місцевих жителів, інші екзогенні чинники (політичний, економічний, екологічний тощо).

Інший спосіб оцінювання ефективності функціонування туристичних систем на мегарівні – це оцінювання конкурентоспроможності туріндустрії країн, що здійснюється Всесвітньою радою з туризму та подорожей (англ. World Travel and Tourism Council, WTTC). У щорічному звіті “Travel and Tourism Competitiveness Report”, що публікується в межах Всесвітнього економічного форуму (World Economic Forum, WEF), розглядається індекс конкурентоспроможності туріндустрії різних країн, враховуючи чинники, що впливають на привабливість туризму для розвитку та інвестицій. Оцінка конкурентоспроможності в туризмі на ієрархічних рівнях має різні цілі. Будучи відносним показником, вона дозволяє визначити місцеположення суб'єкту, що оцінюється на міжнародному, національному, локальному туристичному ринку. Отримана оцінкова інформація може використовуватися для розробки стратегічних планів розвитку туризму в країні, дестинації, а також перспективних планів розвитку турпідприємств та турпродуктів. Оцінка потенційної конкурентоспроможності має важливе значення у питаннях інвестиційного характеру. Оцінка конкурентоспроможності на ієрархічних рівнях дає змогу визначити місцеположення туристичної підсистеми на міжнародному, національному, локальному туристичному ринку, що є певною оцінкою ефективності її функціонування.

Звіт “Travel and Tourism Competitiveness Report” (Конкурентоспроможність у сфері подорожей та туризму) від Світового економічного форуму (WEF) підготовлено у співпраці зі Стратегічним партнером із розробки - Booz&Co , з партнерами – Світовою організацією туризму (ЮНВТО), Світовою Радою з подорожей та туризму (WTTC), Міжнародною асоціацією повітряного транспорту (IATA), Міжнародним Союзом із збереження природи (IUCN), аудиторською фірмою Deloitte та було вперше опубліковано у 2007 р. з поданням даних про 124 країни світу; у 2009 вже були дані по 133; у 2011 р.- по 139 і в 2015р. – по 141 країні світу. Індекс (показник) конкурентоспроможності країн з подорожей та туризму (індустрії туризму) відображає загальну оцінку чинників, що сприяють розвитку туристичного бізнесу в окремих країнах, а не привабливість країн як туристичних дестинацій. Індекс TTCI оцінює та вимірює «набір чинників та політик, що забезпечують сталий розвиток

сектору подорожей і туризму, що, своєю чергою, забезпечує успішний розвиток та конкурентоспроможність країни» [13]. Згідно гасла «Зростання незважаючи на перешкоди» («Growing Through Shocks», англ.) у доповіді 2015 р. пояснюється, чому на сектор подорожей та туризму грунтовно не вплинули дестабілізуючі щодо туризму чинники і чому світовий туризм розвивався динамічніше, ніж уся світова економіка. Доповідь ранжує країни за величиною індексу конкурентоспроможності у сфері подорожей та туризму (англ. TTCI) з градацією від 1 до 7 на підставі оцінювання країн за трьома головними субіндексами (субпоказниками): 1) регулятивні основи; 2) середовище турбізнесу та інфраструктура; 3) людські, культурні та природні ресурси для розвитку туризму та подорожей. У свою чергу субіндекси включають 14 складників (pillars,англ.) (рис.1).

Рис. 1. Структура Індексу конкурентоспроможності у сфері туризму та подорожей (TTCI) , 2008-2013 рр., складено автором за [13; 14;15]

У 2008 р. було змінено назви деяких складників, так, «регулювання навколишнього середовища (environmental regulation, англ.)- на «сталість навколишнього середовища» (environmental sustainability, англ.); також складник природні та культурні ресурси було поділено на два окремі складники – «природні ресурси» (natural resources, англ.) та «культурні ресурси» (cultural resources, англ.). У доповідях «Travel and Tourism Competitiveness Report» у 2009, 2011, 2013 рр. використано ті самі 14 складників (табл.1). Як видно, з 2009 р. «Доповідь» публікується раз на два роки. У 2015 р. запроваджено чергові зміни структури індексу TTCI. Нині

він складається з 4 субіндексів, 14 складників та 90 індивідуальних індикаторів, причому склад і назви складників (pillars, англ.) зазнали певних змін (Рис.2).

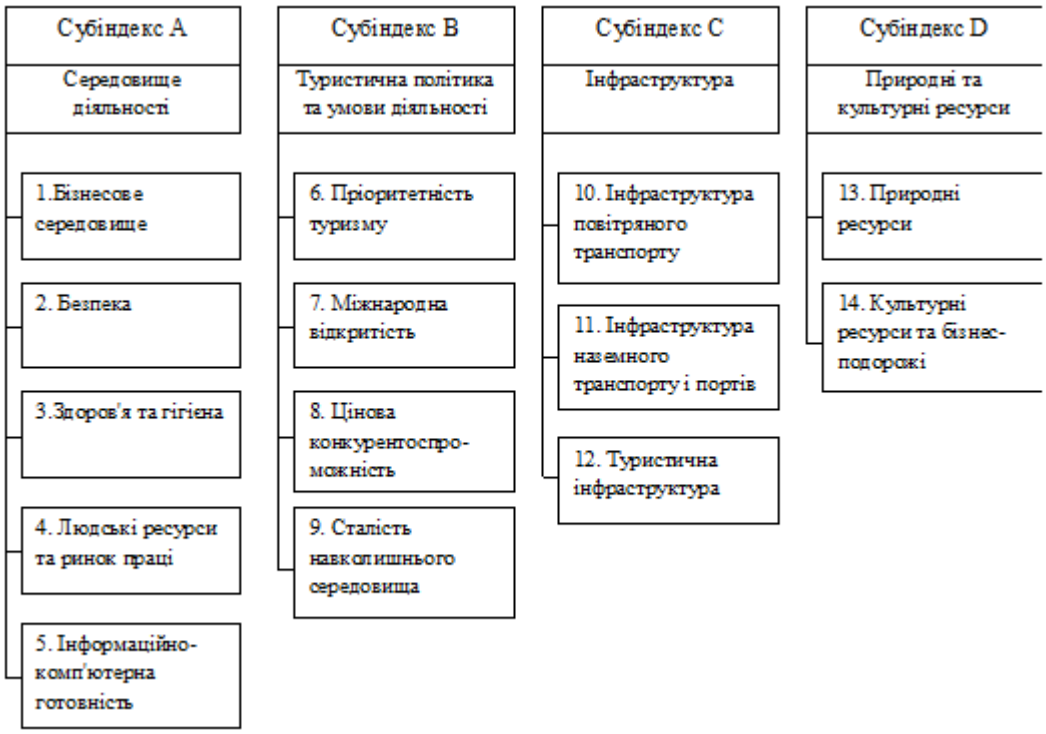

Рис.2. Структура Індексу конкурентоспроможності у сфері туризму та подорожей (TTCI), 2015 р., складено автором за [13; 14;15]

Наведемо значення індексу TTCI для першої «тридцятки» країн світу за 2011, 2013, 2015 рр.(табл.3).

Таблиця 3.

Індекс конкурентоспроможності у сфері туризму та подорожей для перших тридцяти країн світу у 2011, 2013 та 2015 рр.

№	*2011*		*2013*		*2015*	
	Країна	TTCI	Країна	TTCI	Країна	TTCI
1	Швейцарія	5,68	Швейцарія	5,66	Іспанія	5,31
2	Німеччина	5,50	Німеччина	5,39	Франція	5,24
3	Франція	5,41	Австрія	5,39	Німеччина	5,22
4	Австрія	5,41	Іспанія	5,38	США	5,12
5	Швеція	5,34	Велика Британія	5,38	Велика Британія	5,12
6	США	5,30	США	5,32	Швейцарія	4,99
7	Велика Британія	5,30	Франція	5,31	Австралія	4,98
8	Іспанія	5,29	Канада	5,28	Італія	4,98
9	Канада	5,29	Швеція	5,24	Японія	4,94
10	Сінгапур	5,23	Сінгапур	5,23	Канада	4,92
11	Ісландія	5,19	Австралія	5,17	Сінгапур	4,86
12	Гонконг	5,19	Нова Зеландія	5,17	Австрія	4,82
13	Австралія	5,15	Нідерланди	5,14	Гонконг	4,68

14	Нідерланди	5,13	Японія	5,13	Нідерланди	4,67
15	Люксембург	5,08	Гонконг	5,11	Португалія	4,64
16	Данія	5,05	Ісландія	5,10	Нова Зеландія	4,64
17	Фінляндія	5,02	Фінляндія	5,07	Китай	4,54
18	Португалія	5,01	Бельгія	5,04	Ісландія	4,54
19	Нова Зеландія	5,00	Ірландія	5,01	Ірландія	4,53
20	Норвегія	4,98	Португалія	5,01	Норвегія	4,52
21	Ірландія	4,98	Данія	4,96	Бельгія	4,51
22	Японія	4,94	Норвегія	4,98	Фінляндія	4,47
23	Бельгія	4,92	Люксембург	4,93	Швеція	4,45
24	Кіпр	4,89	Мальта	4,92	ОАЕ	4,43
25	Естонія	4,88	Південна Корея	4,91	Малайзія	4,41
26	Мальта	4,88	Італія	4,90	Люксембург	4,38
27	Італія	4,87	Барбадос	4,88	Данія	4,38
28	Барбадос	4,84	ОАЕ	4,86	Бразилія	4,37
29	Греція	4,78	Кіпр	4,84	Південна Корея	4,37
30	ОАЕ	4,78	Естонія	4,82	Мексика	4,36
31	…	…	…	…	Греція	4,36
…	…	…	…	…	…	…
76	…	…	Україна	3,98	Україна	3,97
85	Україна		…	…	…	…

Складено автором за [13; 14; 15]

Такі дані наводяться вперше в українській науковій літературі з туризму, тому ми зберігли склад усіх перших тридцяти країн світу за величиною індексу TTCI. Читачі з аналітичними здібностями самі можуть здійснити аналіз даних табл.3 – так, як їм це потрібно. Ми ж вкажемо кілька підставових тенденцій, що можна виявити на підставі побіжного аналізу даних табл.3. По-перше, переважна більшість країн у «Топ-30» за індексом TTCI – це держави Західної Європи (20 із 30). Тобто це традиційні туристичні країни, що відносяться до групи високого розвитку, постіндустріальні, з давніми традиціями якісного туристичного та готельно-ресторанного обслуговування, гарним туристичним іміджем, високими витратами на маркетингово-рекламне просування своєї турпродукції у світі тощо. При цьому між ними точиться постійна конкурентна боротьба «за туриста» переважно засобами нецінової (якісної) конкуренції, оскільки вони надають туристичний сервіс вищих цінових категорій. Тому рік від року можуть спостерігатися значні зміни порядку країн у їх рейтингу за величиною індексу TTCI (тобто за конкурентоспроможністю на світовому туристичному ринку). Так, за 2011, 2013 і 2015 рр. істотно поліпшила свою позицію Іспанія (місця відповідно 8-е, 4-е, 1-е), натомість Швейцарія з 1 місця опустилася на 6-е. Традиційно високі місця (2- 3-е) – займають Німеччина та Франція. Погіршились позиції Австрії (з 4 на 12-е), Швеції (з 5 на 23-е), Люксембургу (з 15 на 26-е), Данії (з 16 на 27-е), Фінляндії (з 17 на 22-е), Ісландії (з 11 на 18-е), Естонії (з 25 на 30-е). Натомість суттєво зміцнили свої позиції у світовому туризмі Італія (з 27 на 8-е), Бельгія (з 23 на 21-е), Ірландія (з 21 на 19-е),

Португалія (з 18 на 15-е). З 6-7 піднялися до 4-5 місця США та Великобританія, стабільною є позиція Канади (9-10 місце). Австралія та Нова Зеландія поліпшили своє становище (відповідно з 13 – на 7-е та з 19 – на 16-е місця). З країн Азії зміни на краще демонструють Японія (з 22 на 9-е), ОАЕ (з 30 – на 24-е); стабільність – Сінгапур та Гонконг (відповідно 10-11 та 12-13 місця); деякий спад – Південна Корея (з 25 на 29-е). Зате у 2015 р. у рейтингу з'явились дві азійські (Китай – 17-е та Малайзія – 25-е місця) та дві латиноамериканські країни (Бразилія та Мексика – 28 та 30-е місця відповідно).

Щодо України, то у 2008-2009 рр. вона займала у цьому рейтингу 77 місце, у 2011- 85, у 2013 – 76 (з індексом TTCI 3,98), у 2015 – 76 (з індексом 3,97) з 141 країни світу. Пояснення досить невисокого місця України у рейтингу туристичної конкурентоспроможності країн світу (за індексом TTCI) можна знайти у деталізації показників конкурентоспроможності України в сфері туризму за основними складниками цього індексу (табл. 4).

Таблиця 4.

Показники конкурентоспроможності України у сфері туризмі [10].

№	Показники (складники індексу TTCI)	Місце в рейтингу		Динаміка змін 2013/2011	Бал, 2013
		2011	2013		
1	Туристична політика і регуляції	108	114	+6	3,9
2	Сталість навколишнього середовища	87	92	+5	4,3
3	Безпека	72	77	+5	4,7
4	Здоров'я та гігієна	7	8	+1	6,6
5	Пріоритетність туризму	96	84	-12	4,2
6	Інфраструктура повітряного транспорту	73	78	+5	2,8
7	Інфраструктура наземного транспорту	70	73	+3	6,5
8	Туристична інфраструктура	58	50	-8	4,6
9	Інформаційно- комп'ютерна інфраструктура	68	70	+2	3,1
10	Конкурентоспроможність у сфері туризму та подорожей	115	110	-5	4,0
11	Людські ресурси	63	65	+2	4,9
12	Сприйняття туризму в країні	108	101	-7	4,3
13	Природні ресурси	109	102	-7	3,0
14	Культурні ресурси	89	80	-9	2,1

У 2011 р. Індекс конкурентоспроможності у сфері туризму та подорожей був поданий в Інтернеті не тільки за країнами, але й за туристичними макрорегіонами світу. Ось як виглядає перша десятка країн за індексом TTCI у Європі, Америці, Азійсько-Тихоокеанському регіоні та Суб-Сахарській Африці (табл.5). Отже, за даними таблиці 5 одразу можна визначити країни - туристичні лідери у кожному з п'яти туристичних макрорегіонів, за показником конкурентоспроможності на певний час (рік).

Таблиця 5.

Перша десятка країн за індексом TTCI за туристичними макрорегіонами світу, 2011 р.

№	Туристичні макрорегіони									
	Європейський		Американський		Азійсько-Тихоокеанський		Близький Схід та Пн.Африка		Суб-Сахарська Африка	
	Країна	TTCI	Країна	TTCI	Країна	TTCI	Країна	TTCI	Країна	TTCI
1	Швейцарія	5,68 (1)	США	5,30 (6)	Сінгапур	5,23 (10)	ОАЕ	4,78 (30)	Маврикій	4,35 (53)
2	Німеччина	5,50 (2)	Канада	5,29 (9)	Гонконг	5,19 (12)	Бахрейн	4,47 (40)	Пд. Африка	4,11 (66)
3	Франція	5,41 (3)	Барбадос	4,84 (28)	Австралія	5,15 (13)	Катар	4,45 (42)	Намібія	3,84 (84)
4	Австрія	5,41 (4)	Мексика	4,43 (43)	Нова Зеландія	5,00 (19)	Ізраїль	4,41 (46)	Кабо-Верде	3,77 (89)
5	Швеція	5,34 (5)	Коста-Ріка	4,42 (44)	Японія	4,94 (24)	Туніс	4,39 (47)	Ботсвана	3,74 (91)
6	Велика Британія	5,30 (7)	Пуерто-Ріко	4,41 (45)	Пд.Корея	4,71 (32)	Оман	4,18 (61)	Гамбія	3,70 (93)
7	Іспанія	5,29 (8)	Бразилія	4,36 (52)	Малайзія	4,59 (35)	Саудівська Аравія	4,17 (62)	Руанда	3,54 (102)
8	Ісландія	5,19 (11)	Панама	4,30 (56)	Тайвань	4,56 (37)	Йорданія	4,14 (64)	Кенія	3,51 (103)
9	Нідерланди	5,13 (14)	Чилі	4,27 (57)	Китай	4,47 (39)	Ліван	4,03 (70)	Сенегал	3,49 (104)
10	Люксембург	5,08 (15)	Уругвай	4,24 (58)	Таїланд	4,47 (41)	Єгипет	3,96 (75)	Гана	3,44 (108)

Примітка: в дужках вказане місце країни в світовому рейтингу за величиною індекса TTCI, складено автором за [13; 14; 15]

Розгорнутий аналіз комплексної оцінки конкурентоспроможності країн АСЕАН (Асоціація країн Південно-Східної Азії) наводить Пайрач Пібунрангродж, PHD, працівник Університету Чіанг-Май в Таїланді [11]). За його даними нами складені таблиці 5 та 6, де відповідно наведені значення індексу конкурентоспроможності TTCI як у цілому по країнах АСЕАН, так і за 14 складниками цього індексу (див.рис.1), а також відповідні місця країн - членів АСЕАН (табл. 6,7). Також на цих таблицях позначено найвищі та найнижчі значення індексу TTCI та відповідних місць країн за окремими складниками цього індексу та в цілому. Отже, за даними цих таблиць можна легко зробити різноманітні висновки, наприклад, визначити за країнами їх найцінніші та найпроблемніші конкурентні позиції на туристичному ринку (так, Сінгапур має високу оцінку інфраструктури наземного транспорту та низьку - природно-ресурсного потенціалу; Малайзія – високу оцінку інформаційно-комп'ютерної інфраструктури та цінової конкурентоспроможності, але низьку – інфраструктури наземного транспорту; Таїланд – високу оцінку сприйняття туризму та низьку – інформаційно-комп'ютерної інфраструктури; Бруней – високу оцінку цінової конкурентоспроможності та низьку – культурно-ресурсного потенціалу; Індонезія – високу оцінку пріорітетного статусу туризму в цій державі, але низьку оцінку – стану туристичної інфраструктури; В'єтнам – високу оцінку цінової конкурентоспроможності та низьку – розвитку туристичної інфраструктури; Філіппіни – високу оцінку конкурентоспроможності туристичної галузі, низьку – ресурсної бази культурного туризму; нарешті,

Камбоджа – високу оцінку пріоритетності туризму, низьку - туристичної інфраструктури). Загалом по країнах АСЕАН найвищу оцінку отримує такий складник Індексу ТТСІ, як цінова конкурентоспроможність (туристичні послуги на місці споживання – порівняно недорогі), а найнижчу чомусь – культурно-ресурсний потенціал, а також туристична інфраструктура (табл.5). Загальне значення індексу ТТСІ для АСЕАН складає 4,2, що вище за середній світовий показник 4,1. За окремими країнами найвищий показник Індексу ТТСІ має Сінгапур (5,2), потім – Малайзія (4,6), Таїланд(4,5), Бруней (4,1), Індонезія (4,0), В'єтнам (3,9), Філіппіни (3,7), Камбоджа (3,4) за середнього значення цього індексу для АСЕАН – 4,2.

Таблиця 6.

Значення індексу конкурентоспроможності ТТСІ країн АСЕАН, 2011 р. (градація 1-7)

№	Складники індексу ТТСІ	країни-члени АСЕАН								Середній показник АСЕАН	Світовий показник ТТСІ (середній по__)
		Сінгапур	Малайзія	Таїланд	Бруней	Індонезія	В'єтнам	Філіппіни	Камбоджа		
1	Туристична політика і регуляції	5,0	5,1	4,4	3,7	4,2	4,4	4,4	3,4	4,4	4,3
2	Сталість навколишнього середовища	4,9	4,6	4,2	3,6	3,9	4,1	4,2	4,3	4,2	4,6
3	Безпека	6,1	4,5	4,4	5,7	4,7	4,8	4,1	4,6	4,9	4,8
4	Здоров'я та гігієна	5,2	4,8	4,4	4,7	2,6	4,1	3,8	1,5	3,8	4,5
5	Пріоритетність туризму	6,4	4,2	4,9	3,3	5,7	4,0	4,5	5,8	4,9	4,5
6	Інфраструктура повітряного транспорту	5,0	4,6	4,5	4,0	3,3	2,7	2,8	2,3	3,6	3,3
7	Інфраструктура наземного транспорту	6,6	3,6	4,1	4,2	3,2	3,3	2,8	3,0	4,0	3,9
8	Туристична інфраструктура	5,1	3,7	4,9	2,8	2,0	2,1	2,6	1,4	3,1	3,8
9	Інформаційно- комп'ютерна інфраструктура	5,2	5,6	2,9	3,9	2,5	3,2	2,5	1,9	3,2	3,4
10	Конкурентоспроможність у сфері туризму та подорожей	5,1	5,6	5,2	5,8	5,6	5,2	5,2	5,1	5,3	4,6
11	Людські ресурси	6,1	5,2	4,8	5,1	5,0	4,9	4,7	4,3	5,0	4,8
12	Сприйняття туризму в країні	5,7	5,4	5,3	4,5	4,2	4,5	4,6	5,3	4,9	4,7
13	Природні ресурси	2,6	4,5	4,6	4,0	4,7	3,6	3,3	3,5	3,9	3,3
14	Культурні ресурси	3,9	3,8	3,9	1,8	3,5	3,6	2,2	1,6	3,0	2,9
	Індекс ТТСІ	5,2	4,6	4,5	4,1	4,0	3,9	3,7	3,4	4,2	4,1

Примітка: найвищий показник- , найнижчий показник - , Складено автором за [11]

Приблизно такі ж висновки можна зробити в результаті аналізу табл.7, де вказано місця, що займають країни-члени АСЕАН у світовому рейтингу за індексом ТТСІ. Але є певні відмінності: Сінгапур займає 1-е місце за туристичною політикою та регуляціями та останнє 96-е – за природними ресурсами (загальне місце його в рейтингу – 10-е); Малайзія

відповідно – 3-е місце за конкурентоспроможністю та 83-е – за безпекою (загальне місце – 35-е); Таїланд – 15-е місце за конкурентоспроможністю та 97-е – за сталістю навколишнього середовища (загальне – 41-е місце); Бруней – 1-е місце за конкурентоспроможністю та 136-е – за сталістю навколишнього середовища (загальне – 57-е місце); Індонезія – 4-е місце за конкурентоспроможністю та 127-е за сталістю навколишнього середовища (загальне – 74-е місце); В'єтнам – 16-е місце за конкурентоспроможністю та 115 –е за сталістю навколишнього середовища (загальне – 80-е місце); Філіппіни – 20-е за конкурентоспроможністю, але 114-е за інфраструктурою наземного транспорту (загальне – 94-е місце); Камбожда – 21-е за сприйняття туризму, але 133-є за складником здоров'я та гігієни (загальне місце - 109-е).

Таблиця 7.

Місця, що займають країни- члени АСЕАН у світовому рейтингу за ТТСІ, 2011 р. (градація 1-7)

№	Складники індексу ТТСІ	країни-члени АСЕАН								Індекс ТТСІ по АСЕАН
		Сінгапур	Малайзія	Таїланд	Бруней	Індонезія	В'єтнам	Філіппіни	Камбоджа	
1	Туристична політика і регуляції	1	21	76	120	88	67	70	132	73
2	Сталість навколишнього середовища	41	64	97	136	127	115	94	82	96
3	Безпека	13	83	94	93	72	68	109	79	68
4	Здоров'я та гігієна	55	75	80	70	115	89	97	133	85
5	Пріоритетність туризму	2	46	38	127	15	107	70	13	42
6	Інфраструктура повітряного транспорту	14	34	23	41	58	85	80	113	50
7	Інфраструктура наземного транспорту	2	36	56	49	82	77	114	103	67
8	Туристична інфраструктура	33	74	40	91	116	110	98	131	95
9	Інформаційно- комп'ютерна інфраструктура	20	52	81	47	96	67	98	123	74
10	Конкурентоспроможність у сфері туризму та подорожей	29	3	15	1	4	16	20	31	16
11	Людські ресурси	2	37	74	47	51	72	86	109	62
12	Підтримуючі галузі	12	17	24	78	121	87	65	21	45
13	Природні ресурси	96	22	21	38	17	51	70	53	45
14	Культурні ресурси	30	33	32	91	39	36	76	111	38
	Місце за ТТСІ	10	35	41	57	74	80	94	109	75

Примітка: найвищий показник- , найнижчий показник - , Складено автором за [11]

Отже, значення загального (середнього) індексу ТТСІ для АСЕАН за складниками показує, що найкращою конкурентною перевагою є цінова

конкурентоспроможність (16-е місце у світовому рейтингу), а найбільшою конкурентною проблемою – недостатня сталість навколишнього середовища (96-е місце серед країн світу).

Висновки та напрямки подальших розвідок. Визначення рівня конкурентоспроможності країн на світовому туристичному ринку є надзвичайно важливим науковим та практичним завданням для забезпечення напрямків та умов подальшого розвитку туристичної галузі України, як і інших країн світу. Важливо підкреслити, що туристична конкурентоспроможність країни не забезпечується автоматично через наявність якихось унікальних туристичних ресурсів (природно-рекреаційних, культурно-пізнавальних чи навіть штучно створених, подієвих тощо). На додаток до ресурсів в країнах необхідно створити привабливі умови для розвитку туризму та оцінити рівень їх розвитку. Враховуючи ці міркування, найбільш сучасним та ефективним підходом до визначення рівня туристичної конкурентоспроможності країн світу є використання індексу конкурентоспроможності країн у секторі подорожей та туризму (англ. Travel and Tourism Competitiveness Index, TTCI), який що два роки розраховує та публікує у своєму «Звіті» Світовий економічний форум (англ. World Economic Forum, WEF). Аналіз рейтингу країн світу за індексом TTCI станом на 2015 р. показує перевагу західно-європейських країн, США, Канади, Австралії. Нової Зеландії, які займають більшість чільних позицій у «Топ-30», тобто у першій тридцятці рейтингу. Разом з тим, серед світових лідерів туризму стає більше країн Азії (ОАЕ, Південна Корея, Японія, Сінгапур, Китай), Латинської Америки (Мексика, Барбадос), Східної Європи (Естонія). Отже у рейтингу туристичної конкурентоспроможності країн світу можливі зміни і Україна повинна використати свій шанс. Поки що наша країна займає 76-е місце в рейтингу країн за TTCI, але має гарні можливості покращити свої конкурентні позиці у світовому туризмі. Більш детальний аналіз складників туристичної конкурентоспроможності України та шляхів їх зміцнення і є напрямками подальших досліджень з теми статті.

Список використаних джерел:

1. Морозова Н.С. Концепция формирования и развития конкуренции в туризме: монография/Н.С. Морозова.-М.:Рос НОУ, 2011.-283с.

2. Сорокина Т.В. Управление конкурентоспособностью объектов индустрии гостеприимства: теория и методология: автореферат дис…д-ра экономических наук/ Т.В. Сорокина.- М., 2011.- 30 с.

3. Crouch G.I. Tourism, competitiveness and social prosperity/ G.I. Crouch, J.R. Ritchi//Journal of Business Research.-1999.- № 44.- PP. 137-152.

4. Dwayer L. Destination competitiveness: a model and indicators/ L. Dwayer, C.W.Kim//Current Issues of Tourism.-2003.-Vol.6,№ 5.-PP.369-413.

5. Forsyth P. Exchange rate changes and the cost competitiveness of International airlines: the aviation trade weighted index/P. Forsyth, L. Dwayer// Research in Transport Economics.- 2010.-Vol.24.-PP.12-17.

6. Ушаков Д.С. Экономика туристской отрасли:уч.пос./Д.С. Ушаков.- Ростов н/Д:НЦ «Март», Феникс, 2010.-446 с.

7. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти)/ О.О. Любіцева .- К.:Альтерпрес, 2002.- 436 с.

8. Школа І.М. Менеджмент туризму:підр./І.М. Школа, О.П. Корольчук: Чернівці: Книги – XXI, 2011.- 464 с.

9. Никитский Е. Туризм: мировой рейтинг конкурентоспособности/ Е.Никитский// Мир путешествий, 2012 [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http:mirp.kz/rus/articles/3/123.

10. Кучеренко К.В.Позиционирование национального достояния на мировом туристическом рынке /К.В. Кучеренко//Бизнес. Право. Образование. Вестник Волгоградского ин-та бизнеса.-2014.-№1(26).-С..200-207 [Електронний ресурс]. - Режим доступу:http://vestnik.volbi.ru

11. Pinboonrungroj P. Tourism Logistics Management in ASEAN/P.Pinboonrungroj [Електронний ресурс]. - Режим доступу:www.google.com.ua/#q=logistics+in+tourism+pdf

12. Нікіфоров Б.В. Оцінка конкурентоспроможності країн на світовому туристичному ринку/Б.В. Нікіфоров//Перспективи розвитку туристичної індустрії в Україні: регіональні аспекти: Матеріали ІІ Всеукр.наук.-практ. Інтернет-конф.- Умань: ВПЦ «Візаві», 2014.- Ч.1.-С.261-263

13. Travel & Tourism Competitiveness Report 2011 [Електронний ресурс]. - Режим доступу:www.weforum.org.docs/WEF_TTCReport_2011.pdf

14. Travel & Tourism Competitiveness Report 2013 [Електронний ресурс]. - Режим доступу:www.weforum.org.docs/WEF_TTCReport_2013.pdf

15. Travel & Tourism Competitiveness Report 2015 [Електронний ресурс]. - Режим доступу:www.weforum.org.docs/WEF_TTCReport_2015.pdf

References:

1. Morozova N.S. Koncepcija formirovanija i razvitija konkurencii v turizme: monografija/N.S. Morozova.-M.:Ros NOU, 2011.-283s.

2. Sorokina T.V. Upravlenie konkurentosposobnost'ju ob#ektov industrii gostepriimstva: teorija i metodologija: avtoreferat dis…d-ra jekonomicheskih nauk/ T.V. Sorokina.- M., 2011.- 30 s.

3. Crouch G.I. Tourism, competitiveness and social prosperity/ G.I. Crouch, J.R. Ritchi//Journal of Business Research.-1999. - № 44.- PP. 137-152.

4. Dwayer L. Destination competitiveness: a model and indicators/ L. Dwayer, C.W.Kim//Current Issues of Tourism.-2003.-Vol.6,№ 5.-PP.369-413.

5. Forsyth P. Exchange rate changes and the cost competitiveness of International airlines: the aviation trade weighted index/P. Forsyth, L. Dwayer// Research in Transport Economics.- 2010.-Vol.24.-PP.12-17.

6. Ushakov D.S. Ekonomika turistskoj otrasli:uch.pos./D.S. Ushakov.- Rostov n/D:NC «Mart», Feniks, 2010.-446 s.

7. Ljubiceva O.O. Rynok turystychnyh poslug (geoprostorovi aspekti)/ O.O. Ljubiceva .- K.:Al'terpres, 2002.- 436 s.

8. Shkola I.M. Menedzhment turyzmu:pidr./I.M. Shkola, O.P. Korol'chuk: Chernivci: Knigi – HHI, 2011.- 464 s.

9. Nikitskij E. Turyzm: mirovoj rejting konkurentosposobnosti/ E.Nikitskij// Mir puteshestvij, 2012 [Elektronnij resurs]. - Rezhim dostupu: http:mirp.kz/rus/articles/3/123.

10. Kucherenko K.V.Pozicionirovanie nacional'nogo dostojanija na mirovom turisticheskom rynke /K.V. Kucherenko//Biznes. Pravo. Obrazovanie. Vestnik Volgogradskogo in-ta biznesa.-2014.-№1(26).-S..200-20 [Elektronnij resurs]. - Rezhim dostupu:http://vestnik.volbi.ru

11. Pinboonrungroj P. Tourism Logistics Management in ASEAN/P.Pinboonrungroj [Elektronnij resurs]. - Rezhim dostupu:www.google.com.ua/#q=logistics+in+tourism+pdf

12. Nikiforov B.V. Ocinka konkurentospromozhnosti kraïn na svitovomu turistichnomu rinku/B.V. Nikiforov//Perspektivi rozvitku turistichnoï industriï v Ukraïni: regional'ni aspekti: Materiali II Vseukr.nauk.-prakt. Internet-konf.- Uman': VPC «Vizavi», 2014.- Ch.1.-S.261-263 Travel & Tourism Competitiveness Report 2011 [Elektronnij resurs]. - Rezhim dostupu:www.weforum.org.docs/WEF_TTCReport_2011.pdf

13. Travel & Tourism Competitiveness Report 2013 [Elektronnij resurs]. - Rezhim dostupu:www.weforum.org.docs/WEF_TTCReport_2013.pdf

14. Travel & Tourism Competitiveness Report 2015 [Elektronnij resurs]. - Rezhim dostupu:www.weforum.org.docs/WEF_TTCReport_2015.pdf

УДК 379.85

Ковешніков Володимир Сергійович,
кандидат економічних наук, доцент
Національний університет харчових технологій, м. Київ, Україна,
e-mail: lu.bava@hotmail.com

Попович Ксенія Вікторівна
Національний університет харчових технологій, м. Київ, Україна

ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ ТЕХНОЛОГІЧНИМИ ІННОВАЦІЯМИ В ТУРИЗМІ

Мета. Показати складність і важливість інновацій в туристичній галузі. Доказати безальтернативність розвитку туризму на основі впровадження інноваційних технологій.

Методика. В статті були використані методи порівняння, експертних оцінок, аналізу, прогнозування, кореляції, абстрагування, та інші.

Результати. Проведений аналіз стану управління технологічними інноваціями в туризмі; виявлені недоліки та помилки при організації управління інноваціями; обґрунтована інтенсифікація структуризації ринку туристичних послуг; показані можливості використання R&D ресурсів в туристичних підприємствах.

Наукова новизна. Розкриті можливості та показані результати використання новітніх інтернет технологій в туристичній галузі.

Практична значимість. Приведені практичні рекомендації щодо підвищення ефективності управління технологічними інноваціями в туризмі. Розроблені рекомендації щодо впровадження сучасних онлайн технологій.

Ключові слова: інноваційні технології, стратегії бізнесу. туристична індустрія, ринок, туристичні послуги, туристичний продукт.

УДК 379.85

Ковешников Владимир Сергеевич,
кандидат экономических наук, доцент
Национальный университет пищевых технологий, г. Киев, Украина
e-mail: lu.bava@hotmail.com

Попович Ксения Викторовна
Национальный университет пищевых технологий, г. Киев, Украина

ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИМИ ИННОВАЦИЯМИ В ТУРИЗМЕ

Цель. Показать сложность и важность инноваций в туристической отрасли. Доказать безальтернативность развития туризма на основе внедрения инновационных технологий.

Методика. В статье были использованы методы сравнения, экспертных оценок, анализа, прогнозирования, корреляции, абстрагирование и другие.

Результаты. Проведенный анализ управления технологическими инновациями в туризме; выявленные недостаток и ошибкок при организации управления инновациями; обоснованная интенсификация структуризации рынка туристических услуг; показаны возможности использования R & D ресурсов в туристических предприятиях.

Научная новизна. Раскрыты возможности и показаны результаты использования новейших интернет технологий в туристической отрасли.

Практическая значимость. Приведены практические рекомендации по повышению эффективности управления технологическими инновациями в туризме. Разработаны рекомендации по внедрению современных онлайн технологий.

Ключевые слова: инновационные технологии, стратегии бизнеса. туристическая индустрия, рынок, туристические услуги, туристический продукт.

UDC 379.85

Koveshnikov Volodymyr Serhiyovych, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine, e-mail: lu.bava@hotmail.com

Popovich Ksenia Viktorivna,
National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine, e-mail: lu.bava@hotmail.com

PROBLEMS OF TECHNOLOGICAL INNOVATION IN TOURISM

Purpose. Showing complexity and importance of innovation in the tourism industry. Proving non-existence of alternative to tourism development through introduction of innovative technologies.

Methods. The paper used the methods of comparison, expert opinions, analysis, forecasting, correlation, abstraction, and others.

Results. The analysis of the state of technological innovations management in tourism; identifying deficiencies and mistakes in the organization of innovation management; justifying the intensification of structuring of tourism market; showing the possibility of using R & D resources in tourist enterprises.

Scientific innovation. Exposing the capabilities and showcased the use of the latest Internet technologies in the tourism industry.

Practical significance. Suggesting practical recommendations for improving the management of technological innovation in tourism. Giving the recommendations on introduction of modern online technologies.

Keywords: innovative technology, business strategy. tourist industry, market, tourist services, tourist product.

Актуальність. На своєму віку туристична індустрія бачила народження і процвітання одних компаній, а також крах і відхід з ринку інших. Найбільш вигідні можливості, як і найбільш серйозні загрози часто є результатом прогресу в різних областях. Як би там не було, але нині швидкість і гнучкість в підході до прийняття рішення і пошуку відповіді стали дуже важливими. Управлінські рішення зістарюються так швидко, як ніколи раніше.

Тільки розмір компанії не гарантує її виживання. Для цього також потрібні нововведення. Готелі, наприклад, мережі "Holiday Inn" і "Rodos Palace" є великими туристичними підприємствами Греції, несхожими стабільністю і стійкістю свого бізнесу. Тим не менш, "Holiday Inn" нещодавно завершила програму оновлення, кошторис якої склав 6 млн дол. США. Для здійснення цієї програми, яка була вивчена до дрібниць, знадобився 2-річний термін. Одночасно готель придбав сертифікат якості ISO-9001 завдяки високому рівню надавання послуг. Сьогодні це єдиний готель в Афінах, що отримав даний сертифікат. Такі інновації сильно зміцнили конкурентні позиції підприємства.

Завданням будь-якого керівництва, зокрема керівництва туристичної фірми, стає отримання гарантій, що дохід від вкладень у технології буде якомога більш високий.

Мета. Показати складність і важливість інновацій в туристичній галузі. Доказати безальтернативність розвитку туризму на основі впровадження інноваційних технологій.

Стан дослідження. Даною проблемою займалися такі вітчизняні та зарубіжні науковці: Пазенок В.С., Квартальнов В.А., Ковешніков В.С., Ф.Котлер та інші.

Виклад основного матеріалу: Успішні інноватори туризму своїм досвідом доводять, що сьогодні створення та впровадження «нового» - не просто бажано, а й необхідно в конкурентній боротьбі. Нині це має визнаватися як умова виживання. Показовим прикладом цьому служить щоденне посилення конкуренції між туристичними фірмами.

Так, готель «Rodos Palace» відбудував нове крило за проектом відомого архітектора Моріса Бейлі. Номери готелю оснащені сучасною автоматизованою системою обслуговування, завдяки якій при вході клієнта в номер по телевізору звучить голос, що зустрічає його по імені, а потім розказує гостю про зручності і послуги, які надаються готелем, проводячи так звану екскурсію в кріслі. Стратегія розвитку будь-якого туристичного підприємства повинна допускати певну частку нововведень.

Дослідження Бруклінського інституту (США) показали, що компанії прагнуть працювати в декількох сферах діяльності одночасно (за 40-річний період тільки 36 з 100 великих корпорацій залишилися в тій же сфері діяльності).

Чи є це проблемою безпосередньо управління? Необхідно надати більший простір дослідженням та розвитку. Практика показує, що більше економічних переваг матимуть ті туристичні фірми, які ефективніше використовують наявні технологічні ресурси та інноваційні технології.

Був час, коли ніхто не міг припустити, що в 1961 р людина вийде в космос, що комп'ютери зможуть скорочувати роботу, триваючу кілька років, до декількох секунд, що наука і технології будуть застосовуватися в таких масштабах, як зараз. У цей період в найбільш розвинених країнах загальні інвестиції зростали менш, ніж на 3%, але вкладення в дослідження і розробки зросли до 6-15% на рік.

Туризм виявився одним з секторів економіки, де сучасні комп'ютерні технології почали приносити значний прибуток. Це системи бронювання і резервування готелів, авіаквитків, квитків на інші транспортні засоби, круїзів і т.ін. Сьогодні такі найбільші системи, як Ама-deus, Gabriel, Sabre, Word Span, Apollo і інші мають свої представництва в Internet. Крім того, Internet-технології дозволяють туристичним фірмам заощаджувати колосальні кошти за рахунок скорочення витрат на міжнародні телефонні розмови і розсилку факсів.

Наприклад, вартість посилки однієї сторінки факсу до Туреччини складає близько 2,5 дол. (Вартість 1 хвилини) і 0,1 дол. - за ту ж сторінку

передану за допомогою електронної пошти. Є інший спосіб - використання каналів E-mail: зняти поштову скриньку електронної пошти за 5 дол. на місяць і приймати необмежену кількість інформації за плату від 1 до 5 (по всьому світу) центів за кілобайт з урахуванням вартості реєстрації (20 дол.)

З року в рік все більше і більше туристичних фірм користуються системами бронювання і резервування готелів і авіаквитків. Такі системи дозволяють бронювати місця в готелях всього світу, отримувати свіжу інформацію про умови бронювання, ціни, знижки за мінімальний час, не виходячи з офісу чи дому. Раніше на це витрачалося набагато більше часу і грошей. Система Alean - проект, що з'явився в мережі Internet, використовуючи глобальну комп'ютерну мережу, об'єднав туристичних агентів, туроператорів, а також об'єкти розміщення в єдину технологічну мережу, що дозволяє безпосередньо бронювати місця в підприємствах, розміщених у різних регіонах. Система оснащена зручною інформаційною пошуковою підсистемою, що дозволяє відповісти практично на будь-яке питання клієнта за кілька секунд. Зміни, що відбуваються в будинках відпочинку і пансіонатах відразу вносяться в систему. Дані про наявність місць оновлюються після кожного бронювання автоматично, що особливо важливо в пік сезону. Агентства, що входять в систему, користуються вже останньою, свіжою інформацією, а не минулорічним буклетом. Учасникам системи Alean не потрібно спеціального програмного забезпечення, тому що вона заснована на стандартних технологіях мережі Internet.

Інший приклад це система Worldhotel, що дозволяє бронювати готелі по всьому світу та система ABC Travel Center, що містить інформацію про авіакомпанії, віртуальні агентствах з продажу квитків, розклад поїздів та схем метро різних міст світу, а також інформацію щодо оренди машин, круїзів і багато іншого. Нерідко в подібних системах можна купити гарячу путівку або авіаквиток на 10-50% дешевше ніж зазвичай.

Це призводить до того, що тепер навіть великі, все частіше стійкі й успішні організації вносять суттєві зміни у філософію довгострокового планування.

Йде інтенсивна структуризація ринку туристичних послуг, яка викликана новою технологічною хвилею. Різко впала вартість звернення, що дає можливість агентству з чисельністю персоналу в 2-3 людини користуватися послугами, які раніше були для них недоступні. Це означає, що невеликі туристичні агентства зможуть скласти серйозну конкуренцію великим організаціям. Показовим прикладом може служити німецька фірма "TISS". У 2007 р дві людини забезпечили оборот в 140 млн. німецьких марок, займаючись торгівлею авіаквитків.

За прогнозами (дані "Herbald Tribun") в наступні роки 90% квитків буде реалізовуватися посередниками типу "TISS" і подібними Internet-компаніями. При цьому витрати на комісію зменшуються вдвічі. Використання подібних технологій має величезний потенціал для системи взаємних заліків. Втрати від неефективних стратегій ростуть ще швидше, в порівнянні з доходами вдалих великих підприємств.

Щоденно завдання управління технологіями все більше посилюються, що обумовлено зростанням міжнародної і внутрішньої конкуренції, розвитком технології і науки. У цьому зв'язку зростає роль якості підготовки фахівців з технологій туристичного бізнесу.

Критичні проблеми керівництва. Можна стверджувати, що перед керівництвом стоїть завдання отримувати максимальну віддачу від інвестицій і технологій. Для цього важливо виділити принаймні 5 складових: 1) визначити цілі та стратегії компанії; 2) визначити значення «Research & Development» (далі по тексту - R & D); 3) визначити масштаби R & D-діяльності; 4) оцінити результати R & D; 5) знайти точки дотику науки та управління.

1. Цілі і стратегія компанії. Перша вимога це повністю визначити загальні цілі та стратегію компанії, спираючись на загальний аналіз і прогноз ринків, а також на реальні технологічні ресурси. Керівництво має переконатися, що відділ досліджень знає бажаний рівень і напрямок росту компанії, відносну важливість поліпшення та диверсифікації туристичного продукту або процесів обслуговування. Слід уточнити, чи вимагає продукт удосконалень і, насамперед, у сфері якості послуги, процесу обслуговування, термінів, класності або ціни. Виконавцям R & D потрібно знати, на що повинні бути спрямовані їхні зусилля: на отримання скромних прибутків або на досягнення великих обсягів виробництва.

Компанії з краще розвиненими і найбільш успішними стратегіями краще здатні усвідомити свої сильні та слабкі сторони. Для них актуальним стає необхідність виявлення ключових стратегій, в яких використовуватимуться технологічні ресурси всієї фірми.

2. Роль досліджень. У широкому сенсі проблема має три можливі аспекти досліджень в залежності від стратегії і цілей туристичної фірми: 1) фундаментальне, або основне, дослідження з метою придбання інформації (так, афінський готель "Holiday Inn" не зміг би провести настільки успішні заходи з модернізації без попередніх досліджень такого типу); 2) застосування R & D для створення сприятливих умов для перспектив нововведення в межах існуючого бізнесу; 3) використання R & D для відкриття нового бізнесу.

Кожна з цих ролей може супроводжуватися альтернативної тактикою. Правильний вибір є дуже важливим. Так тактика може бути агресивною або захисної; тактика ініціатора або лідера та тактика придбання ноу-хау або тактика диверсифікації. Туристична фірма може прагнути бути першою в галузі; якщо так, то для цього мають бути застосовані спеціальні ресурси дослідження кількості та якості, необхідних для агресивного управління. Або ж фірма прагне зайняти другу позицію в галузі, або, враховуючи величезні туристичні ресурси, прагне розвинути різноманітність. Або там, де потрібні значні матеріальні ресурси, спільні R & D стають в подальшому тактичної альтернативою. Деякі туристичні фірми використовують спільні розробки. Наприклад грецькі фірми об'єднали свої сили і за активної участі "Hellas" (Національна організація

туризму Греції) розробили чудове текстове рекламне звернення "Афіни - центр центрів усього світу": "У кінцевому рахунку, Афіни - це не початок і не кінець. Афіни знаходяться скрізь. У будь-якій точці карти. І будь-яка точка карти знаходиться в Афінах. Тому, що Афіни - центр центрів усього світу ... "

Дане звернення використовується "Hellas" в спеціальних випусках газети "Travel View" при описі краси Греції, а також фірмами "Med-Imer" і "Mibs" (Кіпр - Греція) в своїх каталогах. Така тактика дозволяє використовувати найпрофесійніших і дорогих розробників, і одночасно витрачати на це мінімальні кошти.

Безсумнівно, успішний ініціатор буде наділений певним престижем, але ініціатива не в кожному випадку є передумовою для успіху.

Як тільки спільні цілі будуть встановлені, управління повинне визначити майбутню роль, тактику і програму з позиції як можливостей, так і загроз. Навіть у фірм з масивними R&D ресурсами може виникнути набагато більше перспективних можливостей. Багато компаній, наприклад "Інна-Тур" - (Франція, Англія, Австрія, Швейцарія, Туніс) або "Наталі-Турс" - (Іспанія, Таїланд), що входять до першої шістки по зведеному рейтингу туроператорів за статистичними даними "TTG" ("Туристична ділова газета", серпень 1997 г.), а також "TES"(Єгипет, Туніс, Туреччина, Таїланд) і багато інших використовують потужні технології систем Amadeus, Gabriel, Sabre та ін. Але краще за всіх, мабуть, показала переваги комп'ютерних технологій фірма "TISS". Як говорилося вище, дві людини забезпечили річний дохід у 140 млн. німецьких марок, займаючись продажем авіаквитків в режимі "on-line" (гарячої лінії). Отже, керівництву слід визначати пріоритети спільно з відділом досліджень.

3. Масштаби R & D.

Перед керівництвом встає третє спільне завдання: наскільки великими мають бути в підсумку інвестиції в R & D. Загальне правило таке: чим більше наукоємність галузі, тим вище частка інвестицій в R & D.

Головні нововведення, коли вони використовуються, звичайно є результатом традиційних або просунутих технологій.

У той же час керівництво повинно бачити технічний поріг, що змінюється залежно від фірми і її діяльності, нижче якого ефективність R & D швидко падає. У туристичної індустрії фірми не повинні відставати від конкурентів в якості обслуговування, ціни, ефективності реклами, технології бронювання, видах транспорту, класності обслуговування та ін., так як з урахуванням обставин туристичного ринку вони змушені представляти удосконалення та розробляти абсолютно новий продукт, оскільки цього вимагає конкуренція.

Такий поріг має відношенням до оцінювання вартості R & D нового продукту до ведучого часу. При цьому важливо визначити провідний час як час, необхідний для того, щоб перетворити ідею в готовий продукт. Виробникові, який прагне скоротити провідний час настільки, щоб стати

лідером в даній галузі, доведеться подвоїти щорічний витрати на наукові дослідження і пошук технологічних нововведень.

Якщо маленька фірма відповідає рівню продажів більших конкурентів (згадана вище німецька фірма з продажу авіаквитків "TISS" служить добрим прикладом), її витрати на дослідження можуть опускатися нижче порогового рівня.

Іноді компанії опиняються в ситуації, коли певний час, частка ринку швидко скорочується, відношення R & D до продажів швидко зростає, зменшуються дохідність і потік готівки, необхідний для майбутнього розвитку та інвестицій.

Якщо поріг R & D в певній галузі був встановлений занадто високим для конкретної компанії, єдиною альтернативою відмови від цієї лінії може бути приєднання до іншої компанії, що має ресурси для перевищення порогу протягом достатнього періоду часу, щоб відновити позиції.

4. Оцінка R & D.

Торкнемося наступних питань керівництва: Чи заслуговують взагалі уваги інвестиції в дослідження? Чи можна порівняти повернення активів з можливостями альтернативних інвестицій? Чи сприяють науковій праці максимізації ефективності? Іншими словами, як ми можемо судити про успіх наших праць в галузі дослідження?

Існують інструменти для кількісної оцінки R & D, але вони різні в різних фірмах. Першою вимогою для оцінки є чітко визначені цілі та критерії успіху. Фірма з успішними R & D-результатами може показати слабкий прибуток через невідповідність інших відділів. І, навпаки, слабкі R & D-результати не можуть помітно пошкодити прибутку компанії з нормальним поточним становищем, якщо інші відділи в повному порядку.

Основні вимірювані досягнення можна розбити на дев'ять груп:

1. Новий і поліпшений продукт або процес обслуговування (удосконалення) можуть бути виміряні якістю, скороченням матеріальних витрат і т. ін. Готелю "Holiday Inn" в Афінах, ймовірно, не складе особливих труднощів оцінити ефективність оновлення готелю і підвищення якості обслуговування, так як враховані всі витрати.

2. Нове застосування для старих об'єктів. Для показу туристам часто використовують різні об'єкти, спочатку створені для інших цілей, що приносить чималий дохід.

3. Заміна туристичного продукту з метою використання наявних засобів виробництва і обслуговування.

4. Патенти, що дають конкурентні переваги.

5. Інші ліцензії ноу-хау.

6. Чистий дохід від застосування дослідження.

7. Підвищення кваліфікації менеджерів і персоналу.

8. Вигідне розпорядження побічними продуктами. Так, на Мальдівських островах, наприклад, місця для купання піддаються регулярному очищенню від раковин і коралів, які в свою чергу

користуються високим попитом у туристів в якості сувенірів, приносячи доходи країні.

9. Цінна інформація для просування і застосування продукту. У багатьох випадках ці вигоди вимірювані. Вони розраховуються у співвідношенні R & D до передбачуваних продажу.

R & D-витрати заслуговують особливої уваги. Ймовірно, самої звичайної причиною невдачі в плануванні нового туристичного продукту або процесу обслуговування є відмова вищого керівництва зрозуміти, чим варто займатися відділу досліджень.

5. Співпраця науки і керівництва.

Вчені різних сфер не завжди добре працюють разом. Комунікаційні канали між керівництвом і дослідниками також найчастіше бувають незрозумілими; стандарти послідовного виконання і механізми контролю не завжди бувають визначенні.

Особливість туризму полягає в тому, що тут дуже широко застосовується міжнародне співробітництво. Туристам з різних країн з різними культурами, традиціями, манерами поведінки необхідно розуміти один одного і приходити до спільних рішень. Управління технологіями - досить складний процес навіть у межах однієї країни - представляє величезну кількість труднощів, коли підприємцям і вченим декількох держав доводиться працювати разом. Немає ніякої гармонії, але якщо їх цілі будуть досить ретельно визначені й узгоджені, багатонаціональні дослідження і розробки мають всі шанси на успіх. Доказ цього - співпраця туристичних об'єднань і корпорацій в рамках «Всесвітнього форуму з туризму» (Акапулько, Мексика), а також діяльність інших міжнародних об'єднань та асоціацій у сфері наукового туризму і технологій.

Ефективна співпраця дослідника і керівника є засобом досягнення найбільших результатів від інвестицій і технологій. Найвище керівництво повинно розуміти цілі та мету кожного вченого, який шукає насамперед для самої компанії необхідну перевагу. З одного боку, дослідницькі результати будуть визначатися як конкретна віддача від використання науки. Дослідники повинні оцінюватися за рівними критеріями, незалежно від їх положення. Вони повинні бути звільнені від щоденних проблем фірми і в той же час не повинні бути ізольовані від її загальних цілей. З іншого боку, персонал відділу дослідників і розвитку цікавиться, певними загальними цілями. Це їх завдання - домогтися впевненості в тому, що компанія ніколи не буде відставати.

Потреба туризму в ефективній співпраці R & D, політики і маркетингу достатньо велика. У туристичних організаціях представлена значна частка технічних премудростей, які вкрай необхідні і для персоналу, і відділів з маркетингу. Відділи - повинні мати повне уявлення про технології та результати від їх впровадження. У туристичних фірмах, де такий взаємозв'язок великий, технологічний вплив має вплив фактично на кожного виконавця. Без ретельного контролю над процесом надання послуг у рамках однієї задачі, завжди проявляється небезпечна тенденція

перенесення відповідальності з однієї функції управління на іншу. Тому в туристичних фірмах, де великий взаємозв'язок, розуміння значущості технологій повинно бути властиво кожній частині бізнесу. Особливо необхідна гнучка структура управління з використанням системи швидкого зворотного зв'язку.

Управління технологіями та їх контроль неминуче будуть ускладнювати структуру керівництва, створюючи нові, більш високі щаблі управління. Компаніям, які не готові до зростаючого потоку технологічних нововведень, важливо усвідомити їх справжнє значення, інакше вони можуть виявитися уразливі в майбутньому.

Стратегія технологічних основ бізнесу.

Були досліджені параметри технічно інтенсивних видів бізнесу та їх вплив на стратегічні, адміністративні та управлінські проблеми вищого менеджменту. Розглянемо вплив цих характеристик на стратегічне питання: синхронізацію проникнення технологічно інтенсивних організацій у знов сформовану середу туризму. Варіанти можна згрупувати в чотири головні стратегії маркетингу, виходячи з того, що більшість компаній намагається або змушене адаптуватися до вимог різних ринків або технологічних систем.

"Ринок первинний" - стратегія заснована на сильній програмі R & D, технічному керівництві та ризику.

"Слідом за лідером" – стратегія заснована на сильних ресурсах розробки і здатності реагувати швидко, оскільки ринок входить у фазу зростання.

"Прикладне проектування" – стратегія заснована на модифікації туристичного продукту згідно вимогам окремих замовників на ринку, що розвивається.

"Я теж" – стратегія заснована на ефективності туристичного впливу і управлінні витратами.

Кожна з цих стратегій має різні переваги і недоліки в змінних конкурентних ситуаціях. Розумний, діловий вибір і проходження відповідної стратегії зазвичай значно зміцнює становище компанії перед обличчям конкурентів.

"Ринок первинний". Це ризикована, але потенційно вигідна стратегія, для якої характерно:

• інтенсивне дослідження, що забезпечується головними ресурсами розробки;

• закритий зв'язок «вниз за течією" в процесі планування туристичного продукту і помірно закритий зв'язок в інших процесах;

• близькість до "стану мистецтва";

• високий R & D-коефіцієнт капіталовкладення;

• високий ризик відмови від виробництва індивідуальних туристичних продуктів, розрахованих на вузький сегмент попиту.

Компанії варто приймати на роботу і намагатися утримувати високопрофесійний технічний персонал, за допомогою якого можна

заволодіти провідною позицією в індустрії. Технічний персонал повинен тісно спілкуватися з працівниками, відповідальними за планування маркетингу, щоб спільно ідентифікувати потенційно вигідні ринки. Професіонали рекомендують ризикувати великими грошовими капіталовкладеннями і тимчасовими витратами заради дослідження і розробки нововведень, не розраховуючи на негайну віддачу. Потрібно вміти досліджувати помилки, швидко їх виправляти з тим, щоб не втратити позиції на різних технологіях. Як тільки характер стратегії виявлений, плани мають бути вдосконалені і стати максимально точними.

"Слідом за лідером". Ця стратегія маркетингу передбачає:

• інтенсивну технічну активність;

• середню значимість серед існуючих технологій;

• виключно швидкодіючу тимчасову віддачу у розробці туристичного продукту та маркетингу на основі закінченого дослідження;

• високий зв'язок "вниз за течією" R & D з маркетингом і виробництвом;

• високий конкуруючий інтелект.

Компанія, яка дотримується цієї стратегії, практично і досягає відмінних результатів. Вона використовує багато міжфункціональних методів, швидко реагує на зміни і часто "горить у вогні роботи".

У штаті такої компанії кілька вчених, а також найкращих інженерів-розробників. Керівники ретельно стежать за підтримкою рівноваги серед технічного потенціалу, маркетингу і виробництва так, щоб компанія могла ефективно відповідати на кроки лідера в будь-якій з цих трьох областей.

"Прикладне проектування". Ця стратегія вимагає:

• істотного проекту туристичного продукту і ресурсів проектування, і не вимагає досліджень та значної реальної розробки;

• доступу до користувачів виробів;

• професійні продавці, близько співпрацюють з проектувальниками виробів;

• гарне управління виробничою лінією, для запобігання дорогим, раптовим змінам технологічних систем;

• фінансового обґрунтування вибору прикладних програм для розробки;

• орієнтації на ефективну організацію туристичного обігу;

• таланту до мінімізації вартості розробки і виробництва шляхом використання елементів різних прикладних програм.

Стратегія прикладних програм проектування прагне уникнути творчих інновацій з точки зору економії. Планування є першочерговим, нові технології впроваджуються обережно, значно відділяючи стратегію від "стану мистецтва". Віддача від інвестицій і грошовий потік стандартні, управління орієнтоване на отримання прибутку.

"Я теж". Ця стратегія, яка була досить популярна в минулому, відрізняється наступним:

• відсутністю будь-яких досліджень і розробок;

• сильною функцією виробництва, домінуванням проектування туристичних продуктів і ресурсів;

• значною роллю витрат і ефективністю реалізації;

• здатністю швидко копіювати нові проекти.

Коригування вносяться тільки для того, щоб зменшити витрати на стадії формування туристичного продукту.

Цінова конкуренція, прагнення знизити витрати при відсутності витрат на розробку - все це веде до того, що компанія, яка використовує цей підхід, не витримає сутички з конкурентами по наступним стратегіям: "Ринок первинний", "Слідом за лідером". Стратегія "Я теж" вимагає послідовного підходу до виробництва та управління, а також чіткого управління ціновою політикою і поставками. Стратегія значно скорочує можливий період отримання прибутку з виробництва якого-небудь туристичного продукту і послуги після введення їх на ринок і, відповідно, прибуток лідерів. Стратегія "Я теж" вимагає далекоглядного підходу до виробництва та управління, а також використання жорсткої політики щодо цін та реалізації партнера. Технічний інноваційний ентузіазм, як і прагнення генерувати ідеї, не потрібні.

Висновок: Технологіям завжди потрібно надавати важливе значення. Сумлінне управління технологіями не вимагає великих зусиль у порівнянні з поганим управлінням, але вносить значний вклад в прибуток. Найкращий спосіб досягти таких результатів - це спланувати технологічну стратегію, засновану на систематичному аналізі технологічного профілю компанії.

Список використаних джерел:

1. Барометр международного туризма ЮНВТО: Краткий обзор основных тенденций // UNWTO World Tourism Barometer, February 2011 [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://www.unwto.org.
2. Бойко М. Туристическая привлекательность Украины: закономерности формирования и ориентиры развития / М. Г. Бойко // Инвестиции: практика и опыт. - 2009. - №16. - С.34.
3. Гарбер А.Е. Основные теоретические и практические аспекты инновационной деятельности в туристическом хозяйстве Украины / О.Е.Гарбера // Инвестиции: практика и опыт. - 2009. - №23. - С.29-31.
4. Киндрик Т.А. Инновационная деятельность в туристическом хозяйстве Украины / Т.О.Киндрик, О.М.Головинов // Материалы конференции «Эффективные инструменты современных наук - 2010».
5. КовешниковВ.С. Организация гостинично-ресторанного дела / Учеб. пособие [сайт для .М.П., Роглева Х.Й.] - М .: Кондор - Издательство, 2015. - 752 с.
6. Квартальнов В.А. Туризм / Учебник / - М .: Финансы и статистика, 2002. - 320 с.
7. Котлер Ф. Маркетинг. Гостеприимство.Туризм. - М. ЮНИТИ .: 2003. - 1063 с.
8. ПазенокВ.С. Туризмология. Теоретический образ туризма / Научное издание - М .: Академия туризма Украины, 2012. - 270 с.
9. Михайличенко Г.И. Инновационное развитие туристических предприятий: направления изменений и факторы влияния / Г.И. Михайличенко // Экономика. Управление. Инновации. - 2012. - №1 (7).
10. Новиков В.С. Инновации в туризме: учеб. пособ. для студ. высш. учеб. Заведите. / В.С.Новиков. - М .: Издательский центр «Академия», 2007. - 208 с.

References:

1. UNWTO Barometer international tourism: an overview of major trends // UNWTO World Tourism Barometer, February 2011 [electronic resource]. - Access: http://www.unwto.org.
2. Boyko MG Tourist attractiveness of Ukraine: laws formation and benchmarks / MG Boyko // Investment: practice and experience. - 2009. - №16. - P.34.
3. O. Garber Basic theoretical and practical aspects of innovation in the tourism sector Ukraine / O.Ye.Harbera // Investment: practice and experience. - 2009. - №23. - S.29-31.
4. TO Kindryk Innovative activity in the tourist sector Ukraine / T.O.Kindryk, O.M.Holovinov // Materials of the conference "Effective tools of modern science - 2010".
5. KoveshnikovV.S. Organization of hotel and restaurant business / Teach. guide [Malska .M.P., Rohlev H.Y.] - C .: Condor - Publishers, 2015. - 752 p.
6. Quarterly VA Walking / tutorial / - M .: Finance and Statistics, 2002. - 320 p.
7. F. Kotler Marketing. Hostepryymstvo.Turyzm. - M .: UNITY 2003. - 1063 p.
8. PazenokV.S. Turyzmolohyya. Theoretically tourism image / Nauchnoe edition - K .: Academy of Tourism of Ukraine, 2012. - 270 p.
9. GI Mykhaylichenko Innovative development of tourism enterprises: trends and factors influencing changes / GI Mykhaylichenko // Economy. Management. Innovation. - 2012. - №1 (7).
10. Novikov B.C. Innovations in Tourism: Textbook. posob. for the studio. High society. Textbook. rewound. / B.C.Novykov. - M .: Publishing center "Academy", 2007. - 208 p.

УДК 338.48

Заваріка Галина Михайлівна,
кандидат географічних наук, доцент

Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля, Луганськ, Україна,
e-mail**:** dgalina_10@mail.ru

РОЛЬ МЕНТАЛІТЕТУ У РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ

Мета. В статті йдеться про менталітет, як чинник розвитку туризму. Значна увага приділена історичному аспекту дослідження поняття та його значенню у сьогоденні.

Методика. В роботі використано історичний, порівняльний методи дослідження. Так, завдяки порівняльному методу, було з'ясовано, що менталітет різних народів в плані гостинності відрізняється між собою, що призводе до різного рівня сприйняття туристів. Історичний метод використовувався при дослідженні наукових розробок зарубіжних та вітчизняних вчених.

Результати. В результаті проведеної роботи було доведено, що саме менталітет є основою, без якої неможливо побудувати ефективну туристичну галузь. Ментальність впливає на особливості сприйняття туристів місцевим населенням, від цього залежить бажання чи небажання населення проявляти гостинність зі свого боку. Різні країни відрізняються своїми ментальними особливостями, що позначається на швидкості проведення реформ у туристичній галузі. Нам дуже потрібно змінити національну свідомість для розвитку туризму в країні.

Наукова новизна. Доведено, що туристична галузь цілком залежить від особливостей менталітету населення, в цьому і полягає наукова новизна роботи.

Практична значимість. Практична значимість полягає у застосуванні запропонованих ідей фахівцями різного рівня у туристичній галузі. Окрему роз'яснювальну роботу слід проводити серед місцевого населення туристичних пунктів, тільки у повній взаємодії можливо досягти певних позитивних результатів.

Ключові слова: менталітет, ментальність, туризм, національна свідомість, чинник.

УДК 338.48

Заварика Галина Михайловна,
кандидат географических наук,
доцент

Восточноукраинский национальный университет имени Владимира Даля, г. Луганськ, Украина, e-mail: dgalina_10@mail.ru

РОЛЬ МЕНТАЛИТЕТА В РАЗВИТИИ ТУРИЗМА

Цель. В статье говорится о менталитете, как факторе развития туризма. Значительное внимание уделено историческому аспекту исследования понятия и его значению в настоящем.

Методика. В работе использованы исторический, сравнительный методы исследования. Так, благодаря сравнительному методу, было выяснено, что менталитет разных народов в плане гостеприимства отличается между собой, что приводит к различной степени восприятия туристов. Исторический метод использовался при исследовании научных разработок зарубежных и отечественных ученых.

Результаты. В результате проведенной работы было доказано, что именно менталитет является основой, без которой невозможно построить эффективную туристическую отрасль. Ментальность влияет на особенности восприятия туристов местным населением, от этого зависит желание или нежелание населения проявлять гостеприимство со своей стороны. Разные страны отличаются своими ментальными особенностями, что сказывается на скорости проведения реформ в туристической отрасли. Нам очень нужно изменить национальное сознание для развития туризма в стране.

Научная новизна. Доказано, что туристическая отрасль полностью зависит от особенностей менталитета населения, в этом и заключается научная новизна работы.

Практическое значение. Практическая значимость заключается в применении предложенных идей специалистами разного уровня в туристической отрасли. Отдельную разъяснительную работу следует проводить среди местного населения туристических пунктов, только в полном взаимодействии возможно достичь определенных положительных результатов.

Ключевые слова: менталитет, ментальность, туризм, национальное сознание, фактор.

UDC 338.48

Zavarika Halyna Mykhailovna,
Candidate of Geography Sciences, Associate Professor

East Ukrainian National University named after V. Dahl, Lugansk, Ukraine, e-mail: dgalina_10@mail.ru

ROLE OF MENTALITY IN THE DEVELOPMENT OF TOURISM

Purpose. The article refers to the mentality, as a factor of tourism development. Much attention is paid to the historical aspect of the study of the concept and its significance in the present.

Methods. This paper uses historical, comparative research methods. So, thanks to the comparative method, it was found that the mentality of different peoples in terms of hospitality differ among themselves, leading to different levels of perception of tourists. The historical method used in the study of scientific developments of foreign and domestic scientists.

Results. As a result of this work has been proven that it is the mentality is the foundation without which it is impossible to build an effective tourist industry. The mentality

affects especially the perception of tourists to local population depends on willingness or reluctance of people to show hospitality on their part. Different countries differ in their mental characteristics, which affects the speed of reforms in the tourism industry. We really need to change the national consciousness for tourism in the country.

Scientific innovation. Proved that the tourist industry is entirely dependent on the characteristics of the mentality of the population, this is the scientific novelty of work.

The practical significance. The practical significance lies in the application of the ideas proposed by experts of various levels in the tourist sector. A separate information campaign should be conducted among the local population of tourist items, in full cooperation may achieve some positive results.

Key words: mentality, mentality, tourism, national consciousness, factor.

Постановка проблеми. Глибинні причини системних проблем, які стоять перед країною, знаходяться в нашій ментальності, точніше, в тому, що в масовій свідомості не вироблені цінності України як держави.

Це корінна, фундаментальна проблема. Все залежить від ментальності. Ментальність – це перша умова, не враховуючи яку, не можна побудувати ні ефективну країну, ні ефективну економіку, ні ефективну культуру, ні ефективну владу, ні ефективну туристичну галузь. І дуже прикро, що у нас цей фактор практично ніяк не враховується.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Науковою розробкою терміну «ментальність» вперше займались французьські вчені: М. Блок, Ж. Лефевр, Ж. Ле Гофф, М. Пруст, Л. Февр, Ж. Дюбі.

Ментальність як колективну свідомість розглядали Л. Леві-Брюль та К. Леві–Строс, як колективне несвідоме – К. Г. Юнг, Е. Нойман. М Фуко вважав ментальність тим, що визначає досвід і поведінку особистості. З Фрейд вказував на те, що власне життя індивіда не пояснює його ментальні форми.

Російські вчені також приділяли значну увагу дослідженню цього питаня. Серед них: М. Бердяєв, А. Гуревич, Г. Гачев, Л. Пушкарьов та ін.

Серед українських вчених слід відзначити праці М. Поповича, В. Горського, В. Касяна, А. Бичко, І Бичко, В. Хромова, І Старовойт, О. Киричук, В. Москалець, Р. Додонова, В. Пролєєва, В. Іванова, В. Яніва, Ю. Канигіна та ін.. В своїх роботах вони вважають ментальність чинником відродження та формування національної самосвідомості українського народу. Проте, менталітет як чинник розвитку туризму, є недостатньо дослідженим, тому це питання є досить актуальним.

*Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми***.** Така глобальна тема як національна ментальність не досліджується з погляду застосування її до реалій туризму. Менталітет – не великий національний характер або система цінностей, відмінна для даної нації, а соціально-психологічний стан етносу, який складається в результаті тривалого впливу географічних, етнічних і соціальних факторів. Безумовно, туризм як галузь мобільна і готова до змін, так само повинна враховувати не тільки чинники тривалої дії, а й моментальні явища, які впливають на національний стан, наприклад, протягом декількох років.

Дослідження, що проводяться з погляду ментальності, не дають відповідь на можливості позитивного використання національних особливостей, однак дають поняття про те, що пов'язує менталітет з глибокими архетипами національного мислення, визначаючи тим самим «точки зростання», опори, на яких будується суспільство, що може бути використано з комерційної точки зору. Глобальні дослідження ментальності і менталітету, які проводяться не одне століття, мають у своїй основі різні теорії національного розвитку.

Мета статті полягає в дослідженні менталітету як чинника розвитку туризму.

Виклад основного матеріалу. У науковий термінологічний апарат категорію «mentalete» ввів французький вчений психолог і етнограф Л. Леві-Брюль в роботах «Ментальні функції в нижчих суспільствах» та «Первісна ментальність».

Глобальні дослідження ментальності і менталітету, які проводяться не одне століття, мають у своїй основі різні теорії національного розвитку. Наприклад, Г.Д. Гачев підходить до розкриття менталітету з погляду національного логосу, вважаючи, що існують різні національні логіки, які знаходять свій прояв у менталітеті. Конфлікт національних менталітетів проявляється в тих ситуаціях, коли один і той же пакет послуг надається одночасно різним групам з різним менталітетом. Так само, варто відзначити той факт, що навіть перебуваючи «всередині» одного менталітету, прояв його в різних соціальних групах категорично різний, причому найчастіше, соціальні групи з різних менталітетів знаходяться ближче один до одного по комплексу очікуваних послуг, ніж різні соціальні групи одного соціуму [5].

Французький соціолог Алексіс Де Токвіль в середині XIX-го ст., вивчаючи американську ментальність, визначив її словом «звичаї». Він писав, що завдяки своїм звичаям народ може отримати користь навіть із самих несприятливих кліматичних умов і самих поганих законів. Ніяку Конституцію не забезпечиш, якщо звичаї населення цьому опираються.

Л. Харрісон провів 20 років у країнах Латинської Америки, намагаючись осягнути причини повільного економічного і політичного розвитку цих країн. Він писав: «Слід визнати, що слово« культура »досить розпливчасте і багатозначне, але якщо розглядати ті аспекти культури, які впливають на економічну, політичну і соціальну поведінку народів, значення цього поняття робиться більш визначеним. Культура - це логічно зв'язана система цінностей, установок і інститутів, що впливають на всі аспекти особистої і колективної поведінки». Отже, культура - це система цінностей, переконань, які для людини даної культури обов'язкові, культура - це етичний код, це ментальність, звичаї, це ..., в нашому побуті ми найчастіше вживаємо поняття «національні особливості». Культура формується під впливом безлічі чинників – географії, простору, релігії, історії, розміру популяції, клімату і т.д. [5].

Аргентинський соціолог Грандоні самостійно розробив свою типологію культурних цінностей, вкорінених в ментальності латиноамериканських селян. Він незалежно прийшов до висновків, багато в чому які, збігаються з висновками Харрісона, і назвав свою систему «типологія селянської свідомості». Не дивно, що етичний код селянства, що зародився на зорі людської цивілізації, повинен був бути загальним для всіх народів світу. Але згодом під впливом самих різних обставин - війн, міграцій, клімату, популяції і, звичайно, релігії він почав еволюціонувати з різною швидкістю, а подекуди так і застиг в ранньому середньовіччі [4].

Система Грандоні-Харрісона давала можливість спроектувати її на українську культуру, давала можливість виявити ті психологічні установки, від яких бажано позбуватися, якщо ми хочемо розвиватися. Зневага до закону, розгнузданість влади, неготовність людей до взаємного співробітництва, пасивність при зіткненні з труднощами, відсутність громадянської свідомості та вкрай егоїстичне переслідування особистих інтересів – ось головні риси селянської свідомості. Звичайно, ці малоприємні проблеми зустрічаються і в інших країнах, навіть у таких, як Америка чи Швеція. Але, в Україні, так само як і в Латинській Америці і в Африці, вищеперелічені явища виключно гострі і грають колосальну роль у гальмуванні розвитку суспільства.

Ось ця ментальна особливість – постійне бажання поскаржитися на долю, на владу, і постійне небажання зробити додаткове зусилля, щоб трохи збільшити свій добробут – ось це, напевно, найголовніша протидія на шляху проведення реформ. Без урахування ментальності взагалі нічого зробити не можна, жодного кроку – ні в економіці, ні в політиці, ні в соціальній сфері.

Ментальність – це те, що створюється не тижнями, не місяцями і навіть не роками, а поколіннями. Поколіннями виснажливого зусилля над собою, коли кожен раз хочеться зробити щось краще, чистіше, справедливіше. Коли діти переконуються в перевазі красивих, чистих, благородних помислів. Тільки після такої тривалої роботи щось відбувається.

Дослідження менталітету для розвитку туризму вкрай важливо, і є тією задачею, вирішивши яку український туризм вийде на новий рівень задоволення потреб населення. Звертаючись до робіт з дослідження менталітету, не можна знайти єдиного визначення менталітету, оскільки немає єдиного базового фактора, що описує це поняття. Менталітет - сукупність морально-етичних, поведінкових, соціологічних і психофізичних підвалин, характерних для даної групи, які визначаються як природними, історичними, так і соціальними чинниками, властивими даній групі в даний момент часу.

Вивчення української ментальності в умовах зростання туристської активності в Україні вкрай важливо, тому культурні, економічні, психо-емоційні, поведінкові фактори у різних народів різні. Більше того, наявність вже раніше задоволених потреб більш високого рівня у

відпочинку та рекреації, рівень задоволеності туристичними послугами в Україні в цілому знижується, що веде до негативного сприйняття відпочинку в Україні у значної групи українців. Вирішення цієї проблеми сприятиме не тільки підвищенню якості туристичних послуг, але і зможе відкрити нові горизонти внутрішнього туризму в Україні, що дозволить як зберегти фінансові потоки усередині країни, в той час як зараз вони масово прямують за кордон, так і підвищити загальний імідж країни як в очах населення, так і в іншому світі в цілому [6].

Аналіз основоположних цінностей дозволяє визначити, наскільки досліджувана ментальність здатна до сприйняття нового і вдосконалення. Це якраз той інструмент, який може допомогти нам вивчити український національний етичний код і знайти шляхи реформи національної свідомості. На державному рівні необхідно проводити наукові дослідження національного менталітету. Хіба не потрібно нам наукове обгрунтування хоча б того факту, що величезна більшість українського народу не бажає брати участі в будівництві свого суспільства?

Мало хто сумнівається, що релігія є одним з визначальних чинників формування національної культури та ментальності. Але мало хто визнає, що селянська свідомість в країнах південно-східної Європи та України збереглася через візантійську спадщину. Можна без зусиль виявити, що в країнах Східного християнства буржуазія як політичний і економічний клас почала складатися принаймні на п'ять століть пізніше, ніж у Західній Європі.

Англійський учений Джон Грей, знаменитий своїм презирством до політичної коректності, написав: «У XXI ст. світ наповнений грандіозними руїнами зірваних утопій XX ст. Невже зараз нам належить будувати прекрасну ілюзію знову? » [3].

Цікаво, що зараз, після обвалу всієї фінансової системи ліберального світу, думки Джона Грея звучать особливо правдиво. Наприклад, Грей стверджує, що якщо наукове знання людства акумулятивно, тобто постійно оновлюється і зростає, то людська етика - не прогресує. Що, якщо наука постійно розширює коло пізнань навколишнього світу і озброює людину його здатністю трансформувати природу, то людська етика залишилася такою ж, якою була три тисячі років тому. Те етичне, що досягнуто в одному поколінні, стверджує Грей, може бути втрачено в наступному. Це дуже глибока думка. Людство розширює свої технічні та наукові можливості, удосконалює свої засоби комунікації, прагнучи переробити світ, а людська етика залишається такою ж, якою вона була тисячі років тому. Людина так само боїться голоду, злиднів, приниження і смерті, як і його предки. Сучасну людину можна за кілька годин перетворити на жалюгідну тремтячу істоту, на тварину. Такою людиною легко маніпулювати, а звідси не виникає проблем у досягненні поставленних кимось цілей. Джон Грей стверджує, що кожна цивілізація досягає свого розквіту і повертається до занепаду. Ми повинні про це завжди пам'ятати, в цьому сенсі ліберали старанно уникають політично

некоректних сумнівів, воліючи дотримуватися заколисуючих нашу свідомість ілюзій [3].

Висновки. Зміна національної свідомості відбудеться тільки якщо політичні, інтелектуальні та інші громадські лідери України усвідомлять, що ряд традиційних цінностей перешкоджають створенню суспільства, спрямованого до демократії та соціальної справедливості. Просто будь-які спроби реалізувати ці рекомендації ззовні якимись іноземними порадниками або державою приречені на невдачу. Необхідно розвивати відповідну ментальність і гостинність. Це дуже важливий аспект у туристичній галузі. Якщо ми хочемо розвивати туризм, то ми повинні бути дружелюбними, причому починаючи з митниці і закінчуючи обслуговуванням в готелі. Дослідження менталітету для розвитку туризму вкрай важливо, і є тією задачею, вирішивши яку український туризм вийде на новий рівень задоволення потреб населення.

Список використаних джерел

1. Возрастание духовных факторов (индивидуальных и коллективных) в процессе воспроизводства планетарных ресурсов туризма. – Режим доступу: http://tourlib.net/statti_tourism/yakimenko.htm
2. Духовное содержание паломничества и туризм. – Режим доступу:http://tourlib.net/statti_tourism/scherbakova.htm
3.Лалак О. А. Історико-ментальні засади формування української діаспори та інституційно-процедурні механізми взаємодії з Україною [Електронний ресурс] / О. А. Лалак // Держава та регіони. Серія : Соціальні комунікації. - 2013. - № 3-4. - С. 18-23. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/drsk_2013_3-4_6.pdf
4.Ментальність як чинник становлення та розвитку громадянського суспільства (на прикладі України) . – Режим доступу:http://jrnl.nau.edu.ua/index.php/IMV/article/view/2953/0
5.Пронкевич О. В. Культурний туризм і "винайдення" Іспанії / О. В. Пронкевич // Наукові праці [Чорноморського державного університету імені Петра Могили комплексу "Києво-Могилянська академія"]. Сер. : Філологія. Літературознавство. - 2009. - Т. 124, Вип. 111. - С. 91-93. - Режим доступу:http://nbuv.gov.ua/j-pdf/Npchdufl_2009_124_111_19.pdf
6.Роль національної ментальності в житті суспільства. - Режим доступу:http://ebk.net.ua/Book/history/boyko_iu/chapter19/1910.htm

Список использованных источников:

1. Возрастание духовных факторов (индивидуальных и коллективных) в процессе воспроизводства планетарных ресурсов туризма. - Режим доступа: http://tourlib.net/statti_tourism/yakimenko.htm
2. Духовное содержание паломничества и туризм. - Режим доступа: http: //tourlib.net/statti_tourism/scherbakova.htm
3. Лалак А. А. Историко-ментальные основы формирования украинской диаспоры и институционально-процедурные механизмы взаимодействия с Украиной [Электронный ресурс] / А. А. Лалак // Государство и регионы. Серия: Социальные коммуникации. - 2013. - № 3-4. - С. 18-23. - Режим доступа: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/drsk_2013_3-4_6.pdf
4. Ментальность как фактор становления и развития гражданского общества (на примере Украины). - Режим доступа: http: //jrnl.nau.edu.ua/index.php/IMV/article/view/2953/0
5. Пронкевич А. В. Культурный туризм и "изобретение" Испании / В. Пронкевич // Научные труды [Черноморского государственного университета имени Петра Могилы комплекса "Киево-Могилянская академия"]. Сер. : Филология. Литературоведение. - 2009. - Т. 124, Вып. 111. - С. 91-93. - Режим доступа: http: //nbuv.gov.ua/j-pdf/Npchdufl_2009_124_111_19.pdf
6. Роль национальной ментальности в жизни общества. - Режим доступа: http: //ebk.net.ua/Book/history/boyko_iu/chapter19/1910.htm

References:

1. Vozrastanye duhovnыh factors (yndyvydualnыh kollektyvnыh s) in the process of reproduction planetarnыh tourism resources. - Access: http://tourlib.net/statti_tourism/yakimenko.htm
2. Spiritual Content palomnychestva and tourism. - Access: http: //tourlib.net/statti_tourism/scherbakova.htm
3. Lalak AA History and mental foundations of Ukrainian diaspora and formation of institutional and procedural mechanisms of cooperation with Ukraine [electronic resource] / AA // Lalak countries and regions. Series: Social Communications. - 2013. - № 3-4. - P. 18-23. - Access: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/drsk_2013_3-4_6.pdf
4. mentality as a factor in the formation and development of civil society (for example, Ukraine). - Access: http: //jrnl.nau.edu.ua/index.php/IMV/article/view/2953/0
5. Pronkevych OV Cultural tourism and "invention" Spain / OV Pronkevych // Proceedings [Petro Mohyla Black Sea State University Complex "Kyiv-Mohyla Academy"]. Avg. : Philology. Literature. - 2009 - Vol 124, Issue. 111 - P. 91-93. - Access: http: //nbuv.gov.ua/j-pdf/Npchdufl_2009_124_111_19.pdf
6. The role of national mentality in society. - Access: http: //ebk.net.ua/Book/history/boyko_iu/chapter19/1910.htm

УДК 911.3

Малиновська Оксана Юріївна,
кандидат географічних наук, доцент
Київський національний університет імені Тараса Шевченка, м.Київ, Україна
e-mail: osano@yandex.ua

Коханська Оксана Андріївна
Турбюро Ірини Борщенко, м.Київ, Україна
e-mail: shafran735@ukr.net

ТУРИСТИЧНА ПОЛІТИКА ПОЛЬЩІ: ПРІОРИТЕТНІ НАПРЯМКИ, СТРАТЕГІЯ І ТАКТИКА

Метою статті є висвітлення пріоритетних напрямків, особливостей стратегії і тактики туристичної політики Польщі.

Методика. За допомогою методів аналізу, синтезу, економіко-математичних методів проаналізовано структуру та динаміку туристичних потоків і надходжень від туризму Польщі.

Результати. Розглянуто маркетингові аспекти позиціонування та просування національного туристичного продукту, виявлено ефективні засоби просування Польщі на міжнародному туристичному ринку. З'ясовано способи відбору пріоритетних туристичних ринків та визначено комплекс туристичних продуктів, які просуваються на цих ринках.

Наукова новизна. Досліджено систему та специфіку заходів щодо просування національного туристичного продукту Польщі на міжнародному туристичному ринку.

Практична значимість. Результати статті можуть бути корисними для державних структур України з метою використання зарубіжного досвіду у визначенні пріоритетних напрямків розвитку туризму України та формування системи ефективних заходів щодо позиціонування та просування українського національного туристичного продукту на міжнародному туристичному ринку.

Ключові слова: туристична політика, туристичний продукт, національний туристичний продукт, позиціонування та просування національного туристичного продукту, туристичний ринок.

УДК 911.3

Малиновская Оксана Юрьевна,
Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко, г.Киев, Украина

кандидат географических наук, доцент
Коханская Оксана Андреевна
e-mail: osano@yandex.ua
Турбюро Ирины Борщенко, г.Киев, Украина, e-mail: shafran735@ukr.net

ТУРИСТИЧЕСКАЯ ПОЛИТИКА ПОЛЬШИ: ПРИОРИТЕТНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ, СТРАТЕГИЯ И ТАКТИКА

Целью статьи является освещение приоритетных направлений, особенностей стратегии и тактики туристической политики Польши.

Методика. При помощи методов анализа, синтеза, экономико-математических методов проанализирована структура и динамика туристических потоков и доходов от туризма Польши.

Результаты. Рассмотрены маркетинговые аспекты позиционирования и продвижения национального туристического продукта, выявлены эффективные средства продвижения Польши на международном туристическом рынке. Выявлены способы отбора приоритетных туристических рынков и определен комплекс туристических продуктов, которые продвигаются на этих рынках.

Научная новизна. Исследована система и специфика средств продвижения национального туристического продукта Польши на международном туристическом рынке.

Практическая значимость. Результаты статьи могут быть полезны для государственных структур Украины с целью использования зарубежного опыта в определении приоритетных направлений развития туризма Украины и формирования системы эффективных средств позиционирования и продвижения национального туристического продукта Украины на международном туристическом рынке.

Ключевые слова: туристическая политика, туристический продукт, национальный туристический продукт, позиционирование и продвижение национального туристического продукта, туристический рынок.

UDC 911.3

Malynovska Oksana Yuriivna,
Candidate of Geography Sciences, Associate Professor
Kohanska Oksana Andriivna
Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv, Ukraine,
e-mail: osano@yandex.ua
Travel agency of Irene Borshchenko Kyiv, Ukraine, e-mail: shafran735@ukr.net

TOURIST POLICY OF POLAND: PRIOPITIES, STRATEGY AND TACTICS

The purpose of the article is to look out the priorities, strategy and tactics of the tourist policy of Poland.

Methods. Using the methods of analysis, synthesis, economic and mathematical methods was analyzed the structure and dynamics of tourist flows and revenues in Poland.

Results. There were considered the marketing aspects of positioning and promotion of the national tourist product and effective means of promoting Poland at the international tourist market. There were revealed the methods of the selection of priority tourist markets and defining the range of tourist products for promotion at these markets.

Scientific novelty. There were investigated the system and the specific means of promoting Polish national tourist product at the international tourist market.

The practical significances. The results of the article can be useful for government agencies of Ukraine for using of foreign experience in the definition of priority directions of

the development of tourism in Ukraine and the formation of effective means of positioning and promotion of Ukrainian national tourist product at the international tourist market.

Key words: tourist policy, tourist product, the national tourist product, positioning and promotion of national tourist product, tourist market.

Постановка проблеми. У Польщі індустрія туризму має велике значення для розвитку країни, істотно впливаючи на розвиток інших секторів економіки, стимулюючи зростання ВВП і кількості нових робочих місць. Польський туристичний бренд, визначений як найбільш важливий аспект національного бренду, покликаний стати локомотивом національного маркетингу країни на міжнародній арені. Високі темпи розвитку ринку туристичних послуг в Польщі, помітне збільшення ролі туризму в житті суспільства супроводжуються неабияким загостренням конкуренції в галузі. В таких умовах виникає об'єктивна необхідність цілеспрямованого впливу на процеси в туристичній сфері, який втілюється в особливій соціально-економічній політиці держави в галузі туризму - туристичній політиці. Від її ефективності залежить перетворення туризму на дієвий чинник соціально-економічного розвитку, формування привабливості країни та просування національної культури. Зважаючи на це, дослідження сутності туристичної політики Польщі, її пріоритетів та методів реалізації на внутрішньому і міжнародному ринках, а також оцінка її ефективності є актуальним науково-практичним завданням. Крім того, приклад Польщі може бути дуже корисним для України, оскільки країни-сусідки мають подібні туристичні ресурси і працюють на одному туристичному ринку.

*Аналіз останніх досліджень і публікацій***.** Певні аспекти туристичної політики Польщі були досліджені в працях Гутник О.В., Соловйова Д.І., Муха-Шаєк Є. [1, 2, 4]. Для написання даної статті були використані нормативно-правові документи регулювання відносин туризму в Польщі, детальні доповіді по окремих видах туризму Інституту туризму, Міністерства спорту і туризму в Польщі, щорічні статистичні звіти, документи маркетингових стратегій та ін.

Постановка завдання. Метою статті є висвітлення пріоритетних напрямків, особливостей стратегії і тактики туристичної політики, маркетингових аспектів позиціонування та просування національного туристичного продукту, виявлення ефективних засобів просування національного туристичного продукту Польщі на визначених пріоритетних ринках.

Виклад основного матеріалу. Являючись одним із видів соціально-економічної політики держави, туристична політика лежить в основі державного регулювання туристичною галуззю і передбачає комплекс заходів, спрямованих на узгодження інтересів держави та інших суб'єктів туристичного ринку на міжнародному, національному та місцевому рівнях з метою досягнення конкретних визначених цілей. В більшості країн світу державна туристична політика впроваджується безпосередньо через

центральні органи виконавчої влади - національні туристичні організації та інші інститути за допомогою правових або економічних важелів. До основних напрямків туристичної політики належать: захист прав подорожуючих, захист інтересів виробників вітчизняного туристичного продукту, підтримка внутрішнього та в'їзного туризму (інвестиції в розвиток туристичної інфраструктури, наукове та рекламно-інформаційне забезпечення просування національного туристичного продукту на світовому ринку, спрощення та гармонізація податкового, валютного, митного, прикордонного та інших видів регулювання тощо), удосконалення правових засад регулювання відносин в галузі туризму, розвиток міжнародного співробітництва та утвердження країни на світовому туристичному ринку. Від того, наскільки грамотно та ефективно розроблена стратегія і наскільки успішно реалізується тактика туристичної політики держави, залежить роль і місце конкретної держави на ринку міжнародного туризму та ефективність розвитку туристичної галузі на національному, регіональному та місцевому рівнях.

Туристична політика Польщі базується на принципі координації зусиль державного і приватного секторів, і передбачає співпрацю великої кількості державних і приватних інституцій та організацій з метою гармонійного розвитку туристичної індустрії.

Так, департамент туризму Міністерства спорту і туризму Польщі займається загальними питаннями розвитку та регулювання туристичної індустрії, зокрема створенням стратегічних програм розвитку туризму, прийняттям бюджету та відстеженням його використання у розділі «Туризм», здійсненням оцінки функціонування сектора туристичних послуг та ін. [15].

Польська агенція розвитку туризму (Polska Agencja Rozwoju Turystyki SA - PART SA) надає консультаційні та фінансові послуги в сфері туризму. Основною метою цієї організації є участь у створенні та реалізації проектів, які підтримують розвиток індустрії туризму та супутньої інфраструктури, а також підтримка розвитку діючих на польському ринку підприємств індустрії туризму. Діяльність PART SA включає: консалтинг в галузі створення польських брендів туризму та розробка туристичних брендів регіонів, інвестиції та фінансове посередництво (пошук джерел фінансування проектів клієнтів асоційованих компаній), комплексні послуги для інвесторів (юридичні та фінансові консультації компаніям, які шукають туристичні проекти для інвестицій), туристичний аудит [16].

Польська палата туризму (Polska Izba Turystyki - PIT) є об’єднанням туристичних компаній, основною метою якої є представлення та захист господарських інтересів членів Палати, зокрема охорона та захист прав вітчизняних туристичних підприємств від надмірної конкуренції іноземних компаній на польському ринку, участь у розробці та виконанні державних та регіональних програм розвитку туризму, співпраця з міжнародними туристичними організаціями (з 2004р. є членом Європейської організації

турагентів Європейського союзу), представлення туристичних можливостей Польщі на всесвітніх і національних туристичних виставково-ярмаркових заходах. Членами PIT є найбільші і найвідоміші туроператори і туристичні агенції, страхові компанії, туристичні навчальні заклади, перевізники, заклади розміщення та ін. (близько 500 компаній з оборотним капіталом близько 70 % всієї туристичної індустрії Польщі) [17].

Метою урядової організації - Польська туристична організація (Polska Organizacja Turystyczna – POT) - є популяризація країни і її туристичних принад. Основні завдання POT: забезпечення функціонування і розвитку польської системи туристичної інформації в країні та світі, організація прес-турів для польських та іноземних журналістів, організація інфотурів для туроператорів, підготовка рекламно-інформаційних матеріалів про Польщу (такі матеріали видаються 12 мовами і визнані одними з найкращих у світі). POT має 14 іноземних представництв (у тому числі в Києві), які називаються Польськими осередками туристичної інформації і залучені до організації різних заходів у сфері туризму, здійснюють моніторинг ринків, проведення рекламних кампаній та заохочення потенційних партнерів до співпраці [18]. Регіональні і локальні туристичні організації координують промоційну діяльність у воєводствах, гмінах та повітах, займаються реєстрацією, сертифікацією, категоризацією та контролем за діяльністю туристичних підприємств, здійснюють координацію діяльності та фінансування регіональних та локальних проектів в галузі спорту і туризму, займаються збереженням, модернізацією та розбудовою туристичних і спортивних об’єктів.

Міждисциплінарними, комплексними дослідженнями в галузі туризму та відпочинку займається Інститут туризму, створений ще у 1972р. У співпраці з Центральним статистичним бюро Інститут туризму бере участь у щорічних статистичних обстеженнях та вдосконаленні системи статистики туризму в Польщі. Головною ж метою діяльності Інституту туризму є реалізація науково-дослідних проектів на замовлення польського уряду, національних і регіональних організацій, місцевих органів влади, банків, приватних інвесторів та туристичних підприємств [12].

Підготовку фахівців для туризму різних спеціальностей та освітньо-кваліфікаційних рівнів бакалавр і магістр здійснює 21 навчальний заклад (університети, академії, вищі школи), причому 7 з них спеціалізуються виключно на підготовці кадрів для туризму, в тому числі для ресторанної і готельної справи. Решта 14 навчальних закладів мають відповідні факультети з підготовки таких фахівців. Основні напрямки підготовки: туризм та рекреація; управління туризмом; управління та маркетинг у готельно-ресторанному бізнесі, туризмі та рекреації; туристичний менеджмент; засоби комунікації в сфері туризму; медичний туризм; бізнес-туризм; міжнародний туризм; готельний бізнес та індустрія зустрічей; регіональна туристична економіка; менеджмент SPA&Wellness; управління

туристичними ресурсами; електронний бізнес в туризмі; екскурсознавство [14, с.38-39]. Що стосується зайнятості, то станом на 2013р. у сфері туризму і гостинності Польщі працює 334 000 осіб (2,2% від загальної чисельності зайнятих у народному господарстві). Середня зарплата становить 2900 злотих (683 євро), а середня брутто-зарплата становить 3816 злотих (900 євро) [20, с.8-9].

Найвагомішими загальнодержавними маркетинговими дослідженнями за останні 10 років стали «Маркетингова стратегія Польщі в секторі туризму на 2008-2015рр.» і «Маркетингова стратегія Польщі в секторі туризму на 2012-2020рр.» (актуалізація попереднього документу), підготовлені працівниками РОТ. Ці Стратегії служать основою для послідовної та довгострокової політики Польщі у сфері туризму, а також для визначення напрямків використання коштів структурних фондів Європейського Союзу в інтересах безпосередньо РОТ і різних польських регіонів. Стратегії визначають ринки з найбільшим потенціалом і віддачею в перспективі, на які буде здійснений максимальний інформаційний вплив при просуванні польського національного туристичного продукту, а це - Франція, Німеччина, Велика Британія, Бельгія, Данія, Нідерланди, Скандинавські країни, Росія, Україна, Італія, Азійські ринки, США, Чехія, Австрія, Угорщина. Основними конкурентами Польщі на міжнародному туристичному ринку визначені Чехія, Угорщина, Словаччина, Литва, Латвія та Естонія.

Протягом 2010-2014рр. спостерігається зростання основних показників, які відображають ефективність функціонування і ріст ринку туристичних послуг. Так кількість туристичних прибуттів за цей період зросла на 34,6 % (від 11,89 млн.чол. до 16 млн.чол.). З 2010р. вдалося припинити зниження частки Польщі на туристичному ринку Європи, а з 2012р. навіть підвищити її. У 2014р. структура туристичних прибуттів за країнами походження туристів виглядала наступним чином: частка країн ЄС складала 71,11%, країн-сусідів, які не входять в ЄС (Україна, Білорусь, Росія) - 27,8 %, найважливіших заморських країн (США, Канада, Японія, Австралія, Південна Корея) - 3,85%, з інших країн світу - 7,1%. Особливе місце в структурі туристичних прибуттів належить Німеччині - кількість її туристів у 2014р. становила 35,89%. Найбільше кількість туристичних потоків до Польщі у 2010-2014рр. збільшилась в Німеччині, Франції, Великій Британії, Нідерландах, США та ін. [8, с.5], [10, с.4], [21, с.23]

З кожним роком збільшується кількість поляків, які подорожують як своєю країною, так і за межі Польщі. Краща тенденція спостерігається у внутрішньому туризмі - ріст за останні 4 роки становить 13%, іноземний туризм - 3%. Так 2013р. у внутрішніх та закордонних поїздках взяли участь 56% або 18,3 млн.чол. польського населення у віці 15 років і старше, що на 11% більше, ніж у 2010р. [11, с.1].

Обсяг надходжень в економіку країни від сектору туризму зріс на 26,7% у 2013р. порівняно з 2009р. і становить 12476 млн.USD, демонструючи щорічне зростання в середньому на 6,5%. Середні витрати

одного туриста у 2014р. становили 455USD, що на 16,7 % більше ніж у 2010р. [10, с.28]. Аналізуючи обсяги надходжень від туризму в економіку Польщі по країнах у 2010-2014рр., слід зазначити значний приріст надходжень від туристів з Німеччини і Великої Британії (+19% і +17,2% відповідно) [20, с.12].

Для відбору стратегічних ринків впливу використовують метод визначення місця і потенціалу туристичних ринків для в'їзного туризму Польщі (WUTZ - Wskaznik Uzytecznosci Turystyky Zagranicznej - «індикатор корисності закордонного туризму інших країн»). Цей індикатор (розроблений Інститутом туризму на замовлення РОТ) базується на 5-ти показниках по кожній країні: кількість туристичних прибуттів з досліджуваної країни, обсяг витрат туристів загалом, середні витрати одного туриста, кількість туристів, які користувались послугами готелів, частка туристів у відсотках від загальної кількості населення країни [14, с.44-45]. Також використовують метод визначення місця і потенціалу туристичних ринків для в'їзного туризму Польщі WUTZ скороченої форми. В нього включають такі показники: загальний обсяг витрат туристів, зміна витрат в досліджуваний період, відношення загального обсягу витрат туристів до кількості населення в досліджуваній країні.

Аналіз BCG (інструмент для стратегічного аналізу і планування в маркетингу, створений засновником Бостонської консалтингової групи Брюсом Д.Хендерсеном) і градація потенціалу ринків на підставі WUTZ є важливими елементами для створення матриці, що визначає групи пріоритетних і другорядних ринків. Матриця використовується для програмування рекламної діяльності на ринках інших країн [14, с.49]. В даній матриці аналізується потенціал ринків країн за двома характеристиками:

- позицією польського туризму на обраних ринках з урахуванням наявних комунікацій, кількості ночівель в Польщі порівняно з аналогічним показником у головних конкурентів Угорщини і Чехії, становище польських турпродуктів; позиція може бути високою і потребувати для їх покращення фінансової підтримки, середньою - потребувати активізації значних інвестицій, слабкою - потребувати довгостроково інвестування;

- привабливістю туристичного ринку для в'їзного туризму, оціненою за обсягами ринку і швидкістю його росту, географічним розташуванням відносно Польщі; привабливість оцінюється як висока (значні можливості змінити позицію), середня (шанси змінити позицію менші і можуть залежати від об'єктивних факторів) і низька (низька або обмежена можливість змінити позицію) [14, с.49].

З метою впровадження стратегії просування національного турпродукту Польщі використовується така термінологія і класифікація груп продуктів:

1) Історико-пізнавальний і культурний туризм – включає організовані та індивідуальні поїздки з метою відвідування міст, музеїв, історичних будівель, участі в культурних заходах; сюди ж відносять

релігійний туризм і паломництво. Види турпродуктів: короткострокові поїздки в міста (citybreaks), відвідування культурних місць і музеїв, паломництво і релігійний туризм, промисловий туризм, тури по місцях культурної спадщини UNESCO, сентиментальний туризм.

2) Бізнес-туризм та індустрія зустрічей (MICE) – включають в себе поїздки, пов'язані професійною і бізнесовою діяльністю. Види турпродуктів: конференції і конгреси, службові поїздки, участь у виставках, інсентив-туризм.

3) Рекреаційний і активний туризм - включає поїздки з метою відновлення фізичного та психічного здоров'я, оздоровлення і лікування, використовуючи широкий спектр природних ресурсів (гори, озера, річки, узбережжя, природні парки і т.д.). Види турпродуктів: активні - пішохідний туризм, в т.ч. походи, велосипедний спорт, кінний спорт, вітрильний спорт та інші водні види спорту, зимові види спорту, гольф, активна участь у спортивних заходах і подіях; пасивні – оздоровлення, Spa і Wellness, відпочинок на морі, відпочинок в горах, відпочинок на озерах, поїздки в природні парки, кемпінг і караванінг.

4) Сільський туризм – включає в себе всі форми туристичної діяльності в сільській місцевості, в тому числі перебування на фермах, вивчення фольклору, народних ремесел, традиційного способу життя народу. Види турпродуктів: агротуризм, екотуризм.

5) Прикордонний і транзитний туризм – транскордонні поїздки осіб, які проживають в прикордонній п'ятидесятикілометровій зоні, в тому числі одноденні, з метою шопінгу, участі у певних заходах, відвіданні історичних та культурних місць, а також пропозиції, пов'язані з транзитними перевезеннями.

6) Додаткові продукти – гастрономічні тури, шопінг [14, с.52].

При відборі пріоритетних продуктів, цільових груп та засобів для їх просування використовують принцип, за яким всі туристичні продукти поділяються на чотири групи: брендові продукти – продукти, на яких будується туристичний бренд Польщі і які забезпечують образ туристичної привабливості (для Польщі це історико-пізнавальний та культурний туризм); основні продукти – продукти, які генерують найбільшу додану вартість; нішеві продукти – це тематичні продукти і ті, які відповідають конкретним інтересам деяких сегментів ринку; додаткові продукти - продукти, які «споживаються» в головному пункті призначення і які можуть таким чином збільшувати витрати туристів [14, с.54]. В межах кожного воєводства визначаються пріоритетні для просування турпродукти на міжнародний ринок. Найпопулярніші турпродукти: короткострокові поїздки в міста (citybreaks), відвідування культурних місць і музеїв, тури по місцях культурної спадщини, плавання на каное, кінний спорт, вітрильний спорт, оздоровлення, відпочинок на озерах, одноденні прикордонні поїздки, пішохідний туризм, велосипедний спорт, оздоровлення, агротуризм, участь у виставках та ін.

На Маркетингових стратегіях Польщі в секторі туризму на 2008-2015рр. та 2012-2020рр. базується концепція головного польського туристичного маркетингового проекту, який являє собою інноваційну, економічну програму розвитку польського туризму і має назву «Promujmy Polskę Razem». Вартість проекту складає близько 48 млн.євро до кінця 2015р. (на 85% проект фінансується Європейським фондом регіонального розвитку). Мета проекту – поліпшення міжнародного визнання Польщі, як привабливої для туристів країни, яка має конкурентні туристичні продукти високої якості, а також підвищення кількості туристів, які приїжджають з-за кордону і збільшення суми коштів, яку вони витрачають у зв'язку з їх перебуванням у Польщі. Проектом передбачаються рекламні кампанії на вітчизняних та зарубіжних ринках. На внутрішньому ринку проводиться низка заходів, спрямованих на студентів, сім'ї з дітьми, компанії друзів та власників або менеджерів визначних пам'яток та атракцій з метою підвищення обізнаності поляків про визначні туристичні пам'ятки у власній країні. На зарубіжному ринку рекламно-інформаційні заходи спрямовані на туристів, туристичні компанії, організаторів MICE-туризму, лідерів громадської думки та журналістів, і мають на меті створення іміджу Польщі, як туристично-привабливої країни для довгострокових і короткострокових подорожей іноземних туристів. У виборі відповідних інструментів просування, залежно від характеру ринку і очікуваної ефективності охоплення конкретних цільових груп, допомагають закордонні центри РОТ.

На основі проекту було проведено 4 потужні рекламні кампанії на обраних ринках: «Курс Шопен», «Feel invited», «Come and find your story» та «Move Your Imagination». Рекламні заходи кожної кампанії були розгорнуті навколо відомих подій європейського чи світового масштабу, які були пов'язані з Польщею: Рік Фридеріка Шопена 2010р. з нагоди 200 років з дня народження польського композитора, Рік Польщі у Великобританії в 2009-2010рр., головування Польщі в Європейському Союзі у 2011р., Чемпіонат Європи з футболу «Євро-2012», Чемпіонат Європи з волейболу серед чоловіків 2014р. В зазначених рекламних кампаніях найбільш ефективними з усіх видів рекламних заходів з промоції національного турпродукту виявилися наступні:

1) діяльність закордонних центрів РОТ(в даний час налічується 13 таких центрів, 11 з яких знаходиться в Європі, по одному у США та Японії);

2) діяльність пунктів і центрів туристичної інформації в Польщі (всього в країні на початок 2015р. їх налічується 365) [5];

3) участь у міжнародних туристських ярмарках, виставках та форумах на території Польщі та за кордоном (щорічно країна презентує свій стенд на Міжнародному салоні з туризму і подорожей в Парижі, є постійним учасником найбільших туристичних виставок світу таких як «ITB Berlin» і «World Travel Market London», щороку у Познані проходить

TourSalon, а у Варшаві Міжнародний туристичний ярмарок «TT Warsaw» [13, с. 132];

4) представлення в мережі Internet (польський національний туристичний портал http://www.polscha.travel доступний 23 мовами, портал відділу MICE-сектору POT http://poland-convention.pl, офіційний портал Міністерства закордонних справ http://polska.pl/ та ін. [18, 6, 7, 3, 5];

5) видання та розповсюдження рекламно-презентаційної та інформаційної туристської продукції;

6) створення мобільних електронних додатків до смартфонів та планшетів (Poland.Travel, Thetripplanner, GuideWithMe, MapofPoland, Poland A GuidetoMajorCities, CastlesofPoland, SkiRaport), які є одночасно туристичними путівниками, «планувальниками подорожей» та навігаторами [19, 9].

Накопиченням знань про національний та регіональний брендинг країни займається Інститут польського бренду (Instytut Marki Polskiej), який працює під егідою Національної торгово-промислової палати. У 1995р. цей інститут став першою у Польщі організацією, яка взяла на себе завдання створення брендів країни, її міст, регіонів і компаній та поширення знань про них, а також створення сприятливого клімату навколо ідеї створення національного бренду. Важливу роль у створенні національного бренду відіграла також POT [22]. У 2009р. було розроблено рекламний слоган (ним став слоган «Polska. Move your imagination.») та систему візуальної ідентифікації Польщі - колаж з візуальних тем та іконок, пов'язаних з Польщею і її культурою. Завданням цього колажу є показати різноманіття і привабливість польської спадщини з різних точок зору, як в сучасному стилі, так і в старих традиціях народного мистецтва [14, с.92-94]. Нову візуальну систему ідентифікації використовують в усіх заходах, які проводяться Польською туристичною організацією, як на зовнішніх ринках, так і на внутрішньому ринку.

Висновки. Таким чином, туристична політика Польщі виявилася досить ефективною: протягом останніх п’яти років підвищився рівень визнання Польщі за кордоном як країни, яка є привабливою для туристів і пропонує конкурентоздатні туристичні продукти високої якості, збільшилась кількість прибуттів іноземних туристів до Польщі, а туристичний сезон в країні став довшим. Комплекс ефективно проведених заходів по просуванню національного туристичного продукту та інвестиції в туристичну інфраструктуру підвищили довіру міжнародних інвесторів, що спонукало притік інвестицій в економіку країни.

Список використаних джерел:

1. Гутник О.В. Особливості реалізації державної політики Польщі у сфері туризму/ О.В. Гутник//Публічне адміністрування: теорія та практика. - 2010. - Випуск 1(3). — С. 256-268.

2. Муха-Шаек Е. Действия, адаптирующие польский туристический сектор к требованиям Европейского Союза //Вісник ДІТБ. Серія: Економіка, організація та управління підприємствами туристичної індустрії та туристичної галузі в цілому. - 2008. - №12. - С.48-54.

3. Офіційний туристичний портал міста Варшави [Електронний ресурс] / Режим доступу: http://www.warsawtour.pl (06.04.2015)

4. Соловйов Д.І. Іноземний досвід регулювання діяльності туристичної сфери та його використання в Україні / Д.І.Соловйов //Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту,2011. – Вип. 4 (44) – С. 243-249.
5. Польська федерація кемпінгу і автотуризму - [Електронний ресурс] / Режим доступу: http://www.pfcc.eu/(06.04.2015)
6. Портал Poland Convention Bureau (PCB) [Електронний ресурс] / Режим доступу: http://poland-convention.pl/en/ (06.04.2015)
7. Портал Polska.pl [Електронний ресурс] / Режим доступу: http://polska.pl/en/about/ (06.05.2015)
8. Charakterystyka przyjazdów cudzoziemców do Polski w 2014 roku. – Warsawa: Departament Turystyki, Ministerstwo Sportu i Turystyki, 2015. – 6 s.
9. Google Play – Приложения [Електронний ресурс] / Режим доступу: https://play.google.com/store/search?q=poland&c=apps&hl=ru (17.04.2015)
10. Janczak K. Zagraniczna turystyka przyjazdowa do Polski w 2013 roku / K.Janczak, K. Patelak. – Lodz: Activ Group na zamówienia Ministerstwo Sportu i Turystyki, 2014. – 63 s.
11. Janczak K. Podróże Polaków w 2013 roku. Podstawowe wyniki badań / K.Janczak, K.,Patelak. – Lodz: Activ Group na zamówienia Ministerstwo Sportu i Turystyki, 2014. – 12 s.
12. Instytut Turystyki.Szkoła Główna Turystyki i Rekreacji [Електронний ресурс] / Режим доступу: http://www.intur.com.pl/instytut.php?nr=102 (27.04.2015)
13. Marketingowa Strategia Polskiw sektorze turystyki na lata 2008-2015 / [Zespół pracowników Polskiej Organizacji Turystycznej]; redakcja Walas B. – Warsawa: Polska Organizacja Turystuczna, 2008. – 228 s.
14. Marketingowa strategia Polski w sektorze turystyki na lata 2012-2020. Aktualizacja dokumentu z 2008 roku / [Buczak T., Celuch K., Cichooska A., Nalazek M. i in.]; redakcja Walas B. – Warsawa: Polska Organizacja Turystuczna, 2011. – 216 s.
15. Ministerstwo Sportu i Turystyki [Електронний ресурс] / Режим доступу: http://www.msport.gov.pl/departamenty-i-biura/1995-Departament-Turystyki (15.04.2015)
16. Polska Agencja Rozwoju Turystyki SA [Електронний ресурс] / Режим доступу:http://www.part.com.pl/index.php?option=com_content&view=article&id=323&Itemid=6 (16.04.2015)
17. Polska Izba Turystyki [Електронний ресурс] / Режим доступу:http://www.pit.org.pl/index.php?navi=001,002(16.04.2015)
18. Polska Organizacja Turystyczna [Електронний ресурс] / Режим доступу: http://www.pot.gov.pl/o-polskiej-organizacji-turystycznej/l/polska-organizacja-turystyczna(27.04.2015)
19. PrawoiTurystyka [Електронний ресурс] / Режим доступу: http://prawoturystyczne.pl/ustawa-o-uslugach-turystycznych-nowelizacja/ (19.04.2015)
20. Turner Rochelle Travel & Tourism. Economic impact 2014.Poland / T.Turner. – London: The World Travel & Tourism Council, 2014 – 18 s.
21. Witold Bartoszewicz Zagraniczna turystyka przyjazdowa do Polski w 2012 roku/ WitoldBartoszewicz, TeresaSkalska. – Warsawa:InstytutTurystykiSzkołaGłównaTurystyki I RekreacjinazlecenieMinisterstwaSportu I Turystyki, 2013. – 93 s.
22. Wydziału Zarządzania [Електронний ресурс] / Режим доступу http://jmf.wzr.pl/pim/2012_2_2_7.pdf (19.04.2015)

References:

1. Gutnyk O.V. Osoblyvosti realizatsii derzhavnoi pilityky Polshchi u sferi turyzmu / O.V.Gutnyk // Publichne administruvannia: teoria ta praktyka. - 2010. - Vypusk 1(3). — S. 256-268.
2. Muha-Shaek E. Deystvia, adaptiruiushchie polskiy turisticheskiy k trebovaniam Evropeyskogo Soyuza // Visnyk DITB. Seria: Ekonomika, organizatsia ta upravlinnia pidpryemstvamy turystychnoi industrii ta turystychnoi galuzi v tsilomu. - 2008. - №12. - S.48-54.
3. Ofitsiynyi turystycnyi portal mista Varshavy [Elektronnyi resurs] / Rezhym dostupu: http://www.warsawtour.pl (06.04.2015)
4. Solovyov D.I. Inizemnyi dosvid reguliuvannia diyalnosti turystychnoi sfery ta yogo vykorystannia v Ukraini / D.I.Solovyov //Visnyk Chernivetskogo torgovelno-ekonomichnogo instytutu, 2011. – Vypusk 4 (44) – S. 243-249.
5. Polska federatsia kempingu i avtoturyzmu - [Elektronnyi resurs] / Rezhym dostupu: http://www.pfcc.eu/(06.04.2015)
6. Poland Convention Bureau (PCB) [Elektronnyi resurs] / Rezhym dostupu: http://poland-convention.pl/en/ (06.04.2015)
7. Polska.pl [Elektronnyi resurs] / Rezhym dostupu: http://polska.pl/en/about/ (06.05.2015)
8. Charakterystyka przyjazdów cudzoziemców do Polski w 2014 roku. – Warsawa: Departament Turystyki, Ministerstwo Sportu i Turystyki, 2015. – 6 s.

9. Google Play – Приложения [Електронний ресурс] / Режим доступу: https://play.google.com/store/search?q=poland&c=apps&hl=ru (17.04.2015)
10. Janczak K. Zagraniczna turystyka przyjazdowa do Polski w 2013 roku / K.Janczak, K. Patelak. – Lodz: Activ Group na zamówienia Ministerstwo Sportu i Turystyki, 2014. – 63 s.
11. Janczak K. Podróże Polaków w 2013 roku. Podstawowe wyniki badań / K.Janczak, K.,Patelak. – Lodz: Activ Group na zamówienia Ministerstwo Sportu i Turystyki, 2014. – 12 s.
12. Instytut Turystyki.Szkoła Główna Turystyki i Rekreacji [Електронний ресурс] / Режим доступу: http://www.intur.com.pl/instytut.php?nr=102 (27.04.2015)
13. Marketingowa Strategia Polskiw sektorze turystyki na lata 2008-2015 / [Zespół pracowników Polskiej Organizacji Turystycznej]; redakcja Walas B. – Warsawa: Polska Organizacja Turystuczna, 2008. – 228 s.
14. Marketingowa strategia Polski w sektorze turystyki na lata 2012-2020. Aktualizacja dokumentu z 2008 roku / [Buczak T., Celuch K., Cichooska A., Nalazek M. i in.]; redakcja Walas B. – Warsawa: Polska Organizacja Turystuczna, 2011. – 216 s.
15. Ministerstwo Sportu i Turystyki [Електронний ресурс] / Режим доступу: http://www.msport.gov.pl/departamenty-i-biura/1995-Departament-Turystyki (15.04.2015)
16. Polska Agencja Rozwoju Turystyki SA [Електронний ресурс] / Режим доступу:http://www.part.com.pl/index.php?option=com_content&view=article&id=323&Itemid=6 (16.04.2015)
17. Polska Izba Turystyki [Електронний ресурс] / Режим доступу:http://www.pit.org.pl/index.php?navi=001,002(16.04.2015)
18. Polska Organizacja Turystyczna [Електронний ресурс] / Режим доступу: http://www.pot.gov.pl/o-polskiej-organizacji-turystycznej/l/polska-organizacja-turystyczna(27.04.2015)
19. Prawo i Turystyka [Електронний ресурс] / Режим доступу: http://prawoturystyczne.pl/ustawa-o-uslugach-turystycznych-nowelizacja/ (19.04.2015)
20. Turner Rochelle Travel & Tourism. Economic impact 2014.Poland / T.Turner. – London: The World Travel & Tourism Council, 2014 – 18 s.
21. Witold Bartoszewicz Zagraniczna turystyka przyjazdowa do Polski w 2012 roku/ WitoldBartoszewicz, TeresaSkalska. – Warsawa:InstytutTurystykiSzkołaGłównaTurystyki I RekreacjinazlecenieMinisterstwaSportu I Turystyki, 2013. – 93 s.
22. Wydziału Zarządzania [Електронний ресурс] / Режим доступу http://jmf.wzr.pl/pim/2012_2_2_7.pdf (19.04.2015)

УДК 338.48

Пацюк Вікторія Сергіївна,
кандидат географічних наук
ДВНЗ «Криворізький національний університет»,
м. Криви Ріг, Україна,
e-mail: victoriya_patsuk@mail.ru

Шиян Дар'я Валеріївна,
кандидат географічних наук
ДВНЗ «Криворізький національний університет»,
м. Криви Ріг, Україна,
e-mail: shiyan_dv@mail.ru

АНАЛІЗ ЄВРОПЕЙСЬКОГО ДОСВІДУ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ ІНДУСТРІАЛЬНОЇ СПАДЩИНИ ЗАДЛЯ ЙОГО ПОДАЛЬШОЇ АПРОБАЦІЇ В УКРАЇНІ

Метою даного дослідження є аналіз європейського досвіду залучення індустріальних об'єктів до туристичної діяльності шляхом організації системи європейських маршрутів індустріальної спадщини.

Методика. Теоретичне підґрунтя дослідження складають фундаментальні праці вітчизняних та зарубіжних вчених, що розкривають проблематику використання індустріальної спадщини для потреб туризму. Значну роботу здійснено по систематизації інформації представленої на сайті проекту «Європейський маршрут індустріальної спадщини».

За результатами дослідження наведено найбільш вдалі визначення поняття «туризм індустріальної спадщини». Виявлено особливості організації європейських

маршрутів індустріальної спадщини. Розкрито потенціал різних регіонів нашої країни щодо розвитку даного туристичного напряму. Виявлено перспективи подальшого включення найатрактивніших об'єктів індустріальної спадщини України до когорти європейських маршрутів.

Новизною та практичною значимістю даного дослідження є акцентування уваги на доцільності розгляду індустріальних об'єктів України як складової її туристичного потенціалу.

Ключові слова: індустріальна спадщина, туризм індустріальної спадщини, європейські маршрути індустріальної спадщини.

УДК 338.48

Пацюк Виктория Сергеевна,
кандидат географических наук
ГВУЗ «Криворожский национальный университет», г. Кривой Рог, Украина,
e-mail: *victoriya_patsuk@mail.ru*

Шиян Дарья Валерьевна,
кандидат географических наук
ГВУЗ «Криворожский национальный университет», г. Кривой Рог, Украина,
e-mail: shiyan_dv@mail.ru

АНАЛИЗ ЕВРОПЕЙСКОГО ОПЫТА РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА ИНДУСТРИАЛЬНОГО НАСЛЕДИЯ ДЛЯ ЕГО ДАЛЬНЕЙШЕЙ АПРОБАЦИИ В УКРАИНЕ

Целью данного исследования является анализ европейского опыта привлечения индустриальных объектов к туристической деятельности путем организации системы европейских маршрутов индустриального наследия.

Методика. Теоретическую основу исследования составляют фундаментальные труды отечественных и зарубежных ученых, раскрывающие проблематику использования индустриального наследия для нужд туризма. Значительную работу осуществлено по систематизации информации представленной на сайте проекта «Европейский маршрут индустриального наследия».

По результатам исследования приведены наиболее удачные определения понятия «туризм индустриального наследия». Выявлены особенности организации европейских маршрутов индустриального наследия. Раскрыт потенциал различных регионов нашей страны по развитию данного туристического направления. Выявлены перспективы дальнейшего включения самых атрактивных объектов индустриального наследия Украины в число европейских маршрутов.

Новизной и практической значимостью данного исследования является акцентирование внимания на целесообразности рассмотрения индустриальных объектов Украины как составляющей ее туристического потенциала.

Ключевые слова: индустриальное наследие, туризм индустриального наследия, европейские маршруты индустриального наследия.

UDC 338.48

Patsiuk Viktoriia Serhiivna,
Candidate of Geography Sciences
SIHE "Kryvyi Rih National University", Kryvyi Rih, Ukraine, e-mail: shiyan_dv@mail.ru

Shyian Daria Valeriivna,
Candidate of Geographic Sciences
SIHE "Kryvyi Rih National University", Kryvyi Rih, Ukraine, e-mail: shiyan_dv@mail.ru

ANALYSIS OF EUROPEAN EXPERIENCE OF INDUSTRIAL HERITAGE TOURISM FOR FURTHER TESTING IN UKRAINE

The purpose of this study is to analyze the European experience of attracting industrial facilities for tourism activities through the organization of European routes of industrial heritage.

Methods. The theoretical basis for research work constitute the fundamental domestic and foreign scientists, revealing the problems of use of the industrial heritage for tourism purposes. Much of the work done by systematizing the information presented on the website project "European route of industrial heritage".

Resulis. According to the survey are the most successful definition of "industrial heritage tourism". The features of the organization of European routes of industrial heritage. The potential of different regions of our country for the development of the tourist destination. Revealed the prospect of further facilities include nayatraktyvnishyh industrial heritage of Ukraine to the cohort of European routes.

The novelty and practical significance of this study is focusing on the consideration appropriateness industrial facilities Ukraine as part of its tourism potential.

Keywords: industrial heritage, industrial heritage tourism, European industrial heritage routes.

Постановка проблеми. Європейські країни, що пережили бум промислового виробництва у середині 50-70 років XX ст., нині перенесли своє індустріальне виробництво у країни третього світу. Однак артефактами потужного промислового виробництва залишилися споруди численних заводів, фабрик та шахт. Це поставило дилему: звільнити території від індустріальних пережитків минулого чи спрямувати зусилля на кардинальну трансформацію даних підприємств та їх використання в суспільно-корисних цілях. Як наслідок, більшість європейських країн акцентували увагу на масштабних перетвореннях колишніх індустріальних об’єктів в культурно-просвітницькі центри та розвитку туризму індустріальної спадщини.

Наша країна, з огляду на значний та тривалий індустріальний розвиток, має широкий спектр промислових об’єктів, що можуть стати плацдармом для розвитку туризму індустріальної спадщини. Тож у нашій країні цілком доцільним було б впровадження передового досвіду європейських країн щодо розвитку даного туристичного напряму. З огляду на це, дане дослідження було спрямоване на аналіз наявних європейських маршрутів індустріальної спадщини як еталонних прикладів раціональної трансформації індустріальних територій в туристичні дестинації.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. У цілому дослідження туризму індустріальної спадщини спираються на ґрунтовну теоретико-методологічну базу, створену завдяки зусиллям Ю.Г. Тютюнника, В.В. Запарія, Г.І. Денисика, О.О. Бейдика, О. Б. Морозової, В. А. Снитко, В.Л. Казакова, І.В. Федосєєвої, К.М. Горб, що присвятили свої напрацювання розгляду проблем індустріальної спадщини, а також Л.І. Зеленської, О.Є. Афанасьєва, І.В. Смаль, В.В. Смаль, І.М. Суматохіної, Г.Р. Потаєвої, Є.Т. Колендо, що безпосередньо розглядали особливості використання індустріальної спадщини в туристичній діяльності.

Виділення раніше не виділених частин загальної проблеми. Минуло вже більше п’ятдесяти років з початку руху з вивчення та збереження

індустріальної спадщини. Сьогодні дана проблема визнається в усьому цивілізованому світі. Збереженням, реабілітацією та пропагандою індустріальної спадщини як частини національної та міжнародної культури всього людства займається Міжнародний Комітет зі Збереження Індустріальної Спадщини (TICCIH), що був створений ще в 1970-ті роки. XV конгрес TICCIH відбувся у вересні цього року в місті Лілль (Франція). Наша країна в цілому та місто Кривий Ріг, зокрема, були презентовані на даному заході викладачами ДВНЗ «Криворізький національний університет» – Казаковим Володимиром та Пацюк Вікторією. Включення індустріальних об'єктів до Списку об'єктів Світової спадщини ЮНЕСКО зіграло вирішальну роль у прийнятті самого поняття індустріальної спадщини на глобальному рівні.

Незважаючи на це, керівництво ряду національних і міжнародних програм культурної спадщини та відповідних структур державного управління до сих пір до кінця не впевнені, що має на увазі під собою індустріальної спадщина і яка її цінність для національної та міжнародної культури та історії. На жаль, більшість представників управлінських структур нашої країни належать саме до цієї когорти. До того ж, не усвідомлюють потенціал щодо ревалоризації індустріальних підприємств і їх безпосереднє керівництво. Ніхто не бажає вкладати інвестиції в майбутнє, значно простіше відпрацьовані промислові об’єкти повністю утилізувати.

Формулювання цілей статті. Зважаючи на незадовільний рівень використання індустріальної спадщини в туристичній діяльності в Україні, нашим основним завданням було проаналізувати європейський досвід створення маршрутів індустріальної спадщини, їх територіальну локалізацію та тематичну спрямованість. Окрім цього, було виявлено потенціал різних регіонів нашої країни щодо розвитку туризму індустріальної спадщини та перспективи подальшого включення найатрактивніших об’єктів індустріальної спадщини України до когорти європейських маршрутів.

Виклад основного матеріалу. Поняття «туризм індустріальної спадщини» має більш широке висвітлення в зарубіжній науковій літературі. Одне із класичних його визначень було запропоноване авторами однієї з перших робіт з даної проблематики – статті «Шахти та кар’єри: туризм виробничої спадщини» («Mines and quarries: industrial heritage tourism»), виданої британським та іспанським географами J.Edzqrds та J. Llurde. Вони формулюють дане поняття як форму туризму, пов’язану з розвитком туристичної діяльності та туристичної індустрії на основі використання територій, споруд, будівель та інших об’єктів, що виникли і розвивались у минулому для виробничого призначення [5].

Відоме українське подружжя географів Смаль надають перевагу поняттю не «туризм індустріальної спадщини», а «туризм виробничої спадщини» і дають наступне його визначення: «це вид туризму, пов’язаний із використанням надбань матеріальної виробничої культури. Його

розвиток ґрунтується на основі використання територій, технічних споруд, будівель та інших об’єктів виробничого призначення як у минулому, так і в теперішньому часі» [4].

Передумовою виникнення туризму виробничої спадщини стали значні зміни у структурі виробництва, що відбулись у розвинутих країнах впродовж останніх десятиліть. Зародився туризм індустріальної спадщини у Великобританії та поширився в інші країни Європи. Рух за збереження індустріальної спадщини вперше з'явилося в Англії на початку 1960-х рр., коли почали спонтанно виникати місцеві групи ентузіастів, які боролися за порятунок пам'яток індустрії, яким загрожував все наростаючий в післявоєнні роки процес реконструкції. Символічним моментом народження такої самосвідомості була кампанія щодо збереження Юстон Арч – великого грецького стадіону, однак вона завершилася невдачею [3].

Із Великобританії рух щодо збереження індустріальних пам’ятних об’єктів поширився в інші країни Європи. Активізувався цей процес завдяки успішному досвіду розвитку даного виду туризму у Рурському районі ФРН, де у 1999 р. було завершено формування регіонального «Маршруту виробничої спадщини». Згодом даний маршрут трансформувався в проект «Європейський маршрут індустріальної спадщини» («European Route of Industrial Heritage» (ERIH)), що об’єднав низку регіональних та тематичних маршрутів даної тематики. Проект ERIH був запроваджений коштом фондів Європейського Союзу зі сподіванням, що: «нові форми туризму, які розвиваються на основі індустріальної спадщини можуть відіграти важливу роль у відродженні промислових районів, допомагаючи їм будувати краще економічне майбутнє» [1].

Сьогодні Європейський маршрут індустріальної спадщини (ERIH)– організація, що об’єднує експертів, що вивчають питання збереження та практичного використання індустріальної спадщини, представників промислових підприємств та музеїв.

Структура системи ERIH складається з опорних точок, що є найбільш важливими і привабливими туристичними об'єктами європейської індустріальної спадщини. Довгий час вони були зосереджені в колишніх центрах промислової революції: Великобританії, а також у Північно-Західній Європі (Нідерланди, Бельгія, Люксембург і Німеччина), поширені вони також у Франції та Чехії, проте основною метою ERIH є розширення мережі по всій Європі.

ERIH об’єднує європейську індустріальну спадщину у мережу туристичних маршрутів. ERIH акцентує увагу на кращих зразках європейської індустріальної спадщини. До мережі вже входять численні видатні міжнародні промислові пам'ятники. Десять регіональних маршрутів відображають промислову спадщину різних регіонів Європи, а десять європейських тематичних маршрутів дають детальний огляд історії ключових галузей промисловості.

ERIH є найбільш повним зібранням інформації про європейську

індустріальну спадщину. Проект ERIH наразі представляє собою: 66 якірних туристичних місць (об'єктів) в 7 країнах; 188 туристично привабливих місць, включених до 10 регіональних маршрутів в 4 країнах; 575 місць в рамках 10 європейських тематичних маршрутів [1].

Загалом до мережі ERIH входить 830 пам'яток в 29 країнах Європи.

Система ERIH в даний час складається з трьох основних модулів:

1) основний маршрут, побудований з якірних туристичних місць (об'єктів);

2) місця визначних історично-важливих пам'яток;

3) туристично-визначні пам'ятки, які обираються відповідно до певних критеріїв якості комітетом експертів.

Існує чотири різні повноправні категорії членства в ERIH:

1. Об'єкти якірного значення – це місця, що мають значну історичну цінність або ж поблизу розташовані туристично визначні пам'ятки. Критерії ідеального об'єкту якірного значення: важливість для промислової історії Європи в національних масштабах; широкий вибір привабливих найсучасніших послуг, наприклад, екскурсійні маршрути; наявна можливість демонстрації операційної діяльності заводу, а також перегляду мультимедійних інсталяцій; спеціальні траси для дітей; наявні засоби передачі своєї історії з використанням креативних методик та виставок; можливість використання своєї території для виставок, культурних заходів та інших атракцій; використання засобів збільшення свого потенціалу за допомогою інноваційних концепцій; наявність доступу до сучасної туристичної інфраструктури; готовність активно пропагувати ERIH-мережу засобами крос-маркетингу; зобов'язання розвивати Регіональний маршрут в межах свого впливу.

2. Окремі пам'ятки - всі інші пам'ятки, які поки не відповідають критеріям для набуття статусу об'єкту якірного значення. Окремі об'єкти можуть, але не обов'язково повинні, бути частиною Регіонального маршруту; однак, вони повинні бути внесені до Європейського тематичного маршруту.

3. Корпоративні члени - державні та приватні організації або установи, що діють в галузі охорони та збереження пам'яток, розвитку туризму, здійснення наукових досліджень, а також університети і всі інші організації, зацікавлені в галузі індустріальної спадщини. Вони отримують доступ до Європейської експертної мережі індустріальної спадщини. ERIH допомагає їм знайти партнерів для обміну досвідом з регіонами, місцями пам'яток і організаціями по всій Європі за допомогою електронної пошти, зустрічей і конференцій.

4. Індивідуальне членство - кожна людина, зацікавлена у європейській індустріальній спадщині та підтримці цілей, поставлених у мережі ERIH може стати її членом. Особи отримують доступ до ексклюзивної інформації і беруть участь у найважливіших подіях, національних та міжнародних конференціях.

Переваги від членства ERIH:

• *Профіль:* ERIH перетворює пам’ятку (об’єкт) в одну із основних складових ефективної європейської мережі та надає право голосу в узгоджені зусиль європейських промислових пам'ятників і музеїв.

• *Маркетинг:* ERIH відкриває нішу на європейському туристичному ринку. Завдяки крос-маркетингу кожен локальний об’єкт якірного значення сприяє популяризації всіх окремих пам’яток, що входять до ERIH-мережі. Таким чином, інформація про всі об’єкти якірного значення безпосередньо доступна мільйонам відвідувачів, зацікавленим у індустріальній спадщині.

• *Популяризація:* ERIH сприяє розповсюдженню буклетів, проведенню виставок, а також регулярно оновлює інформацією на веб-сайті (більше 100 000 відвідувачів на місяць), все це сприяє активізації просування об’єктів.

• *Діалог:* ERIH стимулює контакти з міжнародними експертами, зустрічі, обговорення, пропаганду та лобіювання у справі індустріальної спадщини.

• *Знання:* члени ERIH отримують вигоду від можливості обмінюватися знаннями та спілкуватися з експертами.

• *Підтримка:* Будучи членом ERIH можна отримати допомогу у залученні додаткового фінансування на європейському, національному або регіональному рівні [1].

В результаті проведеного дослідження, нами було систематизовано інформацію про всі об’єкти, що входять до кожного з основних європейських маршрутів, на основі чого було розкрито їх спеціалізацію, що відображено в таблиці.

Як видно з даної таблиці, більш вузько направлену спеціалізацію мають індустріальні маршрути регіоном Індустріальні долини (Німеччина), Корнуолом, Індустріальним сходом, Південно-Західним Йоркширом (Великобританія), Голландський маршрут. Тоді як більш розгалужена спеціалізація притаманна для Руру, Сілезії, Саксонія-Анхальт, Єврорегіону Маас-Рейн, Саар-Лоторінгія-Люксембург.

Активно впроваджуватися також тематичні індустріальні маршрути, до яких включено об’єкти певної галузі промисловості, зокрема:

1. Текстильна промисловість, що охоплює в основному підприємства Німеччини та Великобританії.

2. Гірничодобувна промисловість, широко представлена індустріальними об’єктами Великобританії, Німеччини, країн Бенілюксу, Франції та Польщі.

3. Металургія, представлена у Великобританії, Німеччині, країнах Бенілюксу та Франції.

4. Видобуток та виробництво солі, що мають місце у Франції, Німеччині, Швейцарії, Іспанії, Португалії, Австрії, Данії, Греції, Великобританії, Словаччині, Словенії, Болгарії, Румунії та Польщі.

5. Енергетика, що представлена в Великобританії, Нідерландах, Німеччині, Швеції, Данії.

6. Військова індустрія, що локалізується у Великобританії, Німеччині, Франції, Італії, Норвегії.

7. Транспорт та зв'язок, найяскравіше представлений у Великобританії та країнах Центральної Європи.

8. Мануфактури – широко представлені у Великобританії та країнах Центральної Європи.

9. Промислова архітектура – Великобританія, країни Бенілюксу, Німеччина.

10. Індустріальні ландшафти, представлені у Великобританії, Німеччині, Італії, Швеції, Польщі, Іспанії, Нідерландах.

Табл.1.

Спеціалізація європейських маршрутів індустріальної спадщини

№	*Назва маршруту*	*Тематика маршруту*
1	Регіональний маршрут Єврорегіоном Маас-Рейн	Видобуток бурого вугілля, металургія, текстильна промисловість
2	Регіональний маршрут Саар-Лотарінгія-Люксембург	Видобуток залізної руди, вугілля, металургія
3	Голландський маршрут	Гідрологічні технічні об'єкти, енергетика, пивоваріння
4	Сілезьке воєводство	Видобуток кам'яного вугілля, металургія
5	Рурський регіональний маршрут	Видобуток кам'яного вугілля, металургія, виробництво зброї
6	Центральнонімецький інноваційний регіон «Саксонія-Анхальт»	Видобуток солі, хімічна промисловість, авіабудування
7	Регіональний маршрут «Індустріальні долини»	Текстильна промисловість, металургія
8	Маршрут промислової спадщини Корнуолу	Видобуток міді та олова
9	Регіональний маршрут «Індустріальним сходом»	Текстильна промисловість, енергетика, пивоваріння
10	Маршрут індустріальної спадщини Південно-Західного Йоркширу	Видобуток кам'яного вугілля, енергетика

Наша країна в проекті ERIH представлена лише фрагментарно – у Києві: Державний музей авіації, Національний музей народної архітектури та побуту України у Пирогово, Національний музей Чорнобилю; у Львові: музей «Арсенал», Музей пива та пивоваріння, музей народної архітектури та побуту «Шевченків гай»; у Донецьку: Музей історії розвитку Донецької залізниці, Історичний музей, фонд «Ізоляція». Як видно з даного переліку,

вказані об’єкти з натяжкою можна віднести до індустріальної спадщини, єдиним об’єктом, що повністю відповідав європейським тенденціям трансформації індустріальних об’єктів в культурну платформу був фонд «Ізоляція», створений на території колишнього заводу ізоляційних матеріалів. Однак, нині даний фонд знаходиться на території військових конфліктів.

Економічний прогрес в цілому і, насамперед, промисловий розвиток України мали досить тривалий і в той же час органічний і стабільний характер. Плани розвитку промисловості СРСР в роки перших п'ятирічок (як власне і всій його історії) виходили з необхідності нарощування військової могутності країни і передбачали невиправдано високі темпи зростання важкої індустрії. Період модернізації економіки 30-х років в Україну ознаменувався будівництвом великої кількості нових підприємств, розширенням потужностей на вже існуючих. Всі ці перетворення в промисловості базувалися на впровадженні технологічних інновацій другої промислової революції (революції нафти і електрики), третього ЦК, проходження яких почалося в той період в колишньому Радянському Союзі. З позиції індустріальної спадщини особливий інтерес представляють об'єкти електроенергетики, створені в той час. Перш за все - це Дніпрогес, цілий ряд теплових електростанцій.

Таким чином, наша країна має значний потенціал для розвитку туризму індустріальної спадщини. Проаналізувавши його ресурсну базу було виділено перспективні райони для прокладання тематичних індустріальних маршрутів.

Можна зробити припущення, що маршрути індустріальної спадщини в межах країни доцільно було б районувати за наступними осередками:

Прикарпатський, де ключове значення має спадщина колишнього нафтовидобутку та соляної промисловості (Дрогобицький солеварний завод).

Подільський, що найяскравіше представлений цукровими заводами (Сатанівський, Шпиківський, Ситківський, Турбівський), підприємствами з обслуговування сільськогосподарського виробництва (вінницький суперфосфатний завод, завод з очистки бурякового насіння та машинобудівний завод Львовича (обидва у Вінниці)), підприємствами харчової індустрії (Браїлівський соко-морсовий завод, численні пивоварні заводи), а також млинами (млини на річці Горинь в с. Двірець, на річці Мукша в с. Привороття Друге, на річці Південний Буг в с. Сокілець) [2].

Столичний, що представлений в більшості об’єктами колишнього військово-промислового комплексу (Київський танкоремонтний завод, заводи «Арсенал» та «Більшовик») та харчової промисловості (рафінадний завод Бродського, що трансформувався у фабрику Карла Маркса, а потім підприємство «Рошен», броварня Ріхерта, де в радянські часи розміщувався завод солодових концентратів, колишній лікеро-горілчаний завод на Кудрявці). Однак, безсумнівно, кращим зразком використання індустріальної спадщини в туристичній діяльності в даному регіоні є

Чорнобильська АЕС, що входить до когорти найекзотичніших туристичних дестинацій світу.

Придніпровський – регіон з найбільш вираженим потенціалом щодо розвитку туризм виробничої спадщини, що концентрується у трьох потужних центрах: Дніпропетровську (металургійні заводи ім. Петровського та ім. Комінтерну, один з найбільших у світі ракетний завод «Південмаш», Катеринославська суконна фабрика, корпус кондитерської фабрики та пивзаводу), Запоріжжі (побудовані в 30-х рр. XX ст. Дніпрогес, металургійний завод «Запоріжсталь», електрометалургійний завод «Дніпроспецталь») та Кривому Розі – дане місто має унікальну концентрацію різновидових об'єктів індустріальної спадщини (металургійний комбінат «АрселорМіттал Кривий Ріг», відкритий у 1932 році, численні шахти міста, з яких донині функціонує шахта ім. Орджонікідзе, яка розпочала свою роботу у 1911 році, і входить до числа найстаріших із нині діючих шахт Європи, руїни колишнього Гданцівського чавуно-ливарного заводу, завод «Комуніст» тощо).

В достатній кількості наявна спадщина і в менших індустріальних центрах даного району: Дніпродзержинську, Нікополі, Павлограді, Орджонікідзе. Основна ж направленість спадщини даного району – гірничодобувна промисловість, металургія та машинобудування.

Донецький – індустріальна спадщина даного району представлена переважно кам'яновугільним видобутком солепромисловістю. Однак, зважаючи на нинішню ситуацію, активізація індустріальної спадщини для потреб туризму, на жаль, є неактуальною.

Потенціал окреслених регіонів цілком придатний для розвитку туризму індустріальної спадщини на національному рівні, а об'єкти деяких міст – Кривого Рогу, Дніпропетровська, Києва – цілком можуть стати надбанням проекту «Європейський маршрут індустріальної спадщини.

Висновки. Вкотре доводиться констатувати, що наша країна не використовує власний потенціал для розвитку ще одного туристичного напряму – туризму індустріальної спадщини. Хоча становлення даного туристичного виду могло б сприяти покращенню іміджу промислових територій, реструктуризації їх господарства, збереженню їх регіональної ідентичності, та, власне, формуванню позитивного ставлення населення до об'єктів так званої індустріальної культури. Цей вид туризму є альтернативним шляхом розвитку депресивних територій. Різноманіття та багатство об'єктів індустріальної спадщини нашої країни, за рахунок ефективної їх промоції, могло б достойно представляти Україну в системі європейських маршрутів індустріальної спадщини.

Список використаних джерел:

1. Європейський маршрут індустріальної спадщини [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://www.erih.net/

2. Канська В.В. Конструктивно-географічний аналіз антропогенних історико-археологічних заповідних об'єктів поділля / В.В. Канська // наукові записки Вінницького педуніверситету. – Сер. Географія. – 2010. – Вип. 21. – С. 105-111.

3. Смаль В.В. Туризм виробничої спадщини як продукт постіндустріальних трансформацій / А.В. Смаль //Географія та туризм: Наук. зб. / Ред. кол.: Я.Б. Олійник (відп. ред.) та ін.. – К.: Альтерпрес, 2010. – Вип. 9. – С. 27-34.
4. Смаль І.В., Смаль В.В. Туризм виробничої спадщини у контексті структуризації форм і видів туризму // Індустріальний туризм: реалії та перспективи : матеріали І Міжнародного науково-практичного форуму. – Кривий Ріг: вид. Р.А. Козлов, 2013. – С. 27-35.
5. Edwards J. Mines and quarries: Industrial heritage tourism / J. Edwards, J. Llurdes // Annals of Tourism Research. – 1996. – №23. – P. 341-363.

Список использованных источников:

1. Европейский маршрут индустриального наследия [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.erih.net/
2. Канска В.В. Конструктивно-географический анализ антропогенных историко-археологических заповедных объектов Подолья / В.В. Канска // Научные записки Винницкого педуниверситета. – Сер. География. – 2010. – Вып. 21. – С. 105-111.
3. Смаль В.В. Туризм производственной наследия как продукт постиндустриальных трансформаций / А.В. Смаль // География и туризм: Наук. сб. / Ред. кол.: Я.Б. Олейник (отв. ред.) и др. – М.: Альтерпрес, 2010. – Вып. 9. – С. 27-34.
4. Смаль И.В., Смаль В.В. Туризм производственной наследия в контексте структуризации форм и видов туризма // Индустриальный туризм: реалии и перспективы: Материалы I Международного научно-практического форума. – Кривой Рог: изд. Р.А. Козлов, 2013 – С. 27-35.
5. Edwards J. Mines and quarries: Industrial heritage tourism / J. Edwards, J. Llurdes // Annals of Tourism Research. – 1996. – №23. – P. 341-363.

References:

1. European route of industrial heritage [Electronic resource]. - Access: http://www.erih.net/ 2. Kanska V. Structurally geographical analysis of anthropogenic historical and archaeological reserves skirts / V. Kansk // Scientific notes of Vinnytsia Pedagogical University. - Geography. - 2010 - Vol. 21. - P. 105-111.
3. Smal V. Tourism industrial heritage as a product of post-industrial transformation / V. Smal // Geography and tourism: Science. Coll. / Red. col .: Y. Oliynyk (ed. ed.), etc .. - K .: Alterpres, 2010. - Vol. 9. - P. 27-34.
4. Smal I., Smal V. Tourism industrial heritage in the context of structuring the forms and types of tourism // Industrial tourism: reality and prospects: materials and international scientific-practical forum. - Krivyi Rih: Vol. R. Kozlov, 2013. - P. 27-35.
5. Edwards J. Mines and quarries: Industrial heritage tourism / J. Edwards, J. Llurdes // Annals of Tourism Research. - 1996. - №23. - P. 341-363.

УДК 911.3

Глібова Юлія Вікторівна

Київський національний університет
імені Тараса Шевченка, Київ, Україна,
e-mail: july.glibova@gmail.com

АНАЛІЗ ПОГЛЯДІВ НА ВИВЧЕННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ДЕСТИНАЦІЇ: СУСПІЛЬНО-ГЕОГРАФІЧНИЙ АСПЕКТ

Метою статті є узагальнення та аналіз наукових поглядів на категорію «туристична дестинація», яка вивчається дослідниками з різних дисциплін; аналіз її суспільно географічних аспектів.

Методика. У статті проведено порівняльний аналіз та узагальнення результатів наукових досліджень по виченню туристичної дестинації провідних вітчизняних та закордонних вчених.

Результати. У дослідженні було узагальнено наукові погляди на дестинацію, висвітлено власне бачення сутності цієї категорії, розкрито характерні риси туристичної дестинації, конкретизовано спільні та відмінні ознаки від близьких за значенням до цього терміну, розглянуто місце і роль дестинації у туристичній пропозиції.

Наукова новизна. Систематизація поглядів на вивчення туристичної дестинації. Висвітлення власного бачення сутності туристичної дестинації та окреслення її складових.

Практична значимість. Категорія «туристична дестинація» є однією з базових міждисциплінарних категорій туризмології. Тому систематизація та аналіз поглядів щодо її сутності та структури має значення для подальшого глибшого вивчення цієї категорії.

Ключові слова: туристична дестинація, сформованість туристчної дестинації.

УДК 911.3

Глебова Юлия Викторовна

Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко, Киев, Украина
e-mail: july.glibova@gmail.com

АНАЛИЗ ВЗГЛЯДОВ НА ИЗУЧЕНИЕ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ДЕСТИНАЦИИ: ОБЩЕСТВЕННО-ГЕОГРАФИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Цель. Обобщение и анализ научных взглядов на категорию «туристическая дестинация», которая изучается исследователями из разных дисциплин; анализ ее общественно географических аспектов.

Методика. В статье проведен сравнительный анализ и обобщение результатов научных исследований по изучению туристической дестинации выдающихся отечественных и зарубежных ученых.

Результаты. В исследовании были обобщены научные взгляды на дестинацию, освещено свое видение сущности этой категории, раскрыто характерные черты туристической дестинации, конкретизированы общие и отличительные признаки от близких по значению к этому термину, рассмотрены место и роль дестинации в туристическом предложении.

Научная новизна. Систематизация взглядов на изучение туристической дестинации. Освещение собственного видения сущности туристической дестинации и определение ее составляющих.

Практическая значимость. Категория «туристическая дестинация» является одной из базовых междисциплинарных категорий туризмологии. Поэтому систематизация и анализ взглядов на ее сущность и структуру имеет значение для дальнейшего более глубокого изучения этой категории.

Ключевые слова: туристическая дестинация, сформированность туристической дестинации.

UDC911.3

Glibova Viktorivna Iuliia

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv, Ukraine, e-mail: july.glibova@gmail.com

ANALYSIS OF VIEWS ON THE TOURISM DESTINATION STUDY: HUMAN-GEOGRAPHICAL ASPECT

The aim. Synthesis and analysis of scientific views on the category "tourism destination", which is being studied by researchers from different disciplines; analysis of its human geographical aspects.

*Methods.*In the article the comparative analysis and synthesis of the results of scientific studies on the tourist destination by prominent local and foreign scientists were made.

*Results.*The research summarizes the scientific views on tourism destination; highlights the own vision of the essence of this category; reveals the characteristics of tourism destinations; specified common and distinctive features from terms, close in meaning; considers the role and place of destination in tourism offer.

*Scientific innovation.*Systematics of scientific researches about tourism destinations. Coverage own vision of tourism destination and outline its components.

*The practical significance.*Category "tourist destination" is one of the basic categories of Tourism Studies. Therefore, systematization and analysis of views on its essence and structure matter to further deeper study of this category.

Keywords: tourist destination, formation of tourism destinations.

Постановка проблеми. Категорія «туристична дестинація» є однією з базових міждисциплінарних категорій туризмології. Тому систематизація та аналіз поглядів щодо її сутності та структури має значення для подальшого глибшого вивчення цієї категорії.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У науковій літературі, яка стосується сфери туризму, немає єдиного підходу щодо визначення сутності дестинації, тому є розбіжності в обґрунтуванні її функцій, складових елементів і призначення. Зокрема, проблематикою вивчення туристичної дестинації займалися Н. Лейпер, Р. Батлер, С. Плог, Д. Пірс, О. Йоргенсен, К.Купер, Д. Флетчер, С. Каспар, Т. Бієгер, Д. Бухаліс, Ф. Котлер, Дж. Річчі, Ф. Лоусон, М. Бод Бові, Б. Луб, С. Балоглу, К. Маклірі, Дж. Круш, Дж. Суорбрук, О. Йоргенсон, О.Д. Коль, Н. Флетчер, Н.Шмолл, В.А. Каверіна, В.А. Квартальнов, В.С. Боголюбов, А.І. Зорін, М.А. Морозов, С.С. Ніколаєв, Т.А. Себекіна, В.П. Орловська, Н.А. Гончарова, Е.Н. Павлова, М. Б. Біржаков, А.А. Рябцев, А.К. Гергишан, А.І. Тарасенок, Т.В. Румянцева, Т.І.Ткаченко, О.О. Любіцева та ін.

Метою статті є аналіз та узагальнення наукових поглядів на категорію «туристична дестинація» у суспільно-географічному аспекті.

Виклад основного матеріалу. Першу наглядну модель туристичної системи із зазначенням у ній місця туристичної дестинації представив Нейл Лейпер. Він досить глибоко дослідив сутність дестинації. Науковець характеризує поняття дестинації з геопросторової й управлінської точок зору. Тобто, з одного боку, дестинація - це місце, що є метою подорожі мандрівника, з іншого - процес досягнення мети повинен бути керованим. Лейпер виділяє 5 основних частин відкритої туристчиної системи: туристи, індустрія туризму, регіон, де живуть туристи,транзитний регіон, регіон туристичної дестинації [14].

У тому ж році С. Плог уживає термін «туристична дестинація». Автор виявив залежність стадії розвитку дестинації та психографічних характеристик відвідувачів, що її обирають [16].

Д. Бухаліс інтерпретує туристичну дестинацію як поєднання туристичних продуктів, пов'язаних географічно, які надають певні враження та досвід споживачам. Частіше за все дестинацією виступає конкретна географічна територія, така як країна, острів чи місто. Однак усе частіше, на думку автора, дестинаціями стають перцепційні концепції, які інтерпритуються суб'єктивно споживачами, залежно від їх маршруту, культурного підгрунтя, мети подорожі, освітнього рівня та минулого досвіду. Д. Бухаліс зазначає, що туристична дестинація повинна мати визначені територіальні та адміністративні межі. Це необхідно для ефективного управління та маркетингу туристичних дестинацій. Також учений пропонує дуже деталізовану модель еволюції життєвого циклу туристичної дестинації. В залежності від географічного положення вчений надає типологію туристичних дестинацій [10].

У 1989 р. Д. Пірс трактує поняття дестинації як місце, після відвідання якого у туристів залишаються різні враження, емоції та досвід. Саме враження від відвідання дестинації Д. Пірс вкладає в основу сегментації туристичного ринку. Тобто, мотивація виступає основним фактором усіх прогнозів туристичних потоків до певної дестинації [15].

Вчені Датської академії наук О. Йоргенсен, К.Купер, Д. Флетчер трактують дестинацію як певну цілісну систему служб, діяльність яких спрямована на задоволення потреб туристів. Така система складається зі сталого набору компонентів. Таким чином було створено модель «чотири А», яка згодом шляхом конкретизації та доповнення, трансформувалася у модель «шість А», яка розкриває склад і призначення компонент дестинації. У моделі, запропонованій вченими О. Йоргенсеном, К. Купером і Д. Флетчером, дестинація розглядається як взаємозв'язок таких елементів: атракції (attractions), доступність (accessibility), зручнісіть (amenities), посередники та допоміжні служби (ancillary services), організація діяльності туристів (activities), наявність підготовленого туристичного продукту (available packages).

Ф. Котлер першим звернув увагу на туризм, коли дав визначення маркетингу місць, як «підприємницької діяльності, що здійснюється з метою створення підтримки чи зміни відношень чи поведінки, що стосуються даних місць». У той же час термін туризмології «туристична дестинація» у певній мірі замінив собою маркетингові концепти, багато взявши з їх змісту. Таким чином завдяки впровадженню в туризмологію ідей маркетингу дестинація стала концептом, тобто терміном, що вийшов за рамки свого первісного значення [4].

Західні вчені де в чому ототожнюють конкурентоспроможність та сформованість туристичних дестинацій. Розроблено чимало моделей розвитку конкурентоспроможності туристичнх дестинацій. Найуживанішою з таким моделей є модель, розроблена вченими Дж. Річчі та Дж. Крушем. Ця модель намагається описати найбільш прийнятні фактори, що впливають на конкурентоспроможність туристичних дестинацій, беручи до уваги вплив показників макро- та мікросередовищ.

Модель виявляє 36 головних факторів конкурентоспроможності дестинацій, які комбінуються у п'ять основних груп: основні ресурси, допоміжні ресурси, менеджмент дестинації, планування розвитку дестинації, ресурси прискорення [17].

Важливим індикатором економічного розвитку є індекс туристичної конкурентоспроможності (Tourism & Travel competitiveness index (TTCI)). Індекс визначається за більше, ніж 75 показниками. Основна задача визначення індексу туристичної конкурентоспроможності – визначити фактори, що сприяють розвиткові туристичної галузі у різних країнах. Індекс складається з трьох основних субіндексів: управлінський субіндекс; субіндекс бізнесередовища та інфраструктури; субіндекс туристичних ресурсів. Даний індекс розраховується для 140 країн світу [18].

У сучасних зарубіжних дослідженнях вивчення дестинацій тісно пов'язане з брендингом та геомаркетингом. Імідж туристичної дестинації стає одним з важливих складових її сформованості.

Поняття іміджу тісно співіснує з поняттям брендингу, щодо пояснення якого існує декілька різних поглядів у вчених. Ф. Лоусон і М. Бод Бові визначають концепт «імідж туристичної дестинації» як «вираження всіх об'єктивних знань, упереджень, емоційних думок особи чи групи осіб щодо певної локації» [13]. Ф. Котлер визначає імідж як «суму усіх поглядів, ідей та вражень, які люди асоціюють з дестинацією» [12]. Б. Луб пропонує схему, яка пояснює конструкцію первинного іміджу туристичної дестинації через мотивацію туристиів. В. Луб С. Балоглу і К. Маклірі пропонують модель «PATH», щоб пояснити процес формування іміджу туристичної дестинації.

Наприкінці XX ст. термін «дестинація» став офіційним терміном Всесвітньої туристичної організації, яка дала наступне офіційне визначення: «дестинація - фізичний простір, в якому відвідувач проводить час, принаймні, з однією ночівлею. Вона включає туристичні продукти, такі як послуги та атракції і туристичні ресурси в межах одного дня подорожі. Цей простір має фізичні та адміністративні межі, що визначають спосіб його управління, образи і перцепції, що визначають його ринкову конкурентоспроможність». Менші дестинації можуть об'єднуватися в більші. Дестинації можуть бути територіями різними за масштабом, наприклад, країна, регіон, острів, місто чи селище. Дестинація включає набір елементів, які приваблюють туристів і задовольняють їх мету подорожі [11].

У радянській термінології для визначення місць туристичного інтересу вживалися терміни «туристиний центр», «туристиний регіон», «туристична зона», «туристичний об'єкт». Основні положення географії туризму та рекреаційної географії знаходимо в працях В.С. Преображенського, Ю.О. Вєдєніна, І.В. Зорина, М.А. Ананьева, Н.П. Зачиняєва, Н.С. Фальковича, Є.А. Котлярова та інших.

У вітчизняній літературі для визначення просторової форми рекреаційно-туристичної діяльності вперше був вжитий термін

«туристичний центр» у 60-х рр. XX ст. У цей же час починає вживатися інший термін «територіально-рекреаційний комплекс» як вид територіальної організації рекреаційної діяльності вищого рангу. Первинною ж територіальною одиницею вважається рекреаційний пункт, який спеціалізується на одному виді рекреаційної діяльності.

У 70-х роках з'являється концепція територіальної рекреаційної системи (ТРС). В. Преображенський визначає рекреаційну систему як «сукупність територіальних мереж підприємств різноманітних субгалузей рекреаційного господарства, які мають як спільні, так і власні закономірності територіальної диференціації.» [8]. Ця концепція стає основою теоретичних досліджень рекреаційного господарства радянського та пострадянського часу.

Таким чином у радянській науковій школі вивчення туристичних процесів проводилося з точки зору рекреаційної географії. Об'єктом вивчення географічної науки на регіональному і локальному рівнях є географічні комплекси. [7]. Туристичні дестинації, у свою чергу теж розглядалися як типові суспільно-географічні комплекси. Адже вони являють собою освоєні для ведення туристичної діяльності території зі своїми просторовими структурами і формами організації туристичної діяльності.

Територіальні курортно-рекреаційні комплекси походять із концепції ТРС. У 80-х роках вводиться термін «рекреаційне середовище». Ю. Вєдєнін розглядає його як складову навколишнього середовища, як «сукупність природних, технічних та соціальних явищ і процесів, що оточують людей під час їх рекреаційної діяльності». Учений наголошує не тільки на просторових змінах у природній системі, а й на часових, оскільки існує циклічність рекреаційної діяльності в межах певного типу територій [1]. Перші теоретико-методологічні дослідження туристичних дестинацій на території держав СНД були розпочаті вченими Санкт-Петербурзької наукової школи туризму. Її представниками є Є. Богданов, С.Ніколаєв, Т. Румянцева .

Серед російських вчених першим вживає поняття туристична дестинація М.А. Морозов у 1998 р. Він визначає туристичну дестинацію як географічну територію, що наділена певною привабливістю для туристів. На перший план виходить поняття «привабливість», яка може бути різною для різних груп туристів [6]. Цікавою є його класифікація туристичних дестинацій у залежності від обізнаності туристів щодо неї.

І.В. Зорін, В.А. Каверіна, В.А. Квартальнов у своїх роботах звертають значну увагу на стретегії розвитку нових дестинацій. Ними проводиться визначення та оцінка заходів, вжитих у зв'язку із заохоченням розвитку нових дестинацій в рамках гармонійного економічного і соціального розвитку окремих регіонів, шляхом більш збалансованого розподілу туристичних потоків [3]. А.І. Зорін розглядає дестинацію як об'єкт регіонального планування в представленні територіальних, рекреаційних систем різних рівнів: країна – регіон – ландшафт – центр –

підприємство – маршрут. А.І. Зорін зазначає, що дестинація є одним з видів соціального простору, що формується на базі фізичного простору. Теорію взаємодії фізичного і соціального простору запропонував П'єр Бурдьє. Суть теорії полягає в тому, що людина одночасно виступає біологічним індивідом, прив'язаним до певного фізичного простору, і в той же час соціальним агентом. Таким чином, люди накладають соціальний простір на фізичний. Турист – це одна з соціальних ролей людини. Тому дестинація й виступає одночасно фізичним та соціальним простором [2]. А.І. Зорін також займався вивченням туристичних кластерів. Учений рекомендує диференціювати туристичні кластери як родові поняття, по їх туристичній приналежності.

Табл. 1.

Аналіз поглядів на вивчення туристичної дестинації

Прізвище вченого	Країна	Новизна досліджень	Аспект вивчення туристичної дестинації	Що розглядається під поняттям «туристична дестинація»
Н. Лейпер	Данія	Перша модель туристичної системи	Геопросторовий, управлінський	Місце, що є метою подорожі
С. Плог	США	Залежність стадії розвитку дестинації та психографічних характеристик відвідувачів	Психологічний	Мета подорожі
Д. Бухаліс	Великобританія	Модель еволюції життєвого циклу туристичної дестинації, типологія туристичних дестинацій.	Геопросторовий, перцепційний, просторово-часовий	Поєднання турпродуктів, що пов'язані географічно
Д. Пірс	Нова Зеландія	Розглядає мотивацію як основний фактор прогнозу турпотоків до дестинації	Психологічний	Місце, що продукує емоції
О. Йоргенсен, К.Купер, Д. Флетчер	Данія	Модель «чотири А»	Функціональний	Стала система служб
Р. Батлер	Великобританія, Канада	Модель життєвого циклу туристичної дестинації	Просторово-часовий	Територія
Ф. Котлер	США	Маркетинг місць	Маркетинговий	Місце, територія
Дж. Річчі та Дж. Круш	США	Модель розвитку конкурентоспроможності туристичних дестинацій	Маркетинговий	Турпродукт

Ф. Лоусон, М. Бод Бові, Б. Луб, С. Балоглу, К. Маклірі		Вивчення іміджу туристичної дестинації	Перцепційний, маркетинговий	Турпродукт
В. Преображенський	СРСР	Концепція територіальної рекреаційної системи (ТРС)	Рекреаційний, геопросторовий, кластерний	Сукупність територіальних мереж підприємств
Е. Алаєв	СРСР		Суспільно-географічний	Суспільно-географічний комплекс
Ю. Вєдєнін	СРСР	Термін «рекреаційне середовище»	Просторово-часовий	Частина навколишнього середовища
М.А. Морозов	Росія	Класифікація туристичних дестинацій	Геопросторовий	Територія, наділена привабливістю
І.В. Зорін, В.А. Каверіна, В.А. Квартальнов	Росія	Стратегії розвитку нових туристичних дестинацій, моделі розвитку туристичних дестинацій	Управлінський, геопросторовий	Об’єкт регіонального планування
А.І. Зорін	Росія	Фактори формування туристичних дестинацій, вивчення туристичних кластерів	Управлінський, геопросторовий, кластерний	Об’єкт регіонального планування
Любіцева О.О.	Україна	Суспільно-географні дослідження туристичного процесу	Просторово-часовий	Елемент територіальної системи
Т.І. Ткаченко	Україна	Математична модель туристичної дестинації, типологія туристичних дестинацій	Маркетинговий, управлінський	Турпродукт

Теоретико-методологічна концепція суспільно-географічного дослідження туристичного процесу грунтується на системно-процесуальному підході, який є сполученням принципів системного та процесуального підходів і дозволяє розглядати явище як безперервний динамічний процес розвитку і просторово-часового взаємоузгодження структур у взаємодії з умовами конкретної території, фіксованими на кожний часовий зріз відповідними формами просторової організації [2]. Туристичні дестинації в даному випадку і виступають такими формами просторової організації туристичного процесу.

Багато досліджень, присвячених туристичним дестинаціям має Т.І. Ткаченко. Вчений зазначає, що маркетинг місць відпочинку трансформувався у поняття туристичної дестинації. [9, с. 65]. Далі Т.І. Ткаченко виходячи з розуміння дестинації як суб’єкту господарювання,

диференціації туристичного продукту, умов функціонування суб'єктів туристичного бізнесу на території дестинації, аналізу функціонування системи в умовах невизначеності та при сформульованих цілях, прийняття рішень щодо можливих стратегій, пропонує математичну модель туристичної дестинації [9, с. 68]. Таким чином, можна розглядати три основні центри вивчення туристичних дестинацій. Західноєвропейські дослідження, в основному вчених з Великобританіїї та Данії, стосуються просторово-часових, функціональних аспектів дослідження туристичної дестинації. Вчені з США приділяють більше уваги маркетингових дослідженням туристичної дестинації. Східноєвропейські дослідження теж відрізняються і характеризуються дослідженням туристичних дестинацій спочатку на засадах рекреаційної географії (радянський етап), а потім переходом до кластерного геопросторового підходу. У науковій вітчизняній туристичній літературі простежує лінгвоструктурний ланцюг зміни концептів: туристичний центр (концепт з 1962) – рекреаційний район (1968) – територіальна рекреаційна система (1975) – курорт (1985) - туристична дестинація (1995) – туристичний кластер (2005).

Аналіз різних поглядів на сутність туристичної дестинації дозволяє визначити її як географічно визначену територію з наявними для розвитку туризму ресурсами та умовами; зі своєю перцепційною концепцією; із туристичним продуктом, який формується у її межах; та яка є ланкою регіональної системи туристичного планування та менеджменту. Грунтуючись на дослідженнях, присвячених вивченню туристичних дестинацій, можна зробити висновок, що туристична дестинація є частиною туристичної системи, яка має чотири основні складові: геопросторову, управлінську, економічну, перцепційну, які й представлені на рисунку. Таким чином зобразити її схематично можна наступним чином рис. 1.

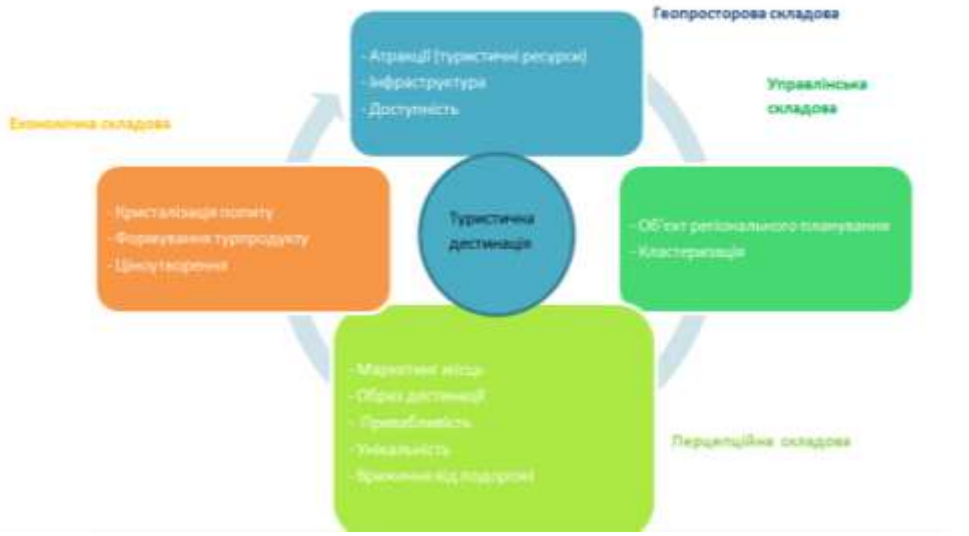

Рис. 1. Складові туристичної дестинації

*Висновки.*У дослідженні було узагальнено наукові погляди на дестинацію, висвітлено власне бачення сутності цієї категорії, розкрито характерні риси туристичної дестинації, конкретизовано спільні та відмінні ознаки від близьких за значенням до цього терміну, розглянуто місце і роль дестинації у туристичній пропозиції.

Список використаних джерел:

1.Вєдєнін Ю.А. Динамічність середовища та ресурсів рекреаційної діяльності/ Ю.А. Вєдєнін // Рекреаційні ресурси та методи їх вивчення. – М.: МФГО СССР, 1981 – 137 с.
2. Зорін А.І. Дестинація в контексті ЮНЕСКО/ А.І. Зорін //. – М., РМАТ, 2011. – 97 с.
3. Зорін І.В., Каверина Т.П., Квартальнов В.А. Туризм як вид діяльності/ І.В. Зорін, Т.П. Каверина, В.А. Квартальнов// Підручник. - Підручник. М.: Финансы и статистика. 2005. – 288 с.
4. Котлер Ф. Основи маркетинга / Ф. Котлер ; пер. В. Б. Боброва ; ред. пер. М. Пенькова. - СПб. : Коруна : Литера плюс, 1994. - 698 с.: рис. - Библиогр.: С.670-685.
5. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг / О.О. Любіцева - К.: Альтерпрес, 2002. - 436 с., с. 143.
6. Морозов М.А. Дестинація – важливий елемент туризуа / М.А. Морозов, О. Коль. Туризм: практика, проблеми, перспективи. – 1998. –№ 1. – С. 9.
7. Пістун М.Д. Основи теорії суспільної географії: Навч. Посібник / М.Д. Пістун – К.: Вища шк.., 1996. – 231 с., с. 32
8. Преображенський В.С. Рекреаційна географія, її стан і перспективи// Преображенський В.С., Ліханов Б.Н., Вєдєнін Ю.А. // Соціально-економічні та географічні аспекти дослідження. – М., 1974. – С. 1-16.
9. Ткаченко Т.І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу:монографія / Тетяна Іванівна Ткаченко. – 2-ге вид., випр. та доповн. – К.: Київ. нац. торг-екон. ун-т, 2009. – 463 с.
10. Бухаліс Д. Маркетинг конкурентоспроможної дестинації майбутнього/ Д. Бухаліс // Менеджмент туризму. – 2000. – № 21 (1). – С. 97–116.
11. Індикатори сталого розвитку туристичних дестинацій - Мадрид, - 2004. – С.35.
12. Котлер Ф., Гайдер Д., Ірвінг Р.. Маркетинг місць ¬ Привертаючи інвестиції, галузь ітуризмдо міст, держав і націй. – Нью-Йорк, 1993. – С. 86.
13. Лавсон Ф., Бод-Бові М..Туризм та рекреаційний розвиток. Лондон: Архітектурна преса.- С.83.
14. Лейпер Н. Структура туризму: у напрямку визначення туризму, туриста і туристичної індустрії // Результати туристичного дослідження. – 1973. – № 6(4). – С. 390–407.
15. Пірс Д. Розвиток туризму. – Wiley, 1989. – С. 341.
16.Плог С. Чому території дестинацій збільшують і зменшують популярність // Щоквартальник готельно-ресторанної адміністрації Корнел. – 1973. – № 14. – С. 55–58.
17. Річі Дж., Круш Дж.. Конкурентоспроможна дестинація: Перспектива сталого туризму,Видавництво CABI, Валлінфорд,Великобританія. – 2003. С.35.
18. Звіт туристичної конкурентоспроможності 2013. Режим доступу: http://www3.weforum.org/docs/WEF_TT_Competitiveness_Report_2013.pdf

Список использованных источников:

1.Веденин Ю.А. Динамичность среды и ресурсов рекреационнной деятельности/ Ю.А. Веденин // Рекреационнные ресурсы и методы их изучения. – М.: МФГО СССР, 1981 – 137 с.
2. Зорин А.И. Дестинация в контексте ЮНЕСКО/ А.И. Зорин //. – М., РМАТ, 2011. – 97 с.
3. Зорин И.В., Каверина Т.П., Квартальнов В.А. Туризм как вид деятельности/ И.В. Зорин, Т.П. Каврина, В.А. Квартальнов// Учебник. - Учебник. М.: Финансы и статистика. 2005. – 288 с.
4. Котлер Ф. Основы маркетинга / Ф. Котлер ; пер. В. Б. Боброва ; ред. пер. М. Пенькова. - СПб. : Коруна : Литера плюс, 1994. - 698 с.: рис. - Библиогр.: С.670-685.
5. Любицева О.А. Рынок туристических услуг / О.О. Любицева - К.: Альтерпрес, 2002. - 436 с., с. 143.
6. Морозов М.А. Дестинация – важнейший элемент туризма / М.А. Морозов, О. Коль. Туризм: практика, проблемы, перспективы. – 1998. –№ 1. – С. 9.
7. Пистун М.Д. Основы теории общественной географии: Учебн. Пособие / М.Д. Пистун – К.: Вища шк.., 1996. – 231 с., с. 32
8. Преображенский В.С. Рекреационная география, ее состояние и перспективы// Преображенский В.С., Лиханов Б.Н., Веденин Ю.А. // Социально-экономические и географические аспекты исследования. – М., 1974. – С. 1-16.)

9. Ткаченко Т.И. Устойчивое развитие туризма: теория, методология, реалии бизнесу:монография / Т. И. Ткаченко. – 2-ге изд., испр. и дополн. – К.: Киев. нац. торг-экон. ун-т, 2009. – 463 с.
10. Бухалис Д. Маркетинг конкурентоспособности дестинации будущего/ Д. Бухалис // Менеджмент туризму. – 2000. – № 21 (1). – С. 97–116.
11. Индикаторы устойчивого развития туристических дестинаций - Мадрид, - 2004. – С.35.
12. Котлер Ф., Гайдер Д., Ирвинг Р.. Маркетинг мест ¬ Привлекаяинвестиции, отрасль и туризм в города, страны и нации. – Нью-Йорк, 1993. – С. 86.
13. Лавсон Ф., Бод-Бови М.. Туризм и рекреационное развитие. Лондон: Архитектурная пресса.- С.83.
14. Лейпер Н. Структура туризма: в направлении определения туризма, туста и туристической индустрии // Результатытуристического исследования. – 1973. – № 6(4). – С. 390–407.
15. Пирс Д. Развитие туризма. – Wiley, 1989. – С. 341.
16.Плог С. Почему территория дестинаций увеличивают и уменьшают популярность // Ежеквартальник отельно-ресторанной администрации Корнел. – 1973. – № 14. – С. 55–58.
17. Ричи Дж., Круш Дж.. Конкурентоспособная дестинация: Перспектива устойчивого туризма, Издательство CABI, Валлинфорд,Великобритания. – 2003. С.35.
18. Отчет туристической конкурентоспособности 2013. Режим доступа: http://www3.weforum.org/docs/WEF_TT_Competitiveness_Report_2013.pdf.

References:

1.Vedenin Y.A. Dynamic environment and resources, recreational activities / Y.A. Vedenin // Recreational resources and methods of its study. - M .: ICSF USSR, 1981 - 137 p.
2. A. Zorin. Destinations in the context of the UNESCO// A.I. Zorin. - M., RIAT 2011 - 97 p.
3. Zorin I.V., Kaverina T.P., V.A. Kvartalnov. Tourism as an activity / I.V. Zorin, E.C. Kavrina, V.A.Kvartalnov// Tutorial. - Tutorial. M .: Finance and Statistics. 2005. - 288 p.
4. Kotler F. Principles of Marketing / Kotler; int. V.B. Bobrov; Ed. per. M. Penkov. - SPb. : Coruna: Letter Plus, 1994. - 698 p .: fig. - Bibliography .: P.670-685.
5. O.O. Lyubitseva.Tourism services market // O.O. Lyubitseva - K .: Alterpres, 2002. - 436 p., P. 143.
6. Morozov M.A. Destinations is an essential element of tourism // M.A. Morozov A. Kohl. Tourism: Practice, Problems and Prospects. - 1998. -№ 1. - P. 9.
7. Pistun M.D. Basics of Human Geography theory // M.D. Pistun - K .: Vishcha shk .., 1996. - 231 p., P. 32
8. Preobrazhensky V.S. Recreational geography, its condition and prospects // Preobrazhensky V.S., Likhanov B.N., Vedenin Y.A. // Socio-economic and geographical aspects of the Study. - M., 1974. - P. 1-16.
9. Tkachenko T.I. Sustainable development of tourism: ttheory, metodology: monografiya / Tetyana Ivanivna Tkachenko. - 2-d ed.- K .: Kiev. nat. tr-ec.universitypress, 2009. - 463 p.
10. Buhalis D. Marketing the Competitive Destination of the Future / D. Buhalis // Tourism Management. – 2000. – № 21 (1). – Pp. 97–116.
11. Indicators of Sustainable Development for Tourism Destinations: A Guidebook. – Madrid, - 2004. – P.35.
12. Kotler Philip, Haider Donald H. and Rein Irving. Marketing Places ¬ Attracting Investment, Industry And Tourism To Cities, States And Nations. – New York, 1993. – P. 86.
13. Lawson, F., and Baud-Bovy, M. (1977), Tourism and Recreational Development. London: Architectural Press
14. Leiper, Neil. The framework of tourism: towards a definition of tourism, tourist, and the tourist industry// Annals of Tourism Research. – 1973. – № 6(4). – Pp. 390–407.
15. Pearce, Doug. Tourist Development. – Wiley, 1989. – P. 341.
16.Plog, S.C. Why destination areas rise and fall in popularity// The Cornell Hotel and Restaurant Administration Quartely. – 1973. – № 14. – Pp. 55–58.
17. Ritchie, J.R.B. and G.I. Crouch (2003). The Competitive Destination: A Sustainable Tourism Perspective, CABI Publishing, Wallingford, UK.
18.The travel and tourism competitiveness report 2013. Access mode: http://www3.weforum.org/docs/WEF_TT_Competitiveness_Report_2013.pdf.

УДК 338.48:629.73

Гурова Дар'я Дмитрівна,
кандидат географічних наук, доцент
Запорізький національний технічний університет, м. Запоріжжя, Україна
e-mail: pogytkalo@mail.ru

Шевченко Олена Вадимівна
кандидат економічних наук, доцент
Запорізький національний технічний університет, м. Запоріжжя, Україна

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ АВІАЦІЙНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Мета статті − проаналізувати сучасний стан та перспективи розвитку авіаційного туризму в Україні.

Методика: для вирішення поставленої мети у роботі використано такі методи дослідження: монографічний (при вивченні стану авіаційних пасажироперевезень в Україні), порівняння (при оцінці пасажиропотоків українських аеропортів). Системний аналіз дозволив надати характеристику основних проблем авіаринку України. Також був використаний діалектичний підхід до вивчення явищ і процесів авіаційного туризму.

Результати: розглянуто перспективи функціонування в Україні лоукостерних компаній та авіакомпаній України, показані шляхи подолання кризи, що склалася в авіаційному туризмі в країні. На сьогоднішній день основними проблемами розвитку авіаційної галузі України являється зношеність основних фондів, дефіцит кваліфікованих кадрів, невідповідність технічних можливостей аеропортів сучасним міжнародним вимогам, відсутність державної підтримки створення нової техніки й впровадження сучасних технологій, жорстка податкова політика держави відносно авіаційної галузі, невизначеність умов діяльності та підвищений економічний ризик управління авіакомпаній, недостатня модернізація парку повітряних суден, велика кількість формальностей при міжнародних авіаперевезення, завантаженість аеропортів та повітряного простору та інші.

Наукова новизна роботи в тому, що був проведений аналіз сучасного стану авіаційних туристських пасажироперевезень в світі та Україні, а також розглянуті перспективи авіатуризму в Україні.

Практична значимість: матеріали статті можуть бути використані в якості додаткового матеріалу студентами ВНЗ спеціальності «Туризм» при вивченні дисципліни «Організація транспортних подорожей», авіакомпаніями і турфірмами при розробці нових шляхів співпраці з провідними авіакомпаніями світу й України, з урахуванням перспектив розвитку авіаперевезень в Україні.

Ключові слова: авіатуризм, лоукостери, проблеми розвитку, шляхи оптимізації.

УДК 338.48:629.73

Гурова Дарья Дмитриевна,
кандидат географических наук, доцент
Запорожский национальный технический университет, г. Запорожье, Украина,
e-mail: pogytkalo@mail.ru

Шевченко Елена Вадимовна,
кандидат экономических наук, доцент
Запорожский национальный технический университет, г. Запорожье, Украина

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ АВИАЦИОННОГО ТУРИЗМА В УКРАИНЕ

Цель статьи − проанализировать современное состояние и перспективы развития авиационного туризма в Украине.

Методика: для решения поставленной цели в работе использованы следующие методы исследования: монографический (при изучении состояния авиационных

пассажироперевозок в Украине), сравнение (при оценке пассажиропотоков украинских аэропортов). Системный анализ позволил дать характеристику основных проблем авиарынка Украины. Также был использован диалектический подход к изучению явлений и процессов авиационного туризма.

Результаты: рассмотрены перспективы функционирования в Украине лоукостерных компаний и авиакомпаний Украины, показаны пути преодоления сложившегося кризиса в авиационном туризме в стране. На сегодняшний день основными проблемами развития авиационной отрасли Украины является изношенность основных фондов, дефицит квалифицированных кадров, несоответствие технических возможностей аэропортов современным международным требованиям, отсутствие государственной поддержки создания новой техники и внедрения современных технологий, жесткая налоговая политика государства в отношении авиационной отрасли, неопределенность условий деятельности и повышенный экономический риск управление авиакомпаний, недостаточная модернизация парка воздушных судов, большое количество формальностей при международных авиаперевозках, загруженность аэропортов и воздушного пространства и другие.

Научная новизна работы в том, что был проведен анализ современного состояния авиационных туристских пассажироперевозок в мире и Украине, а также рассмотрены перспективы авиатуризма в Украине.

Практическое значение: материалы статьи могут быть использованы в качестве дополнительного материала студентами ВУЗов специальности «Туризм» при изучении дисциплины «Организация транспортных путешествий», авиакомпаниями и турфирмами при разработке новых путей сотрудничества с ведущими авиакомпаниями мира и Украины, с учетом перспектив развития авиаперевозок в Украине.

Ключевые слова: авиатуризм, лоукостеры, проблемы развития, пути оптимизации

UDC 338.48:629.73

Gurova Darya Dmitrivna,
Candidate of Geography Sciences, Associate Professor
Zaporizhzhya national technical University, Zaporizhzhia, Ukraine,
e-mail: pogytkalo@mail.ru

Shevchenko Olena Vadymivna,
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Zaporizhzhya national technical University, Zaporizhzhia, Ukraine

PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF AIR TOURISM IN UKRAINE

The article aims are to analyse the current state and prospects of development of aviation and tourism in Ukraine.

Methods: to address this goal the study used the following research methods: monographic (when studying the state of aviation passenger traffic in Ukraine), comparison (assessing passenger flows of Ukrainian airports). System analysis has allowed to characterize the main problems of the aviation market of Ukraine. Also a dialectical approach to the study of phenomena and processes of aviation tourism was used.

The results: the prospects of functioning in Ukraine of lowcost companies and airlines of Ukraine, ways of overcoming the current crisis in the aviation tourism in the country are examened. At present, the main problems of the development of aviation industry of Ukraine is the depreciation of capital assets, the shortage of qualified personnel, the discrepancy between the technical possibilities of modern airports with international requirements, the lack of state support for the creation of new techniques and the introduction of modern technology, hard state tax policy in relation to aviation industry, the uncertainty of business conditions and increased economic risk running an airline, a lack of modernization of the

aircraft fleet, a large number of formalities in international air travel, congestion of airports and airspace, etc.

Scientific novelty of the work that was conducted to analyze the current state of the aviation tourist passenger traffic in the world and Ukraine, as well as the prospects for the aviation tourism in Ukraine.

Practical use: the article can be used as supplementary material by the students of the specialty "Tourism" in studying the discipline "Organization of transport and travel", the airline companies and travel agencies in the development of new ways of cooperation with leading airlines of the world and Ukraine, taking into account prospects of development of air transportation in Ukraine.

Keywords: aviation tourism, low cost, development, optimization

Постановка проблеми. За довгий час політичних негараздів туристський ринок України стиснувся до рівня 2005 р. За різними оцінками, обсяги виїзного сегмента скоротилися на 50 − 80%, а в'їзного − на 60 − 80%. Інкамінгові компанії скоротили частину працівників, а деякі навіть змушені були закритися. Що стосується внутрішнього туризму, то тут справи йдуть не феєрично, хоча оцінити масштаби падіння споживчої активності важко із-за відсутності механізмів підрахунку. У той же час, експерти впевнені, що у внутрішнього туризму є перспективи − багато з тих, хто боїться або не може дозволити собі відпочинок за кордоном, готові переорієнтуватися на вітчизняні курорти. Цілком можливо, що саме так воно і буде [1]. Авіаційна галузь чи не найсильніше потерпає від війни та глибокої економічної кризи в Україні. Так, російська окупація Криму унеможливила авіаційні (та й практично будь-які інші) подорожі до півострова, оскільки Державна авіаційна служба України цілком слушно та законно заборонила польоти до Криму. Крім того, заборона транзиту українським авіакомпаніям через повітряний простір РФ значно збільшує витрати авіаперевізників на паливо та розтягує час перебування у рейсі. Усе це жодним чином не сприяє нормальному розвитку вітчизняної авіаційної галузі. Дослідженням проблеми підвищення конкурентоспроможності авіаційного комплексу як одного з провідних секторів економіки України займаються такі науковці, як В.С. Горбулін, Ю.Д. Кулаєв, І.М. Соколи, М.М. Григорак, М.К. Новикова та інші.

Мета статті − проаналізувати сучасний стан та перспективи розвитку авіаційного туризму в Україні.

Основна частина. Україна все глибше занурюється в економічну і політичну кризу. А в кризові часи виїзний туризм − це те, чим люди готові жертвувати в першу чергу, переглядаючи свої статті витрат. У цій ситуації багато хто − як туристи, так і туристичні компанії − з надією дивляться на можливу лібералізацію авіаринку.

Якщо іноземні авіакомпанії просто скорочують польоти в Україну, то вітчизняні авіатори змушені виживати в нинішніх умовах. За інформацією кількох джерел, у 2014 р. МАУ скоротила свої обсяги оперування на 15% (залишивши за собою 20% всього українського авіаринку). Перевізник зменшив свій авіапарк на 25% у 2015 р. Це було

зроблено за рахунок повернення бортів, взятих в мокрий лізинг, і непродовження договорів, термін дії яких закінчується. У той же час перевізник не відмовився від планів придбати протягом цього року ще один «Боїнг-767», що залишає надію на подальший розвиток далекомагістральних напрямків. В той же час, МАУ оцінює додаткові витрати від заборони російського транзиту в період зимової навігації 2014-2015 рр. приблизно в $5 млн. Авіакомпанія додатково витратила $4 млн. тільки на паливо. Влітку ці суми збільшились, оскільки в період літньої навігації традиційно збільшується кількість польотів, і ці витрати можуть пропорційно увійти в ціну квитка на рейс.

Крім того, не слід забувати про найбільш вагомий фактор для українського мандрівника – валютні коливання та зростання курсу долара США до 25 грн. за $1 в середньому. Відтак тарифи у валюті не підвищувались, але у гривні вони суттєво зросли та збільшили ціну квитка. До того ж, якщо раніше недорогий рейс навіть за 150 євро був цілком прийнятним для середньостатистичного українського мандрівника при ціні у гривні в 1,5 тис., то на разі при курсі в середньому 26 грн. за євро ціна за такий «дешевий» квиток майже 4000 грн. вже не є доступною для багатьох. Відображення цих проблем можна чітко бачити в динаміці пасажиропотоку українських аеропортів (див. табл. 1), що за перший квартал цього року показала від'ємний результат – мінус 14% від аналогічного періоду 2014 р/ (без урахування Донецька, Луганська та Сімферополя) [2].

Таблиця 1.

Пасажиропотоки українських авіапортів, тис. осіб.

Аеропорт	Міжнародні		Внутрішні	
	1 квартал 2014 р	1 квартал 2015 р	1 квартал 2014 р	1 квартал 2015 р
Бориспіль	1303,2	1241,9	152,6	105,8
Жуляни	262,6	217,4	49,7	6,8
Дніпропетровськ	73,5	35,8	28,5	36,8
Одеса	162,7	143,0	34,8	33,6
Харків	110,1	33,2	14,8	20,9
Львів	85,8	77,0	24,4	19,1
Івано-Франківськ	2,5	3,0	8,4	10,2

Для багатьох пересічних українців, вирішенням проблеми, що склалася у авіаційних перевезеннях, може бути прихід на український ринок лоукостерів. Поширеною є думка, що бюджетні перевізники суттєво знизять вартість квитків і, таким чином, полегшать українцям можливість подорожувати [3].

Підписання та імплементація угоди між Україною та Євросоюзом про спільний авіапростір, або «Відкрите небо», є лише однією з необхідних умов масового приходу лоукостерів, але жодним чином не

достатнім. Бюджетні авіаперевізники приходять лише тоді, коли на напрямку є стабільний пасажиропотік, здатний приносити компаніям прибуток, а відтак задовольняє критеріям цих компаній. Звідси випливає перша достатня умова: реальну користь від підписання та імплементації «Відкритого неба» з ЄС (зокрема, у приході лоукостерних компаній) громадяни України відчують тільки після введення безвізового режиму з країнами Шенгенської зони і (в перспективі) Британських островів. Без цієї умови в країні не буде належної критичної маси потенційних пасажирів, щоб лоукости могли запускати рейси [3].

Приклад відкриття і закриття рейсів Wizz Air з регіональних аеропортів України (Львів, Харків, Донецьк) це демонструє найкраще. Тих неповних 800 тисяч щасливчиків, у яких в українських паспортах стоїть чинна шенгенська мультивіза, удвічі менше, ніж мешканців найменшої держави Східної Європи − Естонії. Це занадто вузький ринок. Таким чином, якщо уряд і парламент України насправді хочуть полегшити можливість подорожей для своїх громадян, їм потрібно починати з цього, тобто домогтися введення безвізового режиму з країнами Євросоюзу. Тим більше, прецедент уже є − сусідня з Україною Молдова.

Отже, про реальний прихід лоукостерів можна буде говорити лише тоді, коли їхня бізнес-модель на українських рейсах стане себе виправдовувати. Тобто, коли буде реалізовано принаймні 3 умови:

− стан української економіки дозволить громадянам нашої держави масово подорожувати до Європи та відпочивати на тамтешніх курортах;

− для європейських авіакомпаній буде знято обмеження на діяльність на цікавих для них маршрутах (тобто ухвалено та запроваджено «Відкрите небо»);

− українські громадяни зможуть вільно перетинати кордони більшості держав Європейського Союзу та деяких сусідніх з ЄС (наприклад, Марокко). Іншими словами, буде запроваджено довгоочікуваний безвізовий режим. Цілком зрозуміло, що виконання цього комплексу неможливе у найближчій перспективі.

Україні потрібен лоукост-перевізник (бажано української реєстрації) з бізнес-моделлю іспанської Vueling, тобто з базування взимку у Львові, Ужгороді чи Івано-Франківську, влітку − там же, а також в Одесі, Херсоні та, можливо, Маріуполі (звичайно, коли закінчиться війна). З цих аеропортів можуть здійснюватися польоти в країни/міста, звідки можна залучити потенційних туристів (це і всі столиці СНД, Балтії, а також Ізраїль, Польща і Німеччина, можливо Туреччина, Італія і навіть Британія). І ось такому перевізникові держава повинна забезпечити зелене світло та всілякі пільги й дотації. Тому що кожен турист привезе в Україну свою умовну тисячу євро і тут її витратить, тобто вкладе її в національну економіку [4].

Звичайно, зараз Україна перебуває у стані війни. Потенційні туристи, подивившись новини, напевно не сильно будуть горіти бажанням сюди летіти. Тим не менше, в цілому вже зараз Україна цікава для специфічних

туристів − як із Західної Європи, так і з Туреччини та арабських країн. І вже зараз вони складають чималу частину пасажирів на рейсах звідти.

На сьогоднішній день основними проблемами розвитку авіаційної галузі України являється зношеність основних фондів, дефіцит кваліфікованих кадрів, невідповідність технічних можливостей аеропортів сучасним міжнародним вимогам, відсутність державної підтримки створення нової техніки й впровадження сучасних технологій, відсутність державної програми підтримки розвитку авіатранспортної та авіабудівної систем, втрати керованості інвестиційною на транспорті, жорстка податкова політика держави відносно авіаційної галузі, недостатній рівень правової бази сертифікації експлуатантів, невизначеність умов діяльності та підвищений економічний ризик управління авіакомпаній, недостатня модернізація парку повітряних суден, велика кількість формальностей при міжнародних авіаперевезення, завантаженість аеропортів та повітряного простору та інші (див. табл. 2).

Для подолання існуючих проблем та формування конкурентних переваг, що сприятимуть зміцненню позицій на світовому ринку, збільшенню рентабельності, залученню інвестицій, розвитку технологічної бази для України пріоритетним є: створення міжнародних консорціумів за участю провідних транснаціональних корпорацій; організація спільних підприємств; довгострокова кооперація; транскордонні злиття і поглинання; державна підтримка аерокосмічної промисловості. Перспективою розвитку авіаційної галузі України є консолідація авіаційних підприємств в рамках потужних структур, що є характерним для авіакомплексів розвинутих країн [48].

Крім того, ефективним кроком є приватизація частини підприємств державного авіаційного комплексу з метою підвищення прибутковості та інвестиційно-інноваційної активності підприємств. Приватизація дозволяє подолати такі недоліки державного управління, як монополізм та відсутність конкурентних умов бізнесу, відсутність стимулів щодо отримання прибутку, обмеженість фінансування, нецільове використання коштів. На прикладі Міжнародного аеропорту «Харків», де збудований перший в Україні приватний термінал і створюється логістичний центр, можна стверджувати, що існують великі потенційні можливості застосовувати механізм приватно-державного партнерства для модернізації та покращення функціонування аеропорту, налагодження за європейськими стандартами обслуговування пасажирів (нині вкладено 80 млн. дол. США приватних коштів та 137,5 млн. дол. США державних) [5].

Ще одним пріоритетом розвитку має стати політика провідних українських авіакомпаній, спрямована на інтегрування внутрішніх та міжнародних авіарейсів. Вдале географічне розташування України і наявність міжнародних аеропортів дають можливість освоєння нової відкритої ніші ринку – ринку транзитних пасажирів, що літають між Західною та Східною півкулями, а також з Європи з пересадкою в столиці України.

Таблиця 2.

Характеристика основних проблем авіаринку України

Основні проблеми	*Сутність*	*Шляхи вирішення*
Низька конкурентоспроможність	Більшість підприємств не можуть конкурувати як на внутрішніх так і на зовнішніх ринках. Це супроводжується застарілим парком повітряних суден та відсутність коштів на їх оновлення	Модернізація та оновлення авіаційної техніки на основі обґрунтованих бізнес-планів із залученням інвестиційного капіталу
Неврегульованість питання щодо джерел фінансування	Враховуючи низький обсяг авіаперевезень та високі ціни на авіатехніку та запасні частини, практично неможливо здійснювати оновлення парку власними коштами	Єдиною можливістю для авіакомпаній є отримання суден у лізинг. Тому необхідно запровадити ефективний лізинговий механізм та систему оподаткування
Відсутність відповідного законодавства щодо залучення іноземних та вітчизняних приватних інвесторів	Іноземні інвестиції потрібні для фінансування техніки, технологічної модернізації розвитку транспорту	Залучення інвестицій в розвиток авіакомпаній та аеропортів шляхом їх акціонування та застосування різних форм співробітництва
Недосконалістю нормативно-правового забезпечення транспортного комплексу	Основна суть проблеми полягає в неузгодженості транспортного законодавства з нормами міжнародного права	Удосконалити державний контроль за організацією безпечної експлуатації і правил виконання польотів
Недосконалість процесу сертифікації	Невідповідність повітряних суден міжнародним стандартам не дає можливості українським перевізникам виконувати міжнародні польоти	Вдосконалити процедуру ліцензування та сертифікації за допомогою критеріїв, які визначали б допуск перевізників, залежно від їх стану, до виконання польоту

Подальший розвиток авіатранспортної галузі та збільшення пасажиропотоку в Україні:

1. Забезпечення безпеки польотів. Безпека авіації комплексна характеристика спроможності авіаційної транспортної системи реалізовувати свої функції без збитків (або з мінімальними збитками) самої системи або населенню, в інтересах якого вона розвивається. Її основними компонентами є безпека польотів та екологічна безпека. Також варто віднести до інтегруючого поняття безпеки авіації й економічну безпеку авіаційних підприємств, що є особливо актуальним для авіакомпаній країн,

що розвиваються, в тому числі України, які працюють в умовах жорсткої конкуренції зі світовими лідерами авіаперевезень [1].

2. Налагодження інфраструктури. Привести стан інфраструктури авіаційного транспорту у відповідність до міжнародних вимог.

У наступні роки доцільно вирішити питання щодо створення авіаційного хабу і сучасного логістичного центру в Одесі, Львові та Івано-Франківську. Міжнародний державний аеропорт Одеси може перетворитися на зручний агропункт для пасажирів, що відвідують рекреаційні, оздоровчі та туристичні місця або подорожують до інших країн Чорноморського узбережжя та Близького Сходу.

3. Перепідготовка і підвищення кваліфікації фахівців. Ці вимоги завжди були найважливішою складовою забезпечення безпеки транспортної галузі. В авіації, де вплив людського фактора має превентивне значення, пріоритетним є розвиток державної системи перепідготовки, підвищення кваліфікації і сертифікації авіаційних фахівців. Структура такої системи має відображати досвід і вимоги міжнародних організацій з регулювання безпеки авіації та організації міжнародних авіаційних перевезень, інтереси національних компаній, пов'язані з якістю підготовки фахівців і оптимальним співвідношенням вартості і якості навчання. Поряд з цим кадрові проблеми потребують розробки або розвитку механізму корпоративної акредитації як освітніх організацій, так і самих послуг; системи атестації персоналу підприємств галузі та системи оцінювання якості освітніх програм і кадрового забезпечення [6].

4. Інноваційний розвиток. Незважаючи на те, що авіація належить до інноваційних галузей, з кожним роком підвищуються вимоги до безвідмовності техніки, авіаційних систем і туристичних послуг; упроваджуються сучасні матеріали і технології; удосконалюється інформаційне забезпечення. Науково-технічні інновації стають вирішальною умовою економічного виживання та зростання авіаційних компаній, вони мають відповідним чином плануватися і керуватися. Подальший розвиток авіаційної галузі України потребує прискорення інноваційного розвитку та високих наукоємних технологій, зокрема, на основі укладення угод про стратегічне партнерство і забезпечення різнопланових прикладних наукових досліджень за участю іноземних партнерів.

5. Покращення послуг бронювання, встановлення знижок і пільг на тарифи квитків. Розвиток системи онлайн-бронювання дасть змогу підвищити ефективність діяльності авіаційних підприємств, полегшити роботу менеджерам із продажу послуг та забезпечить швидкість і зручність при наданні послуг електронного бронювання пасажирам. Для умов України ефективним вважаємо введення рекламних тарифів, що встановлюються кожною авіакомпанією в рамках внутрішніх правил (рекламні перельоти, безкоштовні або пільгові польоти для пасажирів, які налітали на літаках цієї авіакомпанії певну кількість годин або кілометрів,

та ін.), а також молодіжних; пенсійних; групових; туристських та екскурсійних тарифів [7].

6. Створення умов для своєчасного оновлення парку повітряних суден. Це передбачає заміну більшості повітряних суден національних авіакомпаній на сучасні літаки з високим рівнем комфорту для пасажирів, паливної ефективності та зменшеними витратами на їх технічне обслуговування. Потребують активного впровадження механізм і процедури лізингу вітчизняних та імпортних повітряних суден, визначення заходів щодо спрощення процедури митного оформлення під час ввезення імпортної авіаційної техніки та запасних частин до неї.

Сьогодні основу авіаційного парку складають літаки іноземного виробництва: Boeing 737 різних модифікацій, Airbusрізних модифікацій, Embraer, McDonnell Douglas, Fokker, ATR 72, Saab та низка інших. Авіаційний транспорт України потерпає від старіння парку повітряних суден, що майже вичерпав свій ресурс. У державі не більше 6% пасажирських літаків, які експлуатуються менш ніж п’ять років. Авіакомпанії України отримують у лізинг машини віком від 10 до 19 років. Все викладене вище дає змогу зробити висновок, що питання перспектив розвитку аеропортів України та оцінка ефективності їх функціонування є доволі актуальними. Враховуючи специфіку авіаційної галузі і тенденції її розвитку, авіапідприємства мають своєчасно реагувати на зміни, які вже відбулися в зовнішньому середовищі, а також бути готовими до змін у майбутньому, щоб залишатися конкурентоспроможними і утримувати певні позиції на міжнародному ринку авіаційних послуг. Для збільшення пасажиропотоку та розвитку авіаційної галузі в Україні необхідно модернізувати й удосконалити малодіяльні та бездіяльні аеропорти в Україні, зокрема, у Вінниці, Кіровограді, Кривому Розі, Луганську, Маріуполі, Сумах, Хмельницькому, Черкасах, Тернополі. Крім того, необхідно враховувати, що в бездіяльних аеропортах є великий виробничий потенціал. Зазначимо, що з сорока аеропортів України тільки дев’ять на теперішній час є прибутковими, а інші збитковими. Надалі важливо визначити, за яких умов збиткові аеропорти можуть ефективно функціонувати з економічних позицій, розробити заходи щодо забезпечення їх прибутковості та конкурентоздатності.

Висновки. Як саме розвиватиметься авіаційна галузь надалі – залежить від багатьох факторів. Визначальними є подальший перебіг українсько-російської війни та, відповідно, стан національної економіки. Ці параметри передбачити досить важко, проте навіть у кризових умовах існують кілька шляхів розвитку авіаційної галузі.

Перший з них – державний протекціонізм: одна чи кілька вітчизняних компаній отримує пільги та/або дотації від держави в обмін на виконання певних соціальних обов'язків. Крім того, в деяких випадках дотуються й внутрішні авіаперевезення.

Другий шлях є прямо протилежним – це повна лібералізація як умов діяльності авіакомпаній, так і режиму польотів у національному

повітряному просторі. Цим шляхом пішла Грузія, відкривши небо для всіх без винятку авіаперевізників та урівнявши їх у правах. Звичайно, існують і проміжні варіанти, а також певні нюанси у цих моделях відповідно до конкретних умов їх застосування. Світова практика однозначно свідчить: літати люди не припиняють навіть під час найжорстокіших криз, тож за будь-яких умов для української авіаційної галузі існує шлях розвитку.

Список використаних джерел:

1. Стан і перспективи розвитку пасажирських авіаційних перевезень в Україні. – [Електронний ресурс] – Режим доступу до сайту: <http://otherreferats.allbest.ru/transport/00278550_0.html>. [Посилання дійсне на 22.09.2015 р.].
2. Літо на крилах? Перспективи літньої повітряної навігації 2015 року // Український туризм. − № 3. − 2015. − С. 18 − 21.
3. Які лоукостери потрібні Україні? // Український туризм. − № 1. − 2015. − С. 34 − 36.
4. Поїдемо з вітерцем? // Український туризм. − № 2. − 2015. − С. 14 − 17.
5. Міжнародний аеропорт «Харків». Офіційний сайт. − – [Електронний ресурс] – Режим доступу до сайту: <http://hrk.aero/uk/>. [Посилання дійсне на 22.09.2015 р.].
6. Какенов С.Т. Підготовка туристських кадрів: реалії й перспективи розвитку // Вітер мандрівок. – 2009. – № 5. – С. 15.
7. Моделі розвитку авіаційної галузі та авіаційних перевезень в Україні. – [Електронний ресурс] – Режим доступу до сайту: <http://zavantag.com/docs/689/index-63001114.html>. [Посилання дійсне на 21.09.2015 р.].

Список использованных источников:

1. Состояние и перспективы развития пассажирских авиационных перевозок в Украине. – [Электронный ресурс] – Режим доступа к сайту: <http://otherreferats.allbest.ru/transport/00278550_0.html>. [Ссылка действительна на 22.09.2015 г.].
2. Лето на крыльях? Перспективы летней воздушной навигации 2015 года // Украинский туризм. − № 3. − 2015. − С. 18 − 21.
3. Какие лоукостеры нужны Украине? // Украинский туризм. − № 1. − 2015. − С. 34 − 36.
4. Поедем с ветерком? // Украинский туризм. − № 2. − 2015. − С. 14 − 17.
5. Международный аэропорт «Харьков». Официальный сайт. − – [Электронный ресурс] – Режим доступа к сайту: <http://hrk.aero/uk/>. [Ссылка действительна на 22.09.2015 г.].
6. Какенов С.Т. Подготовка туристских кадров: реалии и перспективы развития // Ветер странствий. – 2009. – № 5. – С. 15.
7. Модели развития авиационной отрасли и авиационных перевозок в Украине. – [Электронный ресурс] – Режим доступа к сайту: <http://zavantag.com/docs/689/index-63001114.html>. [Ссылка действительна на 21.09.2015 г.].

References:

1. Stan i perspektyvy rozvytku pasazhyrskyh aviatsijnykh perevezen v Ukraine [The state and prospects of development of passenger air transportation in Ukraine]. – [Electronic resource] – access Mode: <http://otherreferats.allbest.ru/transport/00278550_0.html>. [The link is valid on 22.09.2015.] [in Ukrainian]
2. Lito na krylakh? Perspektyvy litnyoji povitryanoji navigatsiji 2015 roku [Summer on the wings? The prospects of aerial navigation summer 2015] // Ukrainian tourism. − No. 3. − 2015. − P. 18 − 21 [in Ukrainian]
3.Yaki loukostery potribni Ukraine? [What low-cost airlines need Ukraine?] // Ukrajinskyj turyzm [Ukrainian tourism]. − No. 1. − 2015. − P. 34 − 36 [in Ukrainian]

4.Pojidemo z vitertsem? [Go with the wind?] // Ukrajinskyj turyzm [Ukrainian tourism]. − No. 2. − 2015. − P. 14 − 17 [in Ukrainian]
5. Mizhnarodnyj aeroport “Kharkiv”. Ophitsijnyj sajt [International airport "Kharkiv". Official site]. − – [Electronic resource] – access Mode: <http://hrk.aero/uk/>. [The link is valid on 22.09.2015.] [in Ukrainian]
6. Kachanov S.T. Pidgotovka turystskyh kadriv: realiji ta perspektyvy rozvytku [Tourism Training: realities and prospects] // Viter mandrivok [the Wind of wanderings]. – 2009. – No. 5. – P. 15 [in Ukrainian]
7. Modeli rozvytku aviatsijnoji galuzi ta aviatsijnykh perevezen v Ukraine [The model of the aviation industry and air transportation in Ukraine]. – [Electronic resource] – access Mode: <http://zavantag.com/docs/689/index-63001114.html>. [The link is valid on 21.09.2015.] [in Ukrainian]

УДК 359.09

Смирнов Ігор Георгійович,
доктор географічних наук, професор,

Київський національний університет
імені Тараса Шевченка, м. Київ, Україна,
e-mail: smyrnov_ig@ukr.net

ІНТИМ-ТУРИЗМ ПО-РАДЯНСЬКИ: МІЖНАРОДНИЙ ТА ВНУТРІШНІЙ ВИМІР

Мета. Розкрити проблемний характер інтим-туризму, його прояви та особливості за радянських часів, зокрема, в Україні та Києві, який вже тоді, як столичне місто, притягував значні потоки внутрішніх та іноземних туристів, у т.ч. тих, яких цікавив «нетрадиційний» спосіб «розваг» у ресторанах та готелях.

Методика. Методика дослідження та підготовки матеріалу для статті полягала у збиранні, обробці та аналізі відповідних літературних, статистичних та фактичних даних з теми статті.

Результати. В результаті, обробки та аналізу зібраного матеріалу виконано коротку характеристику стану, структури, проблем та особливостей розвитку інтим-туризму за радянських часів, у т.ч. в Україні та Києві.

Наукова новизна статті полягає в тому, що вперше, звернуто увагу на проблемний характер та значний «вік» існування інтим-туризму, а також розкрито його особливості, стан, структуру та проблеми за радянських часів, у т.ч. в Україні. Та Києві.

Практична значимість полягає в тому, що інформуючи студентів туристичного фаху про нові напрямки та різновиди сучасного туризму, у т.ч. інтим-туризм, слід обов’язково підкреслювати його проблемний характер та небезпеку для туристів – «споживачів», посилаючись при цьому на радянський досвід його функціонування, у т.ч. в Україні.

Ключові слова: інтим-туризм, проституція, радянський «досвід», проблеми, ризики, загрози.

УДК 359.09

Смирнов Игорь Георгиевич,
доктор географических наук, профессор

Киевский национальный университет
имени Тараса Шевченко, г. Киев, Украина,
e-mail: smyrnov_ig@ukr.net

ИНТИМ-ТУРИЗМ ПО-СОВЕТСКИ: МЕЖДУНАРОДНОЕ И ВНУТРЕННЕЕ ИЗМЕРЕНИЕ

Цель. Раскрыть проблемный характер интим-туризма, его проявления и особенности в советское время, в частности, в Украине и Киеве, который уже тогда, как столичный город, притягивал значительные потоки внутренних и иностранных туристов, в т.ч. тех, которых интересовал «нетрадиционный» способ «развлечений» в ресторанах и гостинницах.

Методика. Методика исследования и подготовки материала для статьи заключалась в сборе, обработке и анализе соответствующих литературных, статистических и фактических данных по теме статьи.

Результаты. В результате, обработки и анализа собранного материала выполнено краткую характеристику состояния, структуры, проблем и особенностей развития интим-туризма в советское время, в т.ч. в Украине и Киеве.

Научная новизна статьи заключается в том, что впервые обращено внимание на проблемный характер и значительный «возраст» существования интим-туризма, а также раскрыто его особенности, состояние, структуру и проблемы в советское время, в т.ч. в Украине и Киеве.

Практическая значимость заключается в том, что, информируя студентов туристической специальности о новых направлениях и разновидности современного туризма, в т.ч. об интим-туризме, следует обязательно подчеркивать его проблемный характер и опасность для туристов - «потребителей», ссылаясь при этом на советский опыт его функционирования, в т.ч. в Украине.

Ключевые слова: интим-туризм, проституция, советский «опыт», проблемы, риски, угрозы.

UDC 359.09

Smyrnov Igor Georgiyovich,
Doctor of Geography Sciences, Professor

Taras Shevchenko National University of Kyiv,
Kyiv, Ukraine, e-mail: smyrnov_ig@ukr.net

SEX-TOURISM IN THE SOVIET TIMES: INTERNATIONAL AND DOMESTIC DIMENSION

Purpose. Shown problematic character of sex tourism, its manifestations and special fitures in the Soviet era, particularly in Ukraine and Kiev, which had already, as capital city, attracted significant flows of domestic and foreign tourists, including those who were interested in "unconventional" way of "entertainment" in restaurants and hotels.

Methods. Methods of study and collecting material for the article was in the processing and analysis of relevant literature, statistics and evidence on the topic of the article.

Results. As a result of processing and analysis of collected material brief description of the status, structure, problems and characteristics of sex tourism during the Soviet era, including in Ukraine and Kiev is made.

Scientific novelty of article is that for the first time, the problematic character and significant "age" of sex-tourism existence is disclosed as well as its features, state, structure and problems of the Soviet era, including in Ukraine and Kiev.

The practical significance is that informing students about the new tourist destinations and types of modern tourism, including Sex tourism, be sure to emphasize its problematic nature and danger to tourists - "consumers", referring to the Soviet experience in its functioning, including Ukraine.

Key words: sex tourism, prostitution, Soviet "experience", problems, risks, threats.

Постановка наукової проблеми. Не всі види туризм вимагають маркетингово-рекламних заходів з просування туристичної продукції та стимулювання споживання. Скажімо, це відноситься до т.зв. «шлюбного»

туризму, коли для «женихів» із західних країн (особливо США, Канади, Австралії» улаштовуються тури в Україну з метою знайомства з потенційними «нареченими» - українськими жінками. Це досить вигідний бізнес, коли фірмі-шлюбній агенції (англ. Marriage agency) послуги оплачують обидві зацікавлені сторони – як західні чоловіки (за солідною західною «таксою»), так і українські дівчата (щоб потратити у портфоліо). Тому об'яв про такі послуги є досить багато в кожному номері англомовної «Kyiv Post» та інших подібних виданнях в Україні для іноземців. Додаткової маркетингової активності тут, мабуть, і не треба, оскільки саме в такий спосіб, за висловом екс-міністра освіти України П.М. Таланчука, Україна втрачає свій найкращий генетичний потенціал. Але ми живемо нині у вільному світі і Україна є його частиною, тому бажання українців та українок спілкуватися, подорожувати та знайомитися з представниками інших країн є цілком природним і зупинити чи заборонити його неможливо, оскільки це – одне з підставових прав людини. Інша справа - інтим-туризм (синоніми: секс, галантний, куртуазний туризм), який, як правило, пов'язаний з правовими колізіями, проблемами та порушеннями туристами законів країн перебування, відтак часто – і з криміналом. Цей «тіньовий» вид та бік туризму вимагає, за нашою думкою, протидіючого маркетингу, який би розкривав проблеми та небезпеки (правові, медичні, безпеки тощо), пов'язані з його функціонуванням. Про це доводиться нагадувати, оскільки в деяких публікаціях останнього часу спостерігається штучно романтизоване та дещо легковажне відношення до секс-туризму, гей-туризму, ЛГБТ-туризму тощо. Як правильно зазначає І.В. Смаль, нелегальний секс-туризм (або галантний чи куртуазний туризм, як він його називає) сприяє зростанню проституції, злочинності, работоргівлі, захворюванності тощо. За його визначенням, секс-туризм – це вид рекреаційно-туристичної діяльності, подорож, однією з цілей якої є знайомство з культурою інтимного спілкування та задоволення сексуальних фізіологічних потреб [2, с. 28]. Проблемний характер інтим-туризму, можливі ризики та загрози з ним пов'язані, представлено на рис. 1. До головних районів розвитку секс-туризму у світі відносяться країни Південно-Східної Азії (Індія, Таїланд, Лаос, В'єтнам, Філіппіни, Камбоджа), Карибського басейну, Східної Європи. До цього переліку може потрапити і Україна, яка, враховуючи, падіння обмінного курсу національної валюти (гривні) у 2014-2015 рр., стала дуже привабливою – дешевою країною для іноземців. Це, зокрема, відноситься до Києва, який за даними рейтингу туристичного ресурсу priceofftravel.com.ua визнаний найдешевшим містом з 36 європейських міст для іноземних туристів на початок 2015 р. [12]. Згідно даних іноземних експертів день перебування у Києві обійдеться всього у $24,32. Ця сума складена з розрахунку приблизних добових потреб туриста, що включили: ніч у хостелі, дві поїздки в метро, одну екскурсію, триразове харчування та три кухолі пива чи вина. До першої п'ятірки найдешевших міст потрапили також Бухарест (Румунія), Софія (Болгарія), Краків (Польща) та Белград

(Сербія). Тут доба перебування обійдеться туристу в суму від $26,38 до $29,86. Очолюють цей рейтинг найкоштовніші міста - Гельсінкі (Фінляндія), Венеція (Італія), Лондон (Великобританія), Берген (Норвегія) та Цюрих (Швейцарія), де доба перебування коштує від $95,55 до $124,16 відповідно [12]. За новим рейтингом міст світу за вартістю життя, який склав швейцарський банк UBS на вересень 2015 р., Київ визначено найдешевшим містом серед 71 мегаполісів світу [14]. За рівнем зарплати Київ (Україна), Найробі (Кенія) та Джакарта (Індонезія) займають три останні місця списку, - говориться в офіційному повідомленні UBS (до речі, два останніх міста є досить відомими світовими центрами інтим-туризму). У цих містах працівники отримують лише біля 5% від середнього заробітку мешканця швейцарського Цюриху. Щомісячні витрати у нас у 2-8 разів менше витрат мешканця цього міста, а середня зарплата киянина поступається доходам швейцарця аж у 21 раз.

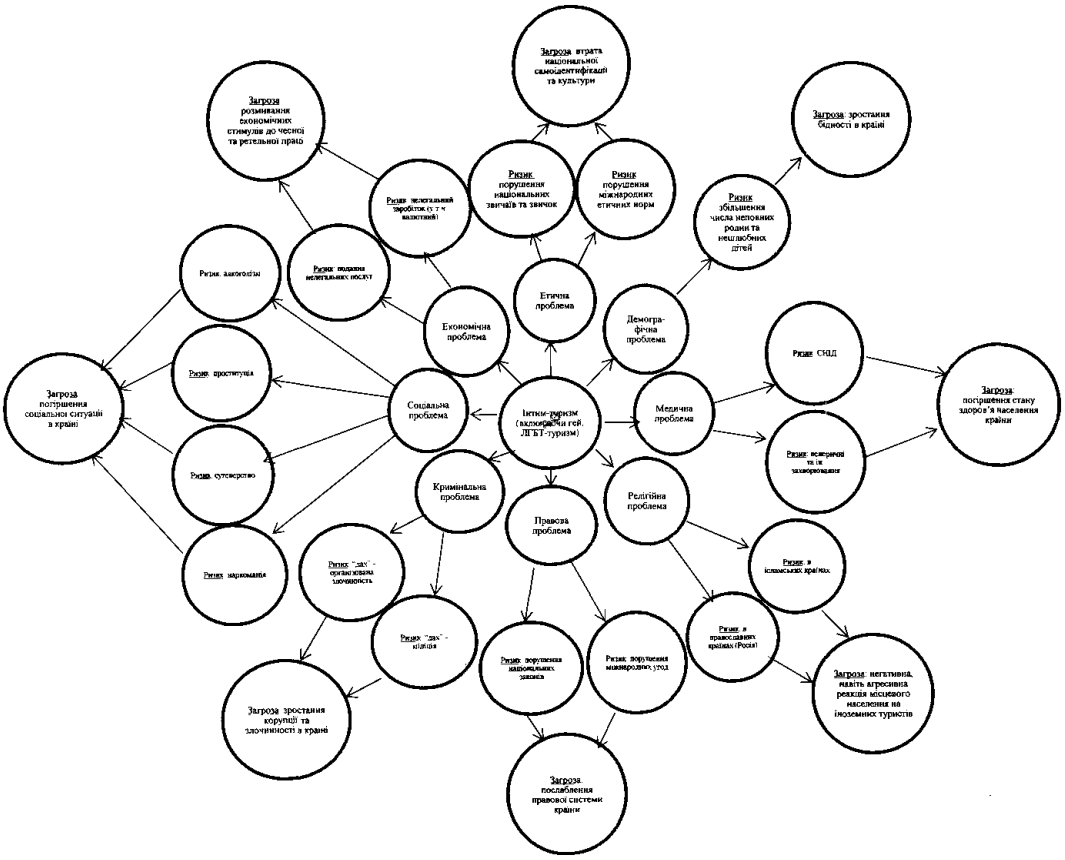

Рис. 1. Проблемний характер інтим-туризму (можливі проблеми – ризики – загрози, пов'язані з його розвитком) (авторська розробка на підставі [2; 3; 4])

Підрахували банкіри і витрати киян і повідомляють, що для життя в українській столиці достатньо 1237 дол. США у місяць, а на квартплату, за їх даними, ще треба додати 540 дол. Підрахували швейцарські фінансисти і дещо незвичайні показники. Наприклад, мешканець Парижу на хліб заробить за 10 хв., на бігмак - за 15 хв., а на айфон – на 42,2 год. Киянину для цього прийдеться попрацювати значно довше: майже годину – за

гамбургер, майже пів-години – за два буханця хліба, а на айфон треба «орати» 627 робочих годин (тобто майже чотири місяці офісного графіку) [14]. Виділяють жіночій і чоловічий секс-туризм. Жіночий найбільше поширений в країнах Карибського басейну, а також у Єгипті. Чоловічий секс-туризм, у порівнянні з жіночім, більшою мірою орієнтований на задоволення статевого потягу і зазвичай, не має на меті створення сім'ї.

Головні чоловічі сексуально-туристичні потоки зароджуються у країнах з високим рівнем соціально-економічного розвитку і спрямовуються до східноєвропейських, латиноамериканських та південноазійських держав. Найбільш поширеними формами знайомства з культурою інтимного спілкування є театралізовані вистави, фестивалі, різноманітні види масажу. Але певні традиції секс-туризму існували ще за радянських часів, про що і йдеться у даній статті.

Літературні джерела та публікації з теми статті пов'язані зі зростаючою нині увагою до нових, інноваційних, нетрадиційних видів туризму та належать Кляпу М.П., Шандору Ф.Ф. [1], Смалю І.В. [2], Малиновській О.Ю., Ісаковій А.І. [3], Здоровій О. [7] та іншим. Цікавість до цієї теми проявляють популярні видання та засоби масової інформації [4; 8; 9], у т.ч. електронні джерела [5; 6]. Але при цьому історичному аспекту інтимного (або галантного) туризму традиційно приділяється недостатньо уваги.

Метою статті є розкрити прояви та особливості інтимного туризму за радянських часів, зокрема, в Україні та Києві, який вже тоді як столичне місто, притягував значні потоки внутрішніх та іноземних туристів, у т.ч. тих, яких цікавив «нетрадиційний» спосіб туристичних «розваг» у ресторанах та готелях. Як вони задовольняли свої потреби в умовах суворої дійсності «розвинутого соціалізму» і йдеться у статті.

Виклад основного матеріалу. У серпні 1945 р. СРСР приєднався до Міжнародної Конвенції ООН за № 649 «Про боротьбу з торгівлею людьми та експлуатацією проституції третіми особами». Сповіщаючи про це рішення Генерального секретаря ООН, Кремль не зміг не похвалитися тим, що у Радянському Союзі ніби то усунено соціальні умови, що породжують злочини, передбачені Конвенцією. У дійсності проституція, як і секс-туризм, у СРСР існували. Так, у вересні 1956 р. начальник 9 відділу Управління міліції м. Ленінграду М.Богданов підготував цікавий документ [4], що узагальнював відомості про 600 проституток, які були зібрані «шляхом проведення спеціальних заходів, а також методом особистого пошуку та оперативного спостереження», у ході якого було виявлено, що «нічні метелики» знаходять клієнтів у коштовних ресторанах, міських парках та на вокзалах. «Деяка частина з наведеної кількості жінок є професійними проститутками – констатував детектив, - та матеріально існує на гроші, отримані у вигляді плати від чоловіків за здійснення статевого акту». Такса складала 25-100 крб. (у перерахунку на «нові» гроші після деномінації 1961 р. це становило 2,50-10 крб.). Проститутка вела клієнта до себе додому або у «притон», власниця якого (як правило,

старенька з мізерною пенсією) надавала кімнату за 10-30 крб. (тобто 1-3 «нових» крб.) з пари. До інших варіантів належали: «автомашини таксі, у яких здійснювалися статеві акти під час проїзду містом чи в передмістях», «під'їзди будинків, сходи та глухі двори міста». Влітку, особливо у відпускний період, клієнти часто приводили «жриць любові» до себе додому. Начальник карного розшуку запропонував увести карну відповідальність за заняття проституцією. Однак у Кремлі розсудили, що запровадити статтю Карного кодексу за проституцію означає признати, що таке явище таки існує. А його, згідно радянської ідеології, у СРСР немає і бути не може (як і сексу, за відомим висловом). Тому обмежилися тим, що положення про паспорти доповнили пунктом, який вимагав виселяти із великих міст жінок, які займалися проституцією та неодноразово затримувалися за це міліцією.

У радянському МВС винайшли власний рецепт вирішення проблеми – улаштовували облави на проституток у готелях та на привокзальних площах, але затримували їх не за проституцію, а за «суміжні» порушення, наприклад, за дрібне хуліганство або порушення громадського порядку. «Органи міліції посилили роботу з вилучення жінок легкої поведінки, - доповідав на «самий верх» у 1958 р. міністр внутрішніх справ СРСР М. Дудоров. – У цій роботі беруть активну участь комсомольські штаби та загони, а також бригади сприяння міліції» [4]. Облави не принесли результату, адже максимальна кара за хуліганство становила 15 діб. У 1959 р. про радянську готельну проституцію написала британська «News of the World». Після цього була прийнята постанова про додаткові заходи боротьби з проституцією – саме тоді у радянських готелях заборонили перебування «сторонніх осіб» після 23 год.

У кінці 1960-х рр. група співробітників ВНДІ МВС СРСР отримала завдання дослідити «поведінку жінок, що ведуть аморальний спосіб життя». Результати були шокуючими: абсолютна більшість проституток походила з робітничого середовища. І це в той самий час, коли саме робітничий клас вважався найсвідомішим у радянському суспільстві та був «головною опорою партії у справі побудови комунізму». Зрозуміло, що результатам дослідження надали гриф «для службового користування», отже, про них довідалося лише вузьке коло довірених осіб. У 1970-ті рр., коли відбулося піднесення проституції, влада замовила кримінологам нове дослідження, яке показало, що «жриць кохання» стало не тільки більше, але й підвищилися їхні заробітки та освітній рівень. «Продаж любові» здійснювався на трьох рівнях (рис.2). Представниці вищої касти – валютні проститутки, зокрема в Києві, шукали собі клієнтів переважно в ресторанах готелів «Інтурист», «Либідь», «Дніпро», «Москва». Відповідно іноземні туристи та представники західних фірм розраховувалися валютою. Наведені готелі Києва відносилися до ВАТ «Інтурист». Щодо київських готелів, де розміщував своїх туристів БММТ «Супутник» («Мир», «Голосієвський», «Жовтневий», «Золотий колос») та Інтурбюро профспілок («Дружба») (а це були три туристичні організації у СРСР

(разом з Інтуристом) яким було дозволено займатися в'їзним, тобто іноземним туризмом), то явище інтим-туризму тут не спостерігалось (спираючись на спогади автора, який, ще будучи студентом та аспірантом понад 10 років (у 1970-х-1980-х рр.) працював гідом-перекладачем польської та англійської мов у Київському відділку БММТ «Супутник» та в Інтурбюро профспілок). Мабуть це через те, що контингент інтуристів тут був менш «придатним», а місцезнаходження готелів - досить віддаленим від центру міста.

Рис.2. Структура надання послуг з інтим-туризму за радянських часів (авторська розробка за [4])

При цьому валютній проститутці, щоб привабити клієнта потрібна була допомога складної «інфраструктури» з своїм «технічним персоналом». Це, в першу чергу, офіціанти та метрдотелі, оскільки без них отримати в ресторані столик для очікування клієнта було неможливо. За ці послуги їм треба було платити. Крім цього, офіціант міг створити проститутці сприятливі умови для знайомства, підсадивши за її стіл іноземця респектабельної зовнішності, знову ж таки за окрему винагороду. Коли клієнт був «знятий», проститутці треба було чим скоріше доставити його на квартиру, а для цього необхідні таксисти, що постійно чекали біля готелю. Зрозуміло, що їхні послуги оплачувалися зовсім не за лічильником. У середовищі валютних проституток існувала своя еліта – дівчинки», що мали постійних клієнтів серед іноземців, які довго

працювали в «Країні Рад» або часто до неї приїжджали. Ці іноземці рекомендували даму, що сподобалася, своїм друзям, які їхали до СРСР, і вже не проститутка шукала клієнтів, а вони її, що збільшувало вартість інтимних послуг. За результатами досліджень, серед елітних «жриць любові» 70 % складали жінки молодше 30 років. Понад третина з них ніде не працювала, тобто заробляла на життя виключно проституцією, а ще половина працювала робітниками та службовцями, хоча не є фактом, що вони дійсно трудилися там, де числилися. Не є секретом, що валютні проститутки часто діяли під «дахом» КДБ, стаючи, в такий спосіб, «проститутками в законі». Нерідко за завданням «органів» вони витягували з клієнтів – іноземних туристів, що цікавили «органи», потрібну інформацію.

Ілюстрацією цього може бути «операція» КДБ СРСР під кодовою назвою «Ластівка для амбасадора», яка була проведена в Москві у 1960-х рр. [13]. «Ластівками» в оперативному жаргоні КДБ називали секретних працівниць, головним завданням яких було сексуально звабити персону, що цікавила спецслужби, з метою наступного шантажу та вербовки. Цей метод використовувався контррозвідками з прадавніх часів. І КДБ не був виключенням. Гроші, ідеологія, компромат, самоствердження (англ. абревіатура MICE) – чотири кити, на яких стояли і стоять усі спецслужби світу.

Ця формула вербовки, що була виведена працівниками попередника ЦРУ – Управління стратегічних служб США, стала інтернаціональною для «бійців невидимого фронту» у всіх кутках земної кулі. Як це відбувалося, добре описано в одному з романів Ф.Незнанського: «Сидячи у спецкімнаті № 301 – черговому приміщенні КДБ на третьому поверсі найкращого московського готелю «Національ», звідки спецслужба спостереження за іноземцями здійснювала прослуховування усіх номерів, у які були поселені інтуристи, Незначний годинами слухав їхні ліжкові пестощі… Та даремно нудьгувала від неробства Олечка Махова… Вільямси були нерозлучні». Так усе і було. Однак тут слід зробити уточнення. Примітивний шантаж по відношенню до головних діючих осіб нашої історії передбачався тільки у крайньому випадку, оскільки об’єкти для «розробки» були обрані надто поважні – посол Франції у СРСР Морис Дежан та військовий аташе Луї Гібо. При цьому, якщо другий фігурант міг реально допомогти радянському військово-промисловому комплексу (ВПК), надаючи інформацію про технічні розробки відповідних французьких фірм, то дипломату було відведено роль «агента впливу». Роль такого таємного співпрацівника полягала в тому, щоб він не тільки надавав інформацію про плани очільників своєї держави (що важливо для формування зовнішньої політики), але й тактовно доводив пропозиції Кремля до свідомості глав держав та через деякий час аналізував відповідну реакцію. «Бокал вина, свічки залишок та тіла учта на простирадлі» - саме за таким сценарієм здійснювалась розробка

французького дипломата, який звісно являв собою дуже цінний об'єкт для КДБ.

Дежан був не тільки колегою Шарля де Голля по роботі в антифашистській «Вільній Франції» під час Другої світової війни, але й його близьким другом. Тому вибір посла до загадковій Росії у генерала де Голля, що виграв вибори і став президентом Франції, був невипадковим. Зрозуміло, що «Олечки Махови», як правило, студентки столичних театральних вишів, у якості звабниць для такої високопоставленої персони не підходили. Але у розпорядженні генерала КДБ Олега Грибанова, що очолював на той час Друге головне управління КДБ (контррозвідку), у списку агентес були й інші представниці гарної статі – дами більш солідного віку, більш досвідчені в «плетінні амурних гафтів». Як правило вони «служили» на другорядних ролях, зате у провідних московських театрах, були постійними учасниками столичних богемних тусовок, а також досвідченими та вправними агентами. Одній з таких «ластівок» і було доручено роль звабниці французького дипломата. А розробкою всієї операції займався особисто «король шантажу» генерал Губанов. Усе сталося так, як він запланував. «Ластівка», що кілька раз промайнула перед очима француза на світських раутах, не залишилась поза його увагою. Далі слід було обрати підходящий момент. Пастку для Дежана готували ретельно. Платонічні відносини з російською подругою поступово призвели сивочолого месьє до інтимної близькості з нею. А потім під час чергової зустрічі зненацька з'явилися «чоловік» подруги та його кремезний «приятель». Свідком скандалу став дільничий інспектор, що «випадково» проходив повз. Здавалось, усе – кінець кар'єри. Але «урегулювати» халепу допоміг «радник» голови Ради Міністрів СРСР, той самий генерал Грибанов. В результаті він і Дежан стали найкращими друзями, дипломат ділився з новим «приятелем» секретною інформацією, а «приятель» вмовлював Дежанові, що Франції зовсім не потрібне НАТО. Через деякий час Франція вийшла з військових структур НАТО, залишившись спостерігачем; значно поліпшились французько-радянські культурно-економічні відносини. Крапку у цій історії поставила чергова втеча на захід офіцера КДБ, який володів інформацією про Дежана. Дипломатична кар'єра Дежана на цьому закінчилася, він був відправлений на «заслужений відпочинок» та став одним із керівників культурного товариства «Франція – СРСР». Значно гірше склалася доля військового аташе Луї Гібо, який покінчив з собою [13].

Характерна деталь: коли влітку 1980 р. до Олімпіади з Києва вивезли усіх «звичайних» проституток, то валютних залишили в місті. Більше того, їм забезпечили доступ у закритий для звичайних громадян готель «Русь» (це той, де був єдиний кегельбан на увесь тогочасний Київ), у якому поселились іноземні гості та учасники, оскільки за завданням радянських спецслужб «путани» виступали в ролі інформаційних розвідниць. При цьому вони грали і у свою власну гру, мріючи вийти заміж за «фірмача» та «звалити» з «совка». Були випадки, коли «путани» досягали своєї мети та

після декількох років пошуків підходящого західного «лоха» виходили заміж за іноземця. Найчастіше це був звичайний робітник чи будівельник, якому у ФРН, Італії чи Франції уві сні не могло приснитися, що така чарівна красуня зверне на нього увагу. Життя радянських валютних проституток вперше було показане у фільмі «Інтердівчинка» (1988 р.).

Нерідко знайомство з клієнтами відбувалося наступним чином. Увечері в номері мешканця фешенебельного готелю дзвонив телефон. Приємний жіночий голос ніби помилково починав щось щебетати про якесь імпортне «ганчір'я», на яке не вистачило грошей. Потім дама, що дзвонила, «несподівано» дізнавалася, що помилилась номером. Розрахунок робився на те, що заінтригований чоловік захоче продовжити телефонне знайомство. У переважній більшості випадків так і відбувалося. Далі в ході розмови виявлялося, що зовсім «випадково» співрозмовники є сусідами по готелю, і навіть по поверху. Через декілька хвилин нова знайома стукала до номеру сусіда з проханням про допомогу – у неї ніби-то зіпсувався фен. Господар номеру намагався «познайомитися ближче» зі своєю несподіваною гостею, але та рішуче відхиляла усі залицяння. І тоді чоловік, пригадавши собі, що красуні терміново потрібні гроші на коштовні імпортні речі, пропонував їй відповідну суму. У дійсності ж чарівна незнайомка була не сусідкою, а готельною проституткою, що «обслуговувала» заможних радянських громадян, які подорожували з службовою чи особистою метою. Ця категорія «нічних метеликів» також не могла «працювати» без сприяння персоналу готелю. Адже потрапити до готелю без «карти гостя» було неможливо - черговий швейцар (як правило, пильний офіцер – відставник або співробітник «органів») прискіпливо фільтрував чужаків. Крім того, в готелі заборонялося стороннім особам залишатися на ніч, отже, адміністратор міг «заплющити очі», лише одержавши «на лапу». На тих же умовах чергові на поверхах постачали проституткам інформацію про гостей готелю – чоловіків, що проживали в одномісних номерах, про їхні місця роботи та посади, оскільки радянська система обліку гостей у готелях вимагала вказувати в анкеті і такі дані. Тобто обрати клієнта зі статусом та, відповідно, товстим гаманцем «дівчинці» за відповідних зв'язків у готелях не становило великих труднощів. Інтим-робітниці «зони карбованця» працювали не тільки в готелях. Своїх клієнтів – фарцовщиків, «цеховиків», власників підпільних капіталів, кримінально-злочинних елементів тощо вони приводили додому або в притон. Відмінність карбованцевих проституток від валютних полягала у тому, що основну їх частину складали жінки, що мали і квартиру, і роботу. Гонорари за інтимні послуги були для них не основним, а додатковим доходом, хоча його розміри могли в декілька разів перевищувати заробітну плату на постійному місці праці.

Найнижчу касту продажних жінок становили вуличні, вокзальні та трасові проститутки. Ці дами, як правило, старші за 35 років, шукали клієнтів на вокзалах, ринках, стоянках таксі, у вино-горілчаних магазинах. Трасові проститутки (або «плечеві») «обслуговували» водіїв-

дальнобійників. У вокзальних склалася своя ієрархія. На чолі її знаходилися досвідчені «метелики», які слідкували за собою та мали гарний вигляд. Вони пропонували інтимні послуги чоловікам у відрядженнях та просто приїжджим, яких вели додому або на зйомну квартиру. Під їхнім керівництвом працювали юні панянки, часто неповнолітні, які ще не встигли спитися. Інтимні послуги пропонували на вокзалах і волоцюжки. Ці особи, що зовсім опустилися на дно життя, погоджувалися за «пів-літру на двох», а якщо клієнт не хотів пити, то одну «чвартку» для себе, а іншу – з собою, для подруги. Багато вуличних проституток було пов’язано з криміналом. І замість «втіхи» клієнт міг «отримати» клофелін та прийти до тями абсолютно голим без речей та грошей. Але найчастіше проститутки виступали в ролі наводчиць. Клієнт привозив «нічного метелика», що сподобався, до себе додому, вона чесно «відпрацьовувала» належне, а через три доби клієнт, повернувшись з праці, знаходив свою квартиру повністю пограбованою («обчищеною» за «фаховим» терміном). Часто навіть з цілими, неушкодженими дверима, з цілим вікном: «дівчинка» просто вчасно зробила зліпок з ключа господаря, а решта – справа техніки.

Висновки. Секс-туризм (або інтимний, галантний, куртуазний) нині часто відносять до нових, інноваційних, нетрадиційних, креативних тощо видів туризму, хоча сексуальна цікавість туристів обох статей до мешканців, мешканок країн, куди туристи приїжджають на відпочинок (більше або менше виражена та проявляєма) є нормальним явищем, імманентно притаманним людській натурі та фізіології – особливо у молоді роки. Тому інтимні контакти між туристами/туристками та місцевим населенням приймаючих країн були завжди досить поширеними, особливо під час відпочинкових турів, турів на морських узбережжях південних регіонів та країн, що відображено хоча б в численних анектодах про курортний відпочинок, поширених як раз за радянських часів [10; 11]. Отже, те, що зараз по-модному називається інтим-туризмом, тобто поїздки з метою отримання еротичних вражень, інтимних послуг, підкорення сердець і таке подібне, завжди було серед складників та цілей подорожей туристів, особливо молоді, до інших регіонів та країн. На жаль, дуже часто інтимний туризм пов'язаний з проституцією, а через неї - з криміналом та порушенням туристами законів країни перебування. Не була винятком і туристична практика в бувшому СРСР, де за відомим висловом «сексу не було», але секс-туризм був і мав досить складну структуру з трьох рівнів проституції – валютної (для іноземців), готельної (для заможних вітчизняних громадян) та найнижчої «касти» (куди відносилися вулична, вокзальна, трасова проституція). Кожен рівень потребував забезпечуючої «інфраструктури»: ресторанів, готелів, служби таксі, квартир, притонів з відповідним «технічним персоналом». Часто проститутки (особливо валютні) працювали «під дахом» радянських спецслужб з орієнтиром на іноземних туристів, що їх цікавили. З іншого боку проституція (як і інтим-туризм у цілому) мала тісні зв’язки з криміналом, тому туристи-невдахи

могли напоротися на клофелінщиць, наводчиць на квартири тощо, не кажучи вже про чисто медичні проблеми, зокрема венеричні хвороби, які найбільше розповсюджували дешеві вокзальні проститутки. Про те, що проблема, яка розглядається, є актуальною в Україні і сьогодні, нагадують поточні повідомлення у ЗМІ про те, що «спіймали сутенерш у стріп-клубі» (це новий об'єкт для інтим-туризму, якого за радянських часів не було) [8] чи «сутенершу засудили на п'ять років за те, що займалася вербовкою дівчат для заняття проституцією в Індії» [9]. Отже, інформуючи студентів туристичного фаху про нові напрямки сучасного туризму у т.ч. інтим-туризм, слід обов'язково підкреслювати його велику проблемність та небезпеку для туристів – «споживачів», посилаючись при цьому на радянській досвід його функціонування, у т.ч. в Україні.

Список використаних джерел:

1. Кляп М.П. Сучасні різновиди туризму: навч. пос. /М.П. Кляп, Ф.Ф Шандор. – К.: Знання, 2011. – 334 с.
2. Смаль І.В. Географія туризму та рекреації: Словник-довідник / І.В. Смаль. – Тернопіль: Навч. книга – Богдан, 2010. – 208 с.
3. Малиновська О.Ю. Інноваційні види туризму / О.Ю. Малиновська, А.І. Ісакова // Географія та туризм: Наук. зб. / Ред. кол.: Я.Б. Олійник (відп. ред) та ін.. – К.: Альфа – ПІК, 2014. – Вип. 27. – С. 46-55.
4. Цалик С. Деньги легкого поведения / С.Цалик // Власть денег. - 2012. - №42. – С. 48-50.
5. Гей-туризм (ЛГБТ-туризм) // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http//actravel.ru/tourism_glossary.php?word=453.
6. Гей-туризм // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http//ru.wikipedia.org./wiki/.
7. Здорова О. Нові (нетрадиційні) види туризму України / О.Здорова // Матеріали Всеукр. студ. конф. – Черкаси: ЧНУ ім. Б.Хмельницького, 2011. – Вип.1. – С. 12-15.
8. Золотар И. Поймали сутенерш в стрип-клубе /И.Золотар//Сегодня. – 2015. – 10 февраля. – С.5.
9. Золотар И. Сутенершу засудили на пять лет /И.Золотар//Сегодня. – 2015. – 17 февраля. – С. 6.
10. Линчак І.М. Анекдоти про курортний відпочинок: мотиви та персонажі /І.М. Линчак// Наукові записки КУТЕП. Серія: філософські науки. – 2014. – Вип. 18. – С. 376-387.
11. Туризм і туристи в анектодах / [Упоряд., передм., прим. І.М. Линчак]. – Біла Церква: ТОВ «Білоцерківдрук», 2014. – 248 с.
12. Рейтинг європейських міст за вартістю перебування, 2015 // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: priceofftravel.com.
13. Лужков Л. Ласточка для посла /Л.Лужков// Загадки истории. – 2015. - № 10. – С.10-11.
14. Сборщикова В. Киев стал самым дешевым городом в мире / В. Сборщикова // Комсомольская правда в Украине. – 2015. – 21 вересня. – С. 1.

Список использованных источников:

1. Кляп М.П. Современные разновидности туризма: учеб. пос. М.п. Кляп, Ф.Ф Шандор. - М .: Знание, 2011. - 334 с.
2. Смаль И.В. География туризма и рекреации: Словарь-справочник / И.В. Смаль. - Тернополь: Учеб. книга - Богдан, 2010. - 208 с.
3. Малиновская О.Ю. Инновационные виды туризма / А.Ю. Малиновская, А.И. Исакова // География и туризм: Наук. сб. / Ред. кол .: Я.Б. Олейник (отв. Ред) и др .. - М .: Альфа - ПИК, 2014. - Вып. 27. - С. 46-55.
4. Цалик С. Деньги легкого поведения / С.Цалик // Власть денег. - 2012. - №42. - С. 48-50.
5. Гей-туризм (ЛГБТ-туризм) // [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http // actravel.ru / tourism_glossary.php? Word = 453.

6. Гей-туризм // [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http // ru.wikipedia.org. / Wiki /.
7. Здоровая А. Новые (нетрадиционные) виды туризма Украины / О.Здорова // Материалы Всеукр. студ. конф. - Черкассы: ЧНУ им. Б.Хмельницкого, 2011. - Вып.1. - С. 12-15.
8. Золотарь И. Поймали сутенерш в стрип-клубе /И.Золотар//Сегодня. - 2015. - 10 февраля. - С.5.
9. Золотарь И. сутенерши осудили на пять лет /И.Золотар//Сегодня. - 2015. - 17 февраля. - С. 6.
10. Линчак И.М. Анекдоты про курортный отдых: мотивы и персонажи /И.М. Линчак // Научные записки зачислению. Серия: философские науки. - 2014. - Вып. 18. - С. 376-387.
11. Туризм и туристы в анектод / [Сост., Предисл., Прим. И.М. Линчак]. - Белая Церковь: ООО «Билоцеркивдрук», 2014. - 248 с.
12. Рейтинг европейских городов по стоимости пребывания, 2015 // [Электронный ресурс]. - Режим доступа: priceofftravel.com.
13. Лужков Л. Ласточка для посла /Л.Лужков// Загадки истории. - 2015. - № 10. - С.10-11.
14. сборщиков В. Киев стал Самым дешевыми городом в мире / В. сборщиков // Комсомольская правда в Украине. - 2015. - 21 сентября. - С. 1.

References:

1. Kljap M.P. Suchasni riznovidi turizmu: navch. pos. /M.P. Kljap, F.F Shandor. – K.: Znannja, 2011. – 334 s.
2. Smal' I.V. Geografija turizmu ta rekreacії: Slovnik-dovidnik / I.V. Smal'. – Ternopil': Navch. kniga – Bogdan, 2010. – 208 s.
3. Malinovs'ka O.Ju. Innovacijni vydy turyzmu / O.Ju. Malinovs'ka, A.I. Isakova // Geografija ta turizm: Nauk. zb. / Red. kol.: Ja.B. Olijnik (vidp. red) ta in.. – K.: Al'fa – PIK, 2014. – Vip. 27. – S. 46-55.
4. Calik S. Den'gi legkogo povedenija / S.Calik // Vlast' deneg. - 2012. - №42. – S. 48-50.
5. Gej-turyzm (LGBT-turizm) // [Elektronnij resurs]. – Rezhim dostupu: http//actravel.ru/tourism_glossary.php?word=453.
6. Gej-turizm // [Elektronnij resurs]. – Rezhim dostupu: http//ru.wikipedia.org./wiki/.
7. Zdorova O. Novi (netradicijni) vidi turizmu Ukraïni / O.Zdorova // Materiali Vseukr. stud. konf. – Cherkasi: ChNU im. B.Hmel'nic'kogo, 2011. – Vip.1. – S. 12-15.
8. Zolotar I. Pojmali sutenersh v strip-klube /I.Zolotar// Segodnja. – 2015. – 10 fevralja. – S. 5.
9. Zolotar I. Sutenershu zasudili na pjat' let /I.Zolotar// Segodnja. – 2015. – 17 fevralja. – S. 6.
10. Linchak I.M. Anekdoti pro kurortnij vidpochinok: motivi ta personazhi /I.M. Linchak// Naukovi zapiski KUTEP. Serija: filosofs'ki nauki. – 2014. – Vip. 18. – S. 376-387.
11. Turizm i turisti v anektodah / [Uporjad., peredm., prim. I.M. Linchak]. – Bila Cerkva: TOV «Bilocerkivdruk», 2014. – 248 s.
12. Rejting єvropejs'kih mist za vartistju perebuvannja, 2015 // [Elektronnij resurs]. – Rezhim dostupu: priceofftravel.com.
13. Luzhkov L. Lastochka dlja posla /L.Luzhkov// Zagadki istorii. – 2015. - № 10. – S.10-11.
14. Sborshhikova V. Kiev stal samym deshevym gorodom v mire / V. Sborshhikova // Komsomol'skaja pravda v Ukraine. – 2015. – 21 veresnja. – S. 1.

УДК 338.486

Бучко Жанна Іванівна,
кандидат географічних наук, доцент

Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича, м. Чернівці, Україна
e-mail: zhanna.buchko@gmail.com

ТРАНСКОРДОННІ МАРШРУТИ ІСТОРИКО-ЕТНОГРАФІЧНОГО ТУРИЗМУ НА БУКОВИНІ

Метою написання статті є вивчення можливостей функціонування та реалізації маршрутів історичного та етнографічного туризму на транскордонній території Чернівецької області України та Сучавського повіту Румунії (етнокультурний регіон відомий як Буковина).

Методика роботи полягала в систематизації й синтезі емпіричних даних, що охоплювали практичні транскордонні проекти в галузі туризму на Буковині.

Результати. Автором було виявлено загальні тенденції транскордонної співпраці в галузі туризму щодо розробки та впровадження маршрутів територією Чернівецької області та Сучавського повіту. У статті проаналізовано попередній досвід функціонування таких маршрутів та запропоновано мережу нових, укладених за результатами ряду експедиційних польових досліджень. Обґрунтовано розробку восьми міжнародних маршрутів територією Буковинського прикордоння. Проаналізовані проблеми функціонування таких маршрутів.

Науковою новизною роботи є розробка транскордонних маршрутів територією Чернівецької області та Сучавського повіту за формою пересування (автомобільні, велосипедні, пішохідні) та тематикою (історичні та етнографічні).

Практична значущість дослідження полягає в можливості впровадження отриманих результатів у планову туристичну діяльність відповідно до прийнятих у Чернівецькій області програм та стратегій.

Ключові слова: транскордонний туризм, транскордонні туристичні маршрути, транскордонний регіон, історико-етнографічний туризм.

УДК 338.486

Бучко Жанна Ивановна,
кандидат географических наук, доцент

Черновицкий национальный университет имени Юрия Федьковича, г. Черновцы, Украина, e-mail: zhanna.buchko@gmail.com

ТРАНСГРАНИЧНЫЕ МАРШРУТЫ ИСТОРИКО-ЭТНОГРАФИЧЕСКОГО ТУРИЗМА НА БУКОВИНЕ

Цель написания статьи – изучение возможностей функционирования и реализации маршрутов исторического и этнографического туризма на трансграничной территории Черновицкой области Украины и Сучавского уезда Румынии (этнокультурный регион известен как Буковина).

Методика работы состояла в систематизации и синтезе эмпирических данных, что касались трансграничных проектов сферы туризма на Буковине.

Результаты. Автором выявлено общие тенденции трансграничного сотрудничества в отрасли туризма в разработке и внедрении маршрутов территорией Черновицкой области и Сучавского уезда. В статье проанализирован предыдущий опыт функционирования таких маршрутов и предложена сеть новых, разработанных за результатами экспедиционных полевых исследований. Обоснована разработка восьми международных маршрутов территорией Буковинского приграничья. Проанализированы проблемы функционирования таких маршрутов.

Научная новизна работы - разработка трансграничных маршрутов территорией Черновицкой области и Сучавского уезда за формой передвижения (автомобильные, велосипедные и пешеходные) и тематикой (исторические и этнографические).

Практическое значение исследования состоит в возможности внедрения полученных результатов в плановую туристическую деятельность соответственно с действующими в Черновицкой области программами и стратегиями.

Ключевые слова: трансграничный туризм, трансграничные туристические маршруты, трансграничный регион, историко-этнографический туризм.

UDC 338.486

Buchko Zhanna Ivanivna,
Candidate of Geography Sciences, Associate Professor

Yuri Fedkovich Chernivtsi National University, Chernivtsi, Ukraine
e-mail: zhanna.buchko@gmail.com

ROUTES OF TRANSBOUNDARY HISTORICAL AND ETHNOGRAPHIC TOURISM IN BUKOVINA

The *goal* of this paper is to study the prospects of establishing and supporting historical and ethnographic tourist routes at the trans-boundary territory of Chernivtsi region in Ukraine and Suceava region in Romania. (Ethnically and culturally distinct region known as Bukovina)

Methodology. Our work relies on systematization and synthesis of the empirical data about practical transboundary tourism projects in Bukovina.

Results. The author established general tendencies of transboundary collaboration in such tourism areas as development and introduction of routes in Chernivtsi and Suceava regions. Our paper analyses prior experience in supporting such routs and proposes a network of new routes, formed following the results of a series of field expeditions. We substantiate the development of eight international routes within Bukovina boundary lands and analyze the problems related to functioning of such routes.

The *scientific novelty* of our work is development of transboundary routes in Chernivtsi and Suceava region based on the means of transportation (automobile, bicycle, walking) and the underlying theme (historical or ethnographic). The practical significance of this research is the possibility of implementation of the proposed concepts into the planned tourism activity in accordance with the formal development programs and strategies accepted in Chernivtsi region.

Keywords: transboundary tourism, transboundary tourist routes, transboundary region, historical-ethnographic tourism.

Постановка проблеми. Транскордонний туризм слід вважати одним з найважливіших напрямів транскордонної співпраці – спільних дій, спрямованих на встановлення і поглиблення економічних, соціальних, науково-технічних, екологічних, культурних та інших відносин між територіальними громадами, їх представницькими органами, місцевими органами виконавчої влади України та територіальними громадами, відповідними органами влади інших держав у межах компетенції, визначеної їх національним законодавством. В географічному сенсі транскордонний туризм породжується наявністю на сусідніх територіях об’єктів та явищ, що стають основою розробки та функціонування туристичних маршрутів. Питання транскордонної співпраці на Буковині набувають особливою актуальності в контексті прийнятих за останній рік

"Стратегії розвитку Чернівецької області до 2020 року", "Інтегрованої концепції розвитку середмістя Чернівців", "Стратегії розвитку туризму Буковинсько-Бессарабського транскордонного субрегіону на період до 2020 року".

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Відповідно до Закону України, під транскордонним туризмом розуміють спільні дії, спрямовані на встановлення і поглиблення економічних, соціальних, науково-технічних, екологічних, культурних та інших відносин між територіальними громадами, їх представницькими органами, місцевими органами виконавчої влади України та територіальними громадами, відповідними органами влади інших держав у межах компетенції, що визначена їх національним законодавством [5, с. 61].

Питання транскордонного туризму є актуальними в багатьох країнах. Щодо України, то зазначені проблеми ще не стали об’єктом досліджень і висвітлені лише у ряді окремих праць Василихи Н.В. (дослідження ринку туристичних послуг у контексті транскордонного співробітництва), Горба К.М. (дослідження митного забезпечення транскордонного туризму), Мікули Н. (дослідження процесів транскордонної співпраці в Україні) [4].

На думку Горба К.М., транскордонний туризм є видом туристичної діяльності, в основі якого лежить розвиток туристичної інфраструктури та організація туристичних маршрутів на транскордонній території та безпосередньо біля неї [3, с. 31]. Цей вид економічної діяльності – важливий механізм розвитку міжнародних відносин і зміцнення економічного співробітництва. В основі транскордонного туризму лежить не просто перетин кордону з метою відпочинку в іншій країні, а саме туризм на транскордонній території (як єдиному цілому) з перетинанням кордону як необхідним елементом. Транскордонний туризм, відповідно, слід вважати одним із важливих напрямів транскордонного співробітництва. На думку Василихи Н.В., підтримка транскордонного співробітництва прикордонних регіонів є інструментом соціально-економічного розвитку регіонів та пом'якшення територіальних диспропорцій [2, с. 161].

*Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми***.** Питанням розробки транскордонних маршрутів історико-етнографічного туризму на території Чернівецької області України та Сучавського повіту Румунії дотепер не приділялося належної уваги. Такі маршрути передовсім охоплювали сакральні об'єкти і мали відповідне тематичне спрямування. Така однобокість обмежує використання багатого етнокультурного потенціалу Буковини, а також не сприяє міжкультурній комунікації.

Метою дослідження є вивчення можливостей функціонування та реалізації маршрутів історичного та етнографічного туризму на транскордонній території Чернівецької області України та Сучавського повіту Румунії (етнокультурний регіон відомий як Буковина).

Виклад основного матеріалу. Розвитку туризму на транскордонній території, що охоплює Чернівецьку область України та Сучавський повіт

Румунії, сприяє впровадження транскордонних проектів за підтримки Євросоюзу. Тісна й багаторічна співпраця між колективами географічних факультетів Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича та Сучавського університету Штефан чел Маре упродовж 2006-2015 р.р. втілилася у ряд практичних результатів.

З 1.12.2006 р. до 31.09 2008 р. реалізовувався румунсько-український проект «Infobukovina – tourist campaign for the cross-border region Romania-Ukraine». Фінансувався Європейським Союзом через програму сусідства Румунія-Україна 2004-2006 з бюджетом 413 000 євро. Метою проекту було покращення транскордонної інтеграції в прикордонній зоні Румунія – Україна шляхом розширення й підвищення якості пропозиції туристської промисловості та забезпечення сталого розвитку туризму. Прямими бенефіціантами стали 20 менеджерів та адміністраторів туристської промисловості, а непрямими – туристи, потенційні туристи, менеджери підприємств сфери туризму регіону.

Результати проекту конкретизовані головним чином у розвитку туристичної промисловості регіону шляхом тренінгу 20 менеджерів в галузі туризму з Сучавського повіту та Чернівецької області і заснуванням 3-х точок туристичного інформування в трьох пунктах Сучавського повіту (Сучава, Гура Гуморулуй, Сірет) задля інформування потенційних туристів про наявні регіональні туристичні послуги і визначні пам’ятки в прикордонній зоні.

З 1.10.2007 р. до 31.10 2008 р. румунські та чернівецькі географи виконували спільний проект «Roua of Bucovina (cultural roots, people and places, unify by tradition, natural tourist’s attractions)». Бюджет проекту склав 24, 6 тисяч євро. Основні заходи проекту були зосереджені на проведенні тематичних семінарів у Сучаві та Чернівцях з участю в них з доповідями виконавців проекту про головні групи туристично-рекреаційних ресурсів (природних, архітектурно-історичних, подієвих, персонально-історичних, етнокультурних). Здійснені експедиційні виїзди територією Буковини для збору фотоматеріалів та описів об'єктів туризму. Результатом роботи над проектом став ілюстрований фотоальбом туристичних атракцій Буковини.

Перспективи розвитку для етнотуризму в області відкрив грант на 1,5 мільйона євро, який виграв Чернівецький національний університет. Проект «Historical and ethnographic heritage – part of the sustainable development of tourism in Bukovina» передбачає розвиток туризму на Буковині і розрахований на два роки (з 2012 р.). За його програмою у Чернівцях та Сучаві створено туристичні центри з розвитку історико-етнографічного туризму на Буковині, історико-етнографічний музей в Чернівцях та археологічна експозиція в Сучаві. Передбачено видання рекламної літератури для туристів трьома мовами (українською, румунською, англійською), путівники по туристичних маршрутах, карти історико-етнографічного туризму, тренінги цільових груп з розвитку туризму, випуск туристичного журналу, альбоми та dvd-диски, створено

спеціальний сайт [6]. Проведено етнофестиваль, що доповнив значний список дійств на території області.

Таблиця 1

Транскордонні маршрути історико-етнографічного туризму на Буковині

Маршрут	*Тип побудови*	*Спосіб пересування*	*Протяжність, км*	*Тематика*
Ватра Дорней – Кимполунг Молдавенеск – Садова – Молдовіца – Сучевіца – Редеуць – Сірет – Біла Криниця – Глибока – Димка – Валя Кузьмина – Чернівці – Лужани – Неполоківці	лінійний	автомобільний	150	сакрально-історичний
Фальтічень – Гура-Гуморалуй – Манастірея Гуморалуй – Солка – Марджіня – Вішеу де Жос – Путна – Вішеу де Сус – Красноїльськ – Чудей – Сторожинець – Берегомет – Вижниця	лінійний	автомобільний	220	історико-етнографічний
Кимполунг Молдавенеск – Фунду Молдавей – Бреаза – Молдова Суліца – Ізвоареле Сучевей – Бродіна – Улма – Стража – Вішеу де Сус – Красноїльськ – Череш – Банилів-Підгірний – Берегомет – Вижниця – Підзахаричі – Путила – Селятин	лінійний	автомобільний	325	історико-етнографічний
Фалтічень – Сучава – Мітоцу Драгомірней –Драгомірна – Патрауці – Калінешть – Калафіндешть – Сірет – Чернівці – Бояни – Динівці – Хотин	лінійний	автомобільний	180	історичний
Вижниця – Усть-Путила – Путила – Сергії – Руська – Ульма – Бродіна – Путна – Вішеу де Сус – Красноїльськ – Чудей – Череш – Банилів-Підгірний – Мигове – Берегомет – Вижниця	кільцевий	велосипедний	210	історико-етнографічний
Путила – Плоска – Селятин – Ульма – Бродіна – Бродіна де Жос – Ізвоареле Сучевей – Шепіт – Нижній Яловець – Яблуниця – Усть-Путила – Дихтинець – Путила	кільцевий	велосипедний	150	історичний
Красноїльськ – Вішеу де Сус – Білка – Баінет – Манастіоара –	лінійний	піший	50	історико-краєзнав-

Сірет				чий
Нижній Яловець – Перкалаб – Сарата – Яровиця – Верхній Яловець – Шепіт – Ізвоареле Сучевей	лінійний	піший	40	історико-етнографічний

Важливим результатом транскордонного проекту стала розробка маршрутів історичного та етнографічного туризму на Буковині. Як і передбачалося, мережу таких маршрутів становили 8 міжнародних, 20 регіональних (по 10 територією Чернівецької області та Сучавського повіту), 4 локальні (по 2 у м. Чернівці та м. Сучава). Маршрути охоплюють найцікавіші історичні та етнографічні об'єкти прикордоння за категоріями: археологічні пам’ятки, пам'ятки військово-історичного характеру, громадські будівлі, музеї (зокрема музеї-садиби), релігійні об’єкти, кінно-спортивні комплекси, фестивалі й традиційні свята, промислово-історичні об’єкти, центри народних промислів, місця національної кухні, пам’ятники. Прокладені маршрути лягли в основу розробленої карти історичного та етнографічного туризму території Чернівецької області та Сучавського повіту. Докладніші параметри маршрутів наведені в Таблиці 1. З восьми розроблених 4 розраховані на пересування автомобілем, 2 велосипедом, 2 пішки. Загальна протяжність маршрутів становить 1 325 км.

Функціонування деяких розроблених транскордонних маршрутів унеможливлюється проблемами їх неврегульованого митного забезпечення. Єдиний діючий пункт пропуску на українсько-румунському кордоні Порубне-Сірет здатен забезпечити використання лише двох, автомобільних, маршрутів. Інші ж розроблялися на перспективу, позаяк упродовж останніх років ведуться роботи з облаштування пунктів пропуску "Красноїльськ – Вішеу де Сус" та шукаються можливості відновлення колишніх "Руська – Ульма" та "Шепіт – Ізвоареле Сучевей". Завдяки цьому Буковина зробить ще один крок для покращення інфраструктури, що відкриватиме нові перспективи розвитку малого і середнього бізнесу та туристичної сфери.

Висновки. Успішний розвиток транскордонного туризму визначається взаємними інтересами сусідніх країн у розвитку міждержавних та міжрегіональних зв'язків, що сприятимуть координації спільної діяльності з реалізації туристичних проектів, забезпечення безпеки туристів, покращення системи прикордонного контролю. Функціонування транскордонних туристичних маршрутів сприятиме збереженню історичної та етнокультурної спадщини Буковини, зайнятості населення та покращенню інфраструктури на прикордонних територіях.

Список використаних джерел:

1. Бучко Ж. Транскордонний туризм у контексті євроінтеграції України / Ж. Бучко // Науковий вісник Чернівецького університету: збірник наукових праць. Чернівці: Чернівецький нац. ун-т, 2015. Вип. 744-745: Географія.– С. 109-111.

2. Василиха Н.В. Розвиток ринку туристичних послуг у контексті транскордонного співробітництва / Н.В. Василиха // Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. 2010. - Вип.3. - С.160-165.
3. Горб К.М. Транскордонний туризм і проблеми його митного забезпечення / К.М. Горб // Вісник Академії митної служби України. Серія: Економіка. – 2014. - №2. – С. 30-36.
4. Мікула Н. Міжтериторіальне та транскордонне співробітництво: Монографія / Н. Мікула. – Львів: ІРД НАН України, 2004. – 395 с.
5. Про транскордонне співробітництво: Закон України // Відомості Верховної Ради України (ВВР). – 2004. – № 45. – Ст. 499 (зі змінами, внесеними згідно із законами № 1833-VI (1833-17) від 21.01.2010, ВВР. – 2010. – № 12. – Ст. 116 ; № 5463-VI (5463-17) від 16.10.2012. – ВВР. – 2014. – № 4. – Ст. 61).
6. Офіційний сайт проекту "Історична та етнографічна спадщина - частина сталого розвитку туризму на Буковині" - http://heritage-ua-ro.org/index.php

Список использованных источников:

1. Бучко Ж. Трансграничный туризм в контексте евроинтеграции Украины / Ж. Бучко // Научный вестник Черновицкого университета: сборник научных трудов. Черновцы: Черновицкий нац. ун-т, 2015. Вып. 744-745: География.– С. 109-111.
2. Василиха Н.В. Развитие рынка туристических услуг в контексте трансграничного сотрудничества / Н.В. Василиха // Вестник Черновицкого торгово-экономического института. 2010. - Вып.3. - С.160-165.
3. Горб К.Н. Трансграничный туризм и проблемы его таможенного обслуживания / К.Н. Горб // Вестник Академии таможенной службы Украины. Серия: Экономика. – 2014. - №2. – С. 30-36.
4. Микула Н. Межтерриториальное и трансграничное сотрудничество: Монография / Н. Микула. – Львов: ИРИ НАН Украины, 2004. – 395 с.
5. О трансграничном сотрудничестве: Закон Украины // Ведомости Верховного Совета Украины (ВВС). – 2004. – № 45. – Ст. 499 (с изменениями, внесёнными согласно законам № 1833-VI (1833-17) от 21.01.2010, ВВС. – 2010. – № 12. – Ст. 116 ; № 5463-VI (5463-17) от 16.10.2012. – ВВС. – 2014. – № 4. – Ст. 61).
6. Официальный сайт проекта "Историческое и этнографическое наследие - часть устойчивого развития туризма на Буковине" - http://heritage-ua-ro.org/index.php.

References:

1. Buchko Z. Transboundary tourism in the context of European integration of Ukraine / Z. Buchko // Scientific Bulletin of Chernivtsi University: Collection of scientific papers. Chernivtsi: Chernivtsi national University Press, 2015. Vol. 744-745: Geography.- P. 109-111.
2. Vasylyha N. V. Development of tourism market in the context of cross-border cooperation / N. V. Vasylyha // Bulletin of Chernivtsi Trade and Economic Institute. 2010. - Vol.3. - P.160-165.
3. Gorb K. M. Cross-border tourism and problems of its customs software / K. M. Gorb // Bulletin of the Academy of Customs Service of Ukraine. Series: Economy. - 2014. - №2. - P. 30-36.
4. Mikula N. Inter-territorial and cross-border cooperation: Monograph / N. Mikula. - Lviv: IRI Sciences of Ukraine, 2004. - 395 p.
5. On cross-border cooperation: the Law of Ukraine // Ukraine Supreme Council (BD). - 2004. - № 45. - Art. 499 (as amended in accordance with the law number 1833-VI (1833-17) of 21.01.2010, BD. - 2010. - № 12. - Art. 116; № 5463-VI (5463-17) of 16.10.2012 . - BD. - 2014. - № 4. - Art. 61).
6. Official site of the project "Historical and ethnographic heritage - sustainable development of tourism in Bukovina" - http://heritage-ua-ro.org/index.php.

УДК 338.48

Парфіненко Анатолій Юрійович
кандидат історичних наук, доцент

Харківський національний університет
імені В.Н. Каразіна, Харків, Україна
e-mail: anatolij-parfinenko@yandex.ru

ПОДІЄВИЙ ТУРИЗМ ЯК ЧИННИК ФОРМУВАННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ МІСТА

Метою публікації є з'ясування організаційно-економічного механізму створення продукту подієвого туризму як чинника формування туристичної привабливості міста.

Методика. У роботі окрім загальнонаукових методів, використано методи структурно-функціонального аналізу, системного, процесного підходу, метод моделювання та контент-аналізу.

Результати. В результаті дослідження здійснено типологізацію основних видів подій, визначено функціональні можливості подієвого туризм в соціально-економічному розвитку міст, з'ясовано алгоритм взаємодії основних зацікавлених у проведенні події сторін, розроблено етапи створення та реалізації продукту подієвого туризму.

Наукова новизна. З'ясовано організаційно-економічні умови розробки проектів подієвого туризму, його роль у формуванні туристичної привабливості та забезпеченні конкурентоспроможності міст.

Практична значимість. Результати пропонованого дослідження можуть бути використані міськими адміністраціями та іншим зацікавленими сторонами при розробці продуту подієвого туризму.

Ключові слова: подієвий туризм; подієвий маркетинг, подієвий менеджмент, конкурентоспроможність міста.

УДК 338.48

Парфиненко Анатолий Юрьевич,
кандидат исторических наук, доцент

Харьковский национальный университет
имени В.Н. Каразина, Харьков, Украина
e-mail: anatolij-parfinenko@yandex.ru

СОБЫТИЙНЫЙ ТУРИЗМ КАК ФАКТОР ФОРМИРОВАНИЯ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ГОРОДА

Целью публикации является установление организационно-экономического механизма создания продукта событийного туризма как фактора формирования туристической привлекательности города.

Методика. В работе кроме общенаучных методов, использованы методы структурно-функционального анализа, системного, процессного подхода, метод моделирования и контент-анализа.

Результаты. В результате исследования осуществлена типологизация основных видов событий, определены функциональные возможности событийного туризм в социально-экономическом развитии городов, выяснен алгоритм взаимодействия основных заинтересованных в проведении события сторон, разработаны этапы создания и реализации продукта событийного туризма.

Научная новизна. Выяснено организационно-экономические условия разработки проектов событийного туризма, его роль в формировании туристической привлекательности и обеспечении конкурентоспособности городов.

Практическая значимость. Результаты предлагаемого исследования могут быть использованы городскими администрациями и другим заинтересованными сторонами при разработке проектов событийного туризма.

Ключевые слова: событийный туризм событийный маркетинг, событийный менеджмент, конкурентоспособность города.

UDC 338.48

Parfinenko Anatoliy Yuriyovych
Candidate of Historical Sciences, Associate Professor

V. N. Karazin Kharkiv National University, Kharkiv, Ukraine
e-mail: anatolij-parfinenko@yandex.ru

EVENT TOURISM AS A FACTOR FOR THE FORMATION OF TOURISM ATTRACTION IN THE CITY

The object of this article is to determine the organizational and economic mechanism of product development for the event tourism as a factor for the formation of tourism attraction in the city.

Methodology. In this paper the author has used the methods of structure-function analysis, the methods of system and process approach, the method of simulation approach and content analysis except for the general scientific methods.

Results. Classification of the basic event types has been implemented, event tourism capabilities in the social and economic development of cities have been specified, the interaction algorithm of the concerned parties in the conducting of the event has been defined, and the stages of formation and product sales for the event tourism have been developed.

Scientific novelty. The organizational and economic conditions for the development of the event tourism, its role in the formation of tourist attraction and providing the competitiveness of cities have been determined.

Practical value. The results of the assumed research can be used by municipal administrations and other concerned parties while developing event tourism projects.

Key words: event tourism, event marketing, event management, competitiveness of the city.

Постановка проблеми. В умовах глобальної економіки міста виконують функції «точок росту», двигунів розвитку своїх держав. За оцінками Світового банку, міста генерують 65-80% ВВП країн, що розвиваються. При цьому процес глобалізації світового господарства супроводжувався і супроводжується посиленням конкуренції міст усіх рівнів. Міста змагаються за залучення інвестицій, творчих людей, потоків мільйонів туристів. Ця конкуренція відбувається на основі створення комфортних інфраструктурних, законодавчих, соціальних, економічних систем і управлінських стратегій. Однією з таких управлінських стратегій є подієвий туризм. Застосування подієвого менеджменту та маркетингу в управлінні територіями спрямовано на просування бренду регіону або міста за допомогою проведення різних подій.

Сьогодні більшість європейських міст та регіонів розглядають організацію подієвого туризму у якості інструменту соціально-економічного розвитку. Як наслідок, спостерігається справжній «бум» або «ренесанс» подій. Ми маємо можливість спостерігати появу глобальних «музичних», «театральних», «гастрономічних» та інших міст. Показово, що чимало з них асоціюються саме з проведенням відомих подій, а не багатою історичною спадщиною. Так, Канни асоціюються зі знаменитим

кінофестивалем, а Едінбург відомий як фестивальна столиця Європи. Організація масштабних подій є також детермінантою розвитку туристичної сфери, генерування туристичних потоків, створення глобальних туристичних дестинацій. Українські міста в цьому сенсі хоч і докладають чималих зусиль, втім не мають належного досвіду управління подієвими заходами для реалізації власних інтересів та конкурентних переваг у довгостроковій перспективі. Зважаючи на це, дослідження теоретичних основ та практики просування міст на основі подієвих заходів має не тільки важливе наукове значення, а й суто практичне спрямування.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Теоретичні основи дослідження туризму як об'єкту наукового пізнання сформульовані у працях багатьох українських науковців (Балабанова Г., Бейдика О., Любіцевої О., Мальської М., Смирнова І., Ткаченко Т., Федорченка В. та ін.) та зарубіжних дослідників (Александрової А., Батлера Р., Бартона Р., Боуена Д., Бхатія А., Джафарі Д., Квартального В., Котлера Ф., Маршала А., Мейкенза Д., Реймерса Н., Харріса Г., Холловея Д. та ін.).

Подієвий туризм тривалий час не привертав уваги дослідників. Один з перших, хто звернув увагу на зростаючу роль «псевдоподій», створених для реклами та політичних цілей, був американський історик та соціолог Даніель Бурстін (1960-ті роки). Однак поширеною практикою провідних європейських міст подієві заходи стають протягом 1970-х років. І вже у 1980-ті роки у західному академічному середовищі почали обговорювати подієвий туризм як окремий сегмент туристичного ринку, намагалися визначити його вплив на місцеву економіку, обґрунтовували технології створення і просування продукту подієвого туризму, у тому числі за допомогою інструментів маркетингу (Гетц Д. [8, 13], Рітчі Д. [19] та ін.). Протягом 1990-2000-х років подієвий туризм стає одним з лейтмотивів західноєвропейського туризмологічного дискурсу (Аллен Д. [7], Гетц Д. [9-12], Миллер Л. [15], Прабха П. [17], Робинсон М. [21], Хокінс [14] та ін.).

Глобальне поширення подій, їхня універсалізація з точки зору економічного, соціального, культурного та політичного впливу сприяла професіоналізації досліджуваної сфери. Зокрема, були засновані міжнародні професійні організації з організації подій, з'явилися магістерські програми з туризму, пов'язані з управлінням подіями. Зрештою, було започатковано спеціальні наукові періодичні видання, такі як: «Event Management», «Festival Management and Event Tourism».

На тлі значної кількості зарубіжних публікацій, присвячених різним сегментам подієвого туризму, особливо вирізняються ґрунтовні робота головного редактора наукового журналу «Фестивальний менеджмент та подієвий туризм» Дональда Гетца [9-12]. У своїх чисельних публікаціях протягом 1980-2000-х років він неодноразово звертався до питань управління подієвими заходами, їх життєвого циклу, оцінки їх впливу не тільки на економіку, а й на місцеве суспільство.

В Україні дослідження подієвого туризму не знайшло належно висвітлення у науковій літературі. На необхідності використання «подієвих рекреаційно-туристських ресурсів» звертав увагу Бейдик О. [2]. Подієвий туризм як історико-культурне явище розглядався Устименко Л. [6]. У публікації Давиденко І. [3] подієвий туризм висвітлений як важливий ринковий сегмент, розкрито теоретичні основи його організації.

Рис. 1. Типологія основних видів подій

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Не зважаючи значний науковий доробок із зазначеного питання, в українському туризмологічному дискурсі подієвий туризм не став об'єктом належної уваги. Це повною мірою стосується й значного репутаційного потенціалу подієвого туризму, його здатності виступати чинником формування туристичної привабливості міста.

Формулювання цілей статті. Метою публікації є з'ясування організаційно-економічного механізму створення продукту подієвого туризму як чинника формування туристичної привабливості міста.

Виклад основного матеріалу. Подієвий туризм можна класифікувати за масштабом події (міжнародний, регіональний, місцевий рівень) і за тематикою події. Типологія подій за тематикою може виглядати наступним чином (рис. 1). З точки зору організації подієвого туризму, останній розуміється як систематичне планування, розробка та маркетинг спеціальних заходів, які виступають *каталізатором розвитку*

інфраструктури, економічного зростання і туристичних потоків, формування позитивного іміджу (рис. 2). Іншими словами, як відзначає Дональд Гетц, подієвий туризм спрямований на повну експлуатацію можливостей події в цілях досягнення розвитку туризму в приймаючих спільнотах [12, с. 176].

Рис. 2. Головні переваги подієвого туризму для міста

Декомпозиція головних переваг розвитку подієвого туризму в місті дозволяє стверджувати, що формування організаційно-економічної системи подієвого туризму покликане забезпечити:

- усунення диспропорцій регіонального соціально-економічного розвитку (особливо це стосується так званих «малих історичних міст»);
- інноваційну активність і розвиток креативних індустрій;
- капіталізацію культурного ресурсу території;
- організацію прямих продажів сувенірної продукції;
- диверсифікацію регіонального туристичного продукту;
- залучення нових цільових груп споживачів;
- синхронізацію у часі попиту та пропозиції на туристичні послуги в регіоні;
- збільшення тривалості перебування відвідувача в регіоні;
- збільшення витрат відвідувача;
- підвищення громадянської гордості і общинної солідарності;
- консолідацію бізнесу та місцевої адміністрації в рамках однієї події з метою зниження витрат;
- формування позитивного інформаційного поля, брендування події та її подальше використання при побудові стратегії розвитку регіону.

Події стали основним елементом маркетингових стратегій розвитку туризму в багатьох містах, регіонах та навіть країнах. У тому числі це

стосується України. Багато міст нашої країни активно і успішно активізують свій туристичний потенціал за допомогою проведення подієвих заходів. Серед найпопулярніших в Україні «event-заходів»[1]: «Юморина» в Одесі; Джазовий фестиваль в Коктебелі; «Таврійські ігри» у Новій Каховці; етнофестиваль «Арт Поле», «Печенізьке поле» на Харківщині, Національний Сорочинський ярмарок на Полтавщині; «Казантіп» в Криму; Всеукраїнський фестиваль популярної і рок музики «Тарас Бульба» в м. Дубно; «Чорноморські ігри» на Херсонщині ; Дні міст України; «Червона рута»; Всеукраїнський молодіжний фестиваль «Перлини сезону»; Рок Екзістенція; Міжнародний Гуцульський фестиваль; Київ Музик Фест (Київ); «Тера Героїка» (Кам'янець-Подільський); Футбольні ігри української збірної і клубів, Ліга Чемпіонів, Кубок УЄФА та ін.; Концерти зарубіжних і вітчизняних зірок; Сучасне мистецтво в Україні від Pinchukartcentre; Міжнародні і Всеукраїнські виставки та ін.

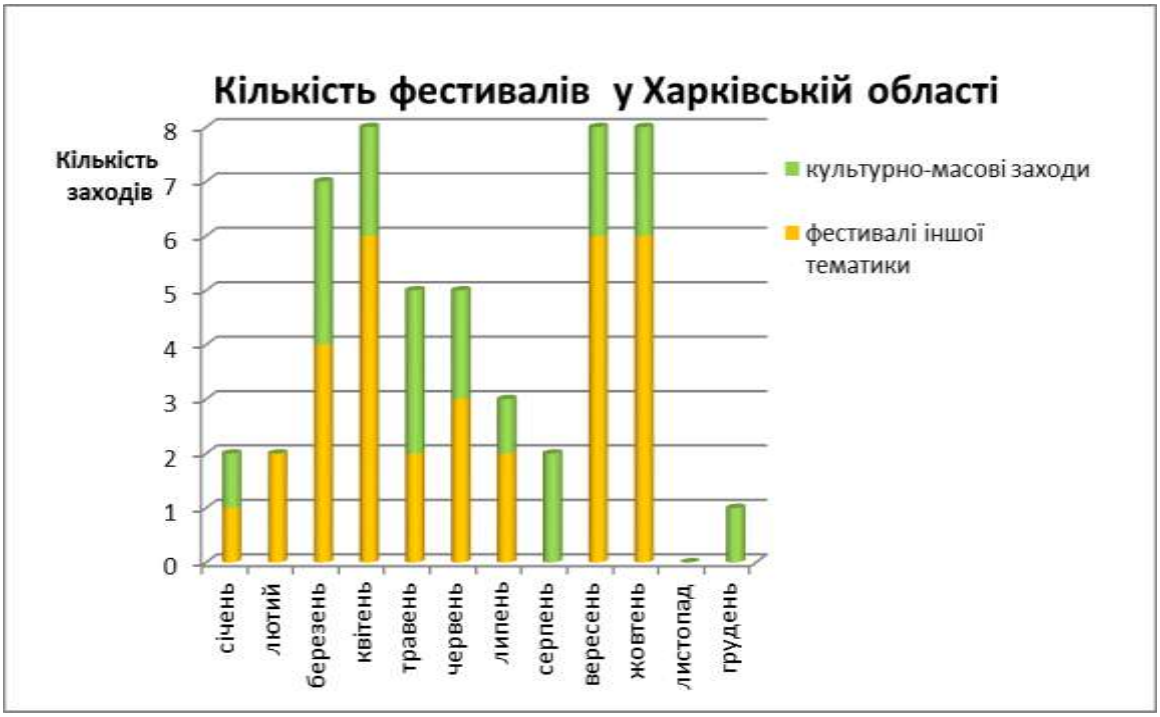

Рис. 3. Кількість фестивалів у Харківські області за місяцями [5]

Особливого поширення в Україні набула фестивальна діяльність. Розглянемо її на прикладі Харківщини. Не зважаючи на значну кількість фестивальних заходів, що проводяться в регіоні[2] (рис. 3), більшість з них є

[1] Докладніше про це див.: Парфіненко А. Ю. Territoria туризму: час культурних подорожей // UNIVERSITATES: наука та просвіта. – 2012. - №2(49). – С. 4-13.

[2] Тільки у Харкові проходить 6 офіційних міжнародних фестивалів. Це: Міжнародний музичний фестиваль «Харківські асамблеї», Міжнародний фестиваль поезії «АВАЛГАРД», Міжнародний фестиваль естрадної пісні ім. К.І. Шульженко, Міжнародний Театральний Фестиваль малих форм «Театроніка», Міжнародний кінофестиваль «Харьковская сирень», Міжнародний фестиваль спортивних бальних танців (статистика по них, як і у інших містах України, відсутня).

малочисельними. Однак є й позитивні приклади, такі як етнофестиваль «Печенізьке поле» та «Весілля в Малинівці».

Накопичений Харковом та іншими містами України досвід у проведенні подієвих заходів, у тому числі у проведенні таких мега-подій як «Євро-2012», може стати важливим підґрунтям для розвитку масштабних проектів подієвого туризму. При цьому принципово важливою основою для такого роду заходів є участь місцевого населення, позиціонування досягнень, продукції та творчих особистостей конкретного міста.

Рис. 4. Динаміка відвідування фестивалів в Харківській області [5]

У процесі створення продукту подієвого туризм бере участь безліч стейкхолдерів – міські адміністрації, місцеве співтовариство, бізнес, засоби масової інформації, приймаючі організації, туристи. Чітке розуміння їхніх інтересів є основою успіху проекту.

З пропонованої схеми (рис. 5) видно, що кожен з стейкхолдерів події виконує свою функцію у відповідності зі своїми інтересами (вигодами). Подія при цьому об'єднує зацікавлені сторони і створює позитивний синергетичний ефект їх спільної взаємодії.

Розуміння зв'язку і врахування інтересів усіх зацікавлених у проведенні події сторін є важливою, втім не вирішальним ланкою у створенні проектів подієвого туризму. В основі проекту подієвого туризму має бути стратегія, що передбачає поетапне виконання наступних кроків:

- створення єдиної дирекції з проведення заходу;
- проведення маркетингових досліджень для визначення пріоритетних сегментів ринку;
- розробка концепції події (основної теми, термінів реалізації, складу учасників);

- розробка тактичних заходів щодо реалізації продукту подієвого туризму;

моніторинг ходу реалізації (розробка індикаторів економічної та соціальної оцінки) (рис. 6).

Рис. 5. Відношення зацікавлених сторін до подій (за Allen J.)

Рис. 6. Основні етапи розробки стратегії створення і реалізації продукту подієвого туризму

Висновки. Розвитку подієвого туризму в Україні сприяє геополітичне розташування, етнічний склад населення, багатство народної культури, особливості обрядовості. Однак істотне збільшення міжнародних прибуттів до країни у зв'язку із подіями, попри окремі позитивні винятки (Євробачення, «Євро-2012»), поки що не стало систематичним явищем. Втім, саме події в залежності від типу і унікальності, можуть стати найважливішим ресурсом для залучення різних сегментів відвідувачів і формування туристичної привабливості українських міст у глобальних туристичних потоках. Ґрунтуючись на місцевій культурі, подієві заходи можуть виступати в якості унікального конкурентної переваги міста в довгостроковій перспективі.

Список використаних джерел:

1. Бабкин А. В. Специальные виды туризма: учебное пособие. – Ростов-на-Дону: Феникс, 2008. – 256 с.
2. Бейдик О. О. Рекреаційні ресурси України : навчальний посібник / О. О. Бейдик. – К. : Альтерпрес, 2010. – 404 с.
3. Давыденко И. В. Доминанты рынка событийного туризма / И. В. Давыденко // http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/handle/123456789/2151
4. Парфіненко А. Ю. Territoria туризму: час «культурних подорожей» UNIVERSITATES: Наука и просвещение. – 2012. - №3. – С. 12-24.
5. Стратегія розвитку Харківської області на період до 2020 року.
6. Устименко Л. М. Подієвий туризм як історико-кульутрне явище. http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=F&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&S21CNR=20&Z21ID=.
7. Allen, J., O`Toole, W., Harris, R. & McDonnell, I. 2011. Festival & Special Event Management. Australia: John Wiley & Sons.
8. Getz, D. (1989). Special events: Defining the product. Tourism Management, 10(2), 135–137.
9. Getz, D. (1997). Event management and event tourism (1st ed.). New York: Cognizant Communications Corp.
10. Getz, D. (1998). Event tourism and the authenticity dilemma. In W. Theobald (Ed.), Global tourism (2nd ed., pp. 409–427). Oxford: Butterworth-Heinemann.
11. Getz, D. (1999). The impacts of mega events on tourism: Strategies for destinations. In T. Andersson, C. Persson, B. Sahlberg, & L. Strom (Eds.), The impact of mega events (pp. 5–32). Ostersund, Sweden: European Tourism Research Institute.
12. Getz, D. (2000a). Festivals and special events: Life cycle and saturation issues. In W. Garter, & D. Lime (Eds.), Trends in outdoor recreation, leisure and tourism (pp. 175–185). Wallingford, UK: CABI.
13. Getz, D., & Frisby, W. (1988). Evaluating management effectiveness in community-run festivals. Journal of Travel Research, 27(1), 22–27.
14. Hawkins, D., & Goldblatt, J. (1995). Event management implications for tourism education. Tourism Recreation Research, 20(2), 42–45.
15. Miller, L., Jago, L., & Deery, M. (2004). Profiling the special event nonattendee: An initial investigation. Event Management, 8(3), 141–150.
16. Mules, T., &McDonald, S. (1994). The economic impact of special events: The use of forecasts. Festival Management and Event Tourism, 2(1), 45–53.
17. Prabha, P., Rolfe, J., & Sinden, J. (2006). A travel cost analysis of the value of special events: Gemfest in Central Queensland. Tourism Economics, 12(3), 403–420.
18. Prentice, R., & Andersen, V. (2003). Festival as creative destination. Annals of Tourism Research, 30(1), 7–30.
19. Pugh, C., & Wood, E. (2004). The strategic use of events within local government: A study of London Borough councils. Event Management, 9(1/2), 61–71.

20. Ritchie, J. R. B. (1984). Assessing the impacts of hallmark events: Conceptual and research issues. Journal of Travel Research, 23(1),
21. Robinson, M., Picard, D., & Long, P. (2004). Festival tourism: Producing, translating, and consuming expressions of culture(s). Event Management, 8(4), 187–189.

References:

1. Babkyn A. V. Spetsyalnыe vydы turyzma: uchebnoe posobye. – Rostov-na-Donu: Fenyks, 2008. – 256 s.
2. Beidyk O. O. Rekreatsiini resursy Ukrainy : navchalnyi posibnyk / O. O. Beidyk. – K. : Alterpres, 2010. – 404 s.
3. Davыdenko Y. V. Domynantы rынka sobыtyinoho turyzma / Y. V. Davыdenko // http://dspace.oneu.edu.ua/jspui/handle/123456789/2151
4. Parfinenko A. Iu. Territoria turyzmu: chas «kulturnykh podorozhei» UNIVERSITATES: Nauka y prosveshchenye. – 2012. - №3. – S. 12-24.
5. Stratehiia rozvytku Kharkivskoi oblasti na period do 2020 roku.
6. Ustymenko L. M. Podiievyi turyzm yak istoryko-kulutrne yavyshche. http://www.irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?C21COM=F&I21DBN=UJRN&P21DBN=UJRN&S21CNR=20&Z21ID=.
7. Allen, J., O`Toole, W., Harris, R. & McDonnell, I. 2011. Festival & Special Event Management. Australia: John Wiley & Sons.
8. Getz, D. (1989). Special events: Defining the product. Tourism Management, 10(2), 135–137.
9. Getz, D. (1997). Event management and event tourism (1st ed.). New York: Cognizant Communications Corp.
10. Getz, D. (1998). Event tourism and the authenticity dilemma. In W. Theobald (Ed.), Global tourism (2nd ed., pp. 409–427). Oxford: Butterworth-Heinemann.
11. Getz, D. (1999). The impacts of mega events on tourism: Strategies for destinations. In T. Andersson, C. Persson, B. Sahlberg, & L. Strom (Eds.), The impact of mega events (pp. 5–32). Ostersund, Sweden: European Tourism Research Institute.
12. Getz, D. (2000a). Festivals and special events: Life cycle and saturation issues. In W. Garter, & D. Lime (Eds.), Trends in outdoor recreation, leisure and tourism (pp. 175–185). Wallingford, UK: CABI.
13. Getz, D., & Frisby, W. (1988). Evaluating management effectiveness in community-run festivals. Journal of Travel Research, 27(1), 22–27.
14. Hawkins, D., & Goldblatt, J. (1995). Event management implications for tourism education. Tourism Recreation Research, 20(2), 42–45.
15. Miller, L., Jago, L., & Deery, M. (2004). Profiling the special event nonattendee: An initial investigation. Event Management, 8(3), 141–150.
16. Mules, T., &McDonald, S. (1994). The economic impact of special events: The use of forecasts. Festival Management and Event Tourism, 2(1), 45–53.
17. Prabha, P., Rolfe, J., & Sinden, J. (2006). A travel cost analysis of the value of special events: Gemfest in Central Queensland. Tourism Economics, 12(3), 403–420.
18. Prentice, R., & Andersen, V. (2003). Festival as creative destination. Annals of Tourism Research, 30(1), 7–30.
19. Pugh, C., & Wood, E. (2004). The strategic use of events within local government: A study of London Borough councils. Event Management, 9(1/2), 61–71.
20. Ritchie, J. R. B. (1984). Assessing the impacts of hallmark events: Conceptual and research issues. Journal of Travel Research, 23(1),
21. Robinson, M., Picard, D., & Long, P. (2004). Festival tourism: Producing, translating, and consuming expressions of culture(s). Event Management, 8(4), 187–189.

УДК 346.1 : 379.85

Козловський Євген Вікторович,
кандидат наук з державного управління, доцент

Київський національний університет культури і мистецтв, м. Київ, Україна,
e-mail: ek2002@bigmir.net

ОСОБЛИВОСТІ ВИБОРУ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПРАВОВОЇ ФОРМИ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА В УКРАЇНІ

Мета статті – обґрунтування науково-практичних положень до чинного законодавства, що регулює процеси створення та реєстрації туристичних підприємств в Україні.

Методика. Під час дослідження використано методи порівняння, аналізу та синтезу, метод узагальнення. В процесі встановлення загальних та індивідуальних факторів, що впливають на вибір організаційно-правової форми туристичного бізнесу, автором здійснено співставлення головних особливостей індивідуальної та колективної форми туристичного бізнесу.

Результати. У результаті проведеного дослідження слід констатувати, що обрання організаційно-правової форми – це найвідповідальніший етап в організації туристичного підприємництва, оскільки з нього розпочинається практичне втілення ідеї бізнесмена. Саме на цьому етапі виникає ймовірність втратити ресурси, отже це обов’язково слід брати до уваги під час державної реєстрації підприємства. При виборі форми діяльності потрібно визначити необхідний рівень та кількість можливих прав і зобов'язань підприємця, що залежить від профілю і змісту майбутньої діяльності, можливого кола партнерів та інших факторів.

Наукова новизна. Наукова новизна роботи полягає у тому, що в ній з'ясовано та обґрунтовано основні переваги та недоліки провадження індивідуальної та колективної форми туристичного бізнесу. Автором одним з перших визначено проблеми створення та реєстрації вітчизняних туристичних підприємств на сучасному етапі.

Практична значимість. Отримані висновки та запропоновані рекомендації мають поряд з теоретичним і практичне значення, оскільки можуть використовуватися у науково-дослідній роботі – як основа для подальшого вивчення концептуальних засад розвитку туристичної галузі в Україні, а також у навчальному процесі – під час вивчення спеціальних фахових дисциплін.

Ключові слова: туристичне підприємство, державна реєстрація, організаційно-правова форма, індивідуальний бізнес, колективний бізнес.

УДК 346.1 : 379.85

Козловский Евгений Викторович,
кандидат наук по государственному управлению, доцент

Киевский национальный университет культуры и искусств, г. Киев, Украина,
e-mail: ek2002@bigmir.net

ОСОБЕННОСТИ ВЫБОРА ОРГАНИЗАЦИОННО-ПРАВОВОЙ ФОРМЫ ТУРИСТИЧЕСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ В УКРАИНЕ

Цель. Цель статьи – обоснование научно-практических положений действующего законодательства, регулирующего процессы создания и регистрации туристических предприятий в Украине.

Методика. В ходе исследования использованы методы сравнения, анализа и синтеза, метод обобщения. В процессе установления общих и индивидуальных факторов, влияющих на выбор организационно-правовой формы туристического

бизнеса, автором осуществлено сопоставление главных особенностей индивидуальной и коллективной формы туристического бизнеса.

Результаты. В результате проведенного исследования следует констатировать, что избрание организационно-правовой формы – это самый ответственный этап в организации туристического предпринимательства, поскольку с него начинается практическое воплощение идеи бизнесмена. Именно на этом этапе возникает вероятность потерять ресурсы, следовательно, это обязательно следует принимать во внимание при государственной регистрации предприятия. При выборе формы деятельности нужно определить необходимый уровень и количество возможных прав и обязательств предпринимателя, что зависит от профиля и содержания будущей деятельности, возможного круга партнеров и других факторов.

Научная новизна. Научная новизна работы заключается в том, что в ней установлены и обоснованы основные преимущества и недостатки осуществления индивидуальной и коллективной формы туристического бизнеса. Автором одним из первых определены проблемы создания и регистрации отечественных туристических предприятий на современном этапе.

Практическая значимость. Полученные выводы и предложенные рекомендации имеют наряду с теоретическим и практическое значение, поскольку могут использоваться в научно-исследовательской работе - как основа для дальнейшего изучения концептуальных основ развития туристической отрасли в Украине, а также в учебном процессе - при изучении специальных профессиональных дисциплин.

Ключевые слова: туристическое предприятие, государственная регистрация, организационно-правовая форма, индивидуальный бизнес, коллективный бизнес.

UDC 346.1 : 379.85

Kozlovskyi Yevgen Viktorovych,
PhD in Public Administration, Associate Professor

Kyiv National University of Culture and Arts, Kyiv, Ukraine, e-mail: ek2002@bigmir.net

THE FEATURES OF SELECTION THE LEGAL FORM OF TOURISM ENTERPRISES IN UKRAINE

Purpose. The purpose of the article – a theoretical and practical study in the provisions of the current legislation regulating the processes of creation and registration of travel companies in Ukraine.

Methods. The study used the methods of comparison, analysis and synthesis method of generalization. In the process of establishing the general and individual factors influencing the choice of the legal form of the tourism business, the author carried out a comparison of the main features of the individual and collective forms of tourism business.

Results. The study should be stated that the determination of the legal form - this is the most important stage in the organization of tourism business, as it begins with the practical implementation of the idea of a businessman. At this stage there is the possibility of losing the resources, therefore, it is required to be taken into account while state registration of enterprises. While resolve a form of activity you need to determine the appropriate level and the number of possible rights and obligations of the entrepreneur, depending on the profile and content of future activities, the possible range of partners and other factors.

Scientific novelty. The scientific novelty of the work lies in the fact that it established and substantiated the main advantages and disadvantages of the individual and collective forms of tourism business. The author, one of the first identified the problem of creation and registration of domestic travel companies at the present stage.

Practical significance. The findings and recommendations have in addition the theoretical and practical importance, since they can be used in research work - as a basis for

further study of the conceptual bases of the tourism industry in Ukraine, as well as in the educational process - the study of specific professional disciplines.

Key words: travel company, state registration, legal form, individual business, collective business.

Постановка проблеми. Однією з неодмінних умов становлення правового господарського порядку в Україні є вдосконалення і впровадження оптимальної системи правової організації створення та державної реєстрації суб'єктів підприємницької діяльності. Це, у першу чергу, пов'язано з тим значенням, яке мають ці процеси у появі будь-якого підприємства, у тому числі недержавного сектору економіки, у створенні яких є свої особливості. За оцінками фахівців, одним з істотних факторів, що стримують зростання економіки України, була “розпорошеність”, невиправдана множинність положень щодо нормативної регламентації процесів створення та державної реєстрації суб'єктів підприємницької діяльності, зокрема й в галузі туризму.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У літературі окремі проблеми створення та державної реєстрації підприємств висвітлювалися такими вченими: А. Бризгаліним, О. Вінник, М. Галянтичем, С. Зінченком, Н. Саніахметовою, А. Ноздрачовим. Питання пов’язані з державною реєстрацією туристичних підприємств розглядалися у наукових працях Л. Агафонової, А. Дуровича, І. Зоріна, М. Кабушкіна, В. Квартальнова, В. Кифяка, Г. Папіряна, В. Федорченка, І. Школи.

Проблеми та протиріччя в законодавстві, що регулює створення туристичних підприємств, відсутність однозначності термінології, легального визначення, принципів, етапів державної реєстрації підприємства додатково свідчать про актуальність та доцільність дослідження, що підтверджується як аналітичними висновками вітчизняних і зарубіжних фахівців, так і практикою застосування існуючих нормативно-правових актів у даній галузі.

Ціль статті полягає в обґрунтуванні науково-практичних положень до чинного законодавства, що регулює процеси створення та реєстрації туристичних підприємств в Україні.

Виклад основного матеріалу. Туристичний бізнес здійснюється у межах відповідної організаційної форми. Форма туристичного бізнесу – це система правових норм, що визначає внутрішні стосунки між партнерами по підприємству, а також взаємовідносини цього підприємства з різними суб’єктами туристичного ринку та органами державного управління. Усе різноманіття підприємницьких структур у туризмі є проявом видових відмінностей двох організаційних форм: індивідуальної та колективної.

Вибір форми туристичного бізнесу залежить від наступних об’єктивних умов: напрям діяльності, наявність фінансових коштів, стан ринкової кон’юнктури. На думку більшості вітчизняних науковців, фактори, що впливають на вибір організаційно-правової форми туристичного бізнесу, умовно поділяються на загальні та індивідуальні.

Загальні фактори стосуються безпосередньо туристичної діяльності. До них належать: складність утворення (реєстрації) підприємства, заплановані масштаби та капіталомісткість обраного виду діяльності, прогнозовані темпи розвитку бізнесу, особливості надання податкових та інших пільг, державне регулювання мінімального розміру статутного капіталу підприємств та ін.

Індивідуальні фактори мають безпосереднє відношення до самого підприємця: розмір наявного (можливого) стартового капіталу, індивідуальні особливості підприємця (схильність до індивідуальної або колективної діяльності), рівень професіоналізму підприємця, ставлення підприємця до комерційних ризиків та особистої майнової відповідальності щодо зобов'язань.

Аналіз цих факторів дозволяє обрати організаційно-правову форму індивідуального або колективного туристичного бізнесу в залежності від можливостей підприємця та правових норм чинного законодавства. В результаті можна заснувати туристичне підприємство (юридичну особу) та одержувати прибуток від його діяльності або здійснювати індивідуальну підприємницьку діяльність без утворення юридичної особи [2, с. 149].

Індивідуальний туристичний бізнес – це діяльність, якою одноосібно займається фізична особа, вона відповідно одержує прибуток та відповідає по зобов'язаннях. Індивідуальний підприємець у туризмі може працювати на платній основі в будь-яких сторонніх організаціях, якщо тільки цю роботу або посаду не заборонено поєднувати з підприємництвом. На відміну від юридичних осіб, майно підприємства без утворення юридичної особи може переходити в спадщину та за заповітом. Розглянемо переваги індивідуального підприємництва в туристичному бізнесі. Головний позитив: це – найпростіша форма ведення бізнесу, тому в країнах з ринковою економікою індивідуальні підприємці становлять більшу частину порівняно з іншими формами організації бізнесу. Популярність індивідуального підприємництва обумовлена не тільки простотою організації та оформлення, але й рядом існуючих додаткових переваг: сильною мотивацією, оперативністю та гнучкістю. Будучи одноосібним власником, індивідуальний підприємець привласнює весь отриманий в результаті господарської діяльності прибуток, що вже є потужним стимулом для ефективного ведення бізнесу. Крім того, безпосередня причетність до управлінської діяльності не тільки призводить до особистого задоволення, але й сприяє підвищенню соціального статусу власника туристичного підприємства у суспільстві. Усе це створює потужні стимули для підприємницьких ініціатив. Індивідуальні підприємці у сфері туризму максимально орієнтовні на ринковий попит. Безпосередньо працюючи зі споживачами (туристами) та постачальниками, вони здатні швидко реагувати на незначні коливання кон'юнктури на туристичному ринку. Здійснюючи виробництво у незначних масштабах, вони можуть швидко переорієнтувати його на

випуск більш конкурентоспроможних послуг. Оперативність та гнучкість – це найважливіші переваги індивідуального підприємництва.

Разом з тим, індивідуальний туристичний бізнес має істотні недоліки.

По-перше, індивідуальний підприємець не має достатніх засобів організувати велике виробництво туристичних продуктів і послуг, тому що його фінансові можливості вкрай обмежені. Закуповуючи ресурси невеликими партіями, він змушений платити за них більш високу ціну. Обмежені його можливості й у отриманні економії від масштабу виробництва. Усе це призводить до більш високих витрат виробництва туристичних послуг та знижує конкурентоспроможність індивідуального підприємництва.

По-друге, здійснення однією людиною різних функцій – управлінської, постачальницької, фінансової, маркетингової та кадрової – знижує ефективність загального керівництва як через надмірне навантаження, так і через нестачу професійних знань. Залучення ж до розв'язання цих питань сторонніх осіб або організацій призводить до зниження мотивації та розосередження відповідальності, що є небажаним для індивідуального підприємця.

Але найбільшим недоліком індивідуальної форми туристичного бізнесу є повна господарська відповідальність підприємця, що робить його заручником своєї справи. У правовому відношенні підприємець відповідає не тільки активами бізнесу, але й усім своїм майном та у випадку несприятливого результату справ може його позбутися. Ризик дуже високий, і це об'єктивно стримує новаторські можливості індивідуального підприємництва.

Необхідно відзначити, що індивідуальний бізнес однаково корисний як для кожного громадянина окремо, так і для туризму та економіки країни загалом, тому в усьому світі він цілком справедливо отримав державне визнання та підтримку. Мале підприємництво у туризмі є таким джерелом розвитку, від якого Україна не може відмовитися ні зараз, ні в майбутньому. Завдяки ньому розвивається конкурентне середовище, створюються додаткові робочі місця, активніше йде структурна перебудова, розширюється ринок туристичних продуктів і послуг, підвищується експортний потенціал країни.

Велике значення має здатність індивідуального бізнесу розширювати сферу застосування праці, створювати можливості не тільки для працевлаштування, але й для підприємницької діяльності населення, розгортання його творчих сил та використання вільних виробничих засобів. Індивідуальний туристичний бізнес знижує соціальну напруженість, що виникає в результаті зростання безробіття, сприяє зміцненню економіки невеликих міст та селищ, згладжує відмінності між центром і провінцією, вирівнює інтелектуальний рівень та спосіб життя населення [2, с. 151].

Наразі внесок індивідуального туристичного бізнесу в економіку нашої держави є дуже низьким. Пояснюється це рядом причин.

1. Недостатня державна підтримка індивідуального бізнесу. Сектор індивідуального підприємництва – це нестала підприємницька структура, вона цілком залежить від ринкових коливань та потребує постійної державної підтримки. Якщо в окремих країнах бюджетне фінансування малого бізнесу – це норма, то в Україні така підтримка зводиться лише до системи пільгового оподатковування індивідуальних підприємців.

2. Різні фонди розвитку та підтримки малого туристичного бізнесу реальної допомоги індивідуальним підприємцям не надають, а останні вкрай потребують інформаційного обслуговування, підготовки кадрів, пільгового банківського кредитування та іншої допомоги.

3. Низький рівень фінансово-кредитної підтримки індивідуальних підприємців з боку держави за допомогою прямих і гарантованих позик, хоча в розвинених країнах світу суттєва допомога надається тим індивідуальним підприємцям, хто лише починає свою діяльність у туристичному бізнесі, особливо якщо це відбувається у сільській місцевості.

Вищезгадані проблеми призводять до низької конкурентоспроможності індивідуальних підприємців у туризмі та обмежують сфери їх діяльності. Розвиток індивідуального бізнесу відбувається в Україні лише в посередницькій сфері, а також у галузях, що не вимагають значних капітальних вкладень та дають швидку віддачу інвестицій.

Проте економіка туризму не може базуватися тільки на індивідуальному підприємництві. Колосальні масштаби сучасного виробництва туристичних послуг обумовлені насамперед існуванням колективного підприємництва, яке в свою чергу сприяє розвитку і малого туристичного бізнесу.

Колективний туристичний бізнес – це діяльність, якою займається підприємство, зареєстроване в якості юридичної особи. Юридична особа має у власності, господарському веденні або оперативному управлінні відособлене майно, відповідає цим майном за всіма зобов’язаннями, може від свого імені набувати майнові та особисті немайнові права, мати обов’язки, бути позивачем та відповідачем у суді.

Туристичні підприємства мають більше підстав, аніж індивідуальні підприємці, розраховувати на великі досягнення у бізнесі, оскільки мають ряд суттєвих переваг: спроможні через наявність вільних обігових коштів купувати новітню дорогу техніку та обладнання для автоматизації роботи офісу; мають можливість в процесі збільшення обсягів виробництва знижувати собівартість та підвищувати якість туристичних послуг; можуть проводити за рахунок концентрації капіталу широкомасштабні маркетингові та наукові дослідження; здатні за допомогою внутрішньої спеціалізації та кооперації підвищувати загальний рівень кваліфікації

власного персоналу, збільшувати завантаження обладнання, скорочувати витрати по транспортних операціях тощо.

Але не слід вказувати тільки позитивні сторони колективного туристичного бізнесу, тут є також свої недоліки. Так, при функціонуванні туристичного підприємства в Україні виникає багато проблем обумовлених, насамперед, недосконалістю податкового законодавства – податкові платежі туристичних організацій набагато більше, аніж у індивідуальних підприємців.

Крім того, робота в команді має свої плюси та мінуси. З одного боку, делегування повноважень, обов'язків і відповідальності суттєво спрощує процедуру управління туристичним бізнесом, особливо якщо власники є фахівцями у різних галузях знань: економісти, фінансисти, бухгалтери, юристи, промисловці та ін. З іншого боку, робота в команді не завжди буває злагодженою, іноді можуть виникнути розбіжності щодо прийняття важливих управлінських рішень, наприклад з питань розподілу прибутку підприємства, що негативно позначається на ефективності бізнесу, а іноді призводить до ліквідації туристичної організації.

Не менш важливий фактор – складність бухгалтерського обліку, а також процедура заповнення та подання у податкову інспекцію різних форм звітності. Існують й інші труднощі колективного бізнесу. Наприклад, наявність статуту суттєво обмежує свободу дій підприємства. Реєстрація, реорганізація, а також ліквідація юридичної особи є набагато складнішою, аніж у індивідуального підприємця. Достатньо ускладненою є процедура емісії цінних паперів.

Зазначені труднощі та важка соціально-економічна ситуація в Україні стримують зростання колективного бізнесу. Проте кількість зареєстрованих підприємств практично у всіх сферах туристичного бізнесу неухильно зростає. Обмежена солідарна відповідальність, визнання та довіра у суспільстві (великим підприємствам з відомим туристичним брендом набагато більше довіряють споживачі) є потужними стимулами розвитку колективного туристичного бізнесу в нашій країні [2, с. 153].

З позиції підприємництва та внеску в національну економіку значний інтерес становлять саме колективні підприємства. Вони можуть у повному обсязі реалізовувати переваги туристичного бізнесу, формувати основну частину доходів країни від туризму, сприяти економічному зростанню та соціальному розвитку суспільства.

Аналізуючи різні організаційно-правові форми колективного бізнесу, слід зазначити, що найбільшою популярністю у підприємців користуються товариства з обмеженою відповідальністю та акціонерні товариства. Перші обираються переважно за рахунок простоти створення та зазвичай належать до малого туристичного бізнесу. Такі підприємства користуються в нашій країні спрощеною системою оподатковування, за сутністю вони дуже близькі до індивідуального підприємництва. Акціонерні товариства створюються у разі нагальної потреби інвестицій

для реалізації великих туристичних проектів з вже добре відомим торговельним брендом.

Для здійснення господарської діяльності на території України необхідно мати статус юридичної особи або фізичної особи-підприємця. Для цього здійснюється реєстрація підприємств у відповідних органах державної влади. Як вже зазначалося, основними суб'єктами, які здійснюють виробництво та реалізацію товарів і послуг на туристичному ринку, є індивідуальні підприємці (фізичні особи) та підприємства (юридичні особи) [4].

Якщо людина бажає займатись туристичним бізнесом, необхідно проаналізувати плюси та мінуси всіх організаційно-правових форм реєстрації. Перш за все, слід вирішити наступне питання: працювати як ФОП (Фізична особа – підприємець), юридична особа у формі ПП (Приватне підприємство), ТОВ (Товариство з обмеженою відповідальністю), ПАТ (Повне акціонерне товариство) або в іншій організаційно-правовій формі. Враховуючи їх різноманіття, важливо зробити правильний вибір та зареєструватись у тій формі, яка є зручною та ефективною для підприємця.

Найпростішим рішенням, як з точки зору реєстрації, так і ведення податкової звітності, є реєстрація ФОП. Вигідним такий варіант є для осіб, які вкладають невеликі кошти у туристичний бізнес. ФОП є зручним варіантом з податкової точки зору: не потрібно сплачувати податок на прибуток, а також ряд інших податків, платниками яких є юридичні особи (ТОВ, ПП, ПАТ). Єдиний податок – ідеальний варіант, який дає змогу суттєво скоротити кількість облікової та звітної документації та відмовитися від послуг бухгалтера. Разом із тим підприємець може не турбуватися про адміністративну відповідальність за неправильно подані звіти або невчасну сплату податків.

Для реєстрації ФОП людині потрібно визначитись із видами економічної діяльності за КВЕД (Класифікатор видів економічної діяльності), системою оподаткування та банківською установою (якщо заплановано відкриття розрахункового рахунку).

Громадяни України для реєстрації ФОП надають державному реєстратору копії паспорта та довідки про присвоєння ідентифікаційного номера. Після завершення процедури реєстрації підприємцем отримуються реєстраційні документи, які містять виписку з Єдиного державного реєстру підприємств та організацій України, довідку статистичного управління, довідку податкового органу про взяття на облік платника податку, заяву з відміткою про подання на реєстрацію книги обліку доходів та витрат, повідомлення про реєстрацію у районному відділенні Пенсійного фонду України.

Таким чином, основними привілеями ФОП порівняно з ТОВ або ПП є: відсутність обов'язку до формування статутного капіталу; зручна та досить проста процедура ведення бухгалтерії; спрощена схема оподаткування; швидка процедура реєстрації (проходить за місцем

постійного проживання); підприємець не зобов'язаний мати печатку та розрахунковий рахунок у банку (хоча цілком має на це право).

Важливо пам'ятати про суттєвий недолік, який має ФОП. Це відповідальність перед контрагентами усім майном, крім майна, на яке згідно із законодавством не може бути звернено стягнення. Саме тому підприємцю перед укладанням будь-яких договорів дуже уважно слід їх вивчати.

Приватне підприємство (ПП) є повноцінною юридичною особою, що засновано на праві приватної власності. ПП є одним із найпростіших форм юридичних осіб, перехідною формою від фізичної особи підприємця до товариства з обмеженою відповідальністю. Враховуючи це, багато підприємців надають перевагу реєстрації приватного підприємства на стадії започаткування бізнесу, маючи при цьому максимальний захист та мінімальні витрати. Основною відмінністю ПП від інших видів юридичних осіб є законодавче регулювання. Якщо такі організаційно-правові форми, як товариство з обмеженою відповідальністю або акціонерне товариство законодавчо врегульовані, то приватне підприємство не має спеціалізованого законодавства. Це залишає широкі можливості для регулювання діяльності ПП його власнику.

Для державної реєстрації приватного підприємства необхідні наступні документи: копія паспорта та ідентифікаційного номера керівника, копії паспортів засновників (для фізичних осіб), копії установчих документів засновників (для юридичних осіб), інформація про розмір та розподіл часток у статутному капіталі, види діяльності за КВЕД [2, с. 155].

Господарські товариства – це підприємства, установи та організації, створені на засадах угоди юридичними особами і громадянами шляхом об'єднання їх майна та підприємницької діяльності з метою одержання прибутку [3].

Товариство з обмеженою відповідальністю (ТОВ), безумовно, залишається найбільш популярною організаційно-правовою формою серед всіх інших підприємств. Це пояснюється низькою вартістю реєстрації та чіткою законодавчою базою. Засновниками ТОВ можуть бути одна або декілька осіб, як фізичних так і юридичних.

Створюючи таке підприємство, слід пам'ятати, що порядок створення та порядок діяльності господарських товариств, зокрема ТОВ, регулюються Господарським кодексом України, Цивільним кодексом України, Законом України "Про господарські товариства" та Законом України "Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців".

ТОВ – це господарське товариство, яке має статутний фонд, поділений на частки, розмір яких визначається установчими документами. Сутність товариства полягає в тому, що його учасники відповідають по зобов'язаннях в обмеженому форматі та несуть ризик збитків у межах внесків до статутного капіталу товариства. При цьому додаткові вимоги до

учасників не висуваються, а стягнення з них додаткових грошових сум є неможливим.

Установчим документом ТОВ є статут, у якому повинні зазначатися відомості про назву, вид та місцезнаходження товариства, предмет та цілі його діяльності, розмір та порядок утворення статутного та інших фондів, розмір часток кожного з учасників, розмір, склад і порядок внесення вкладів, порядок розподілу прибутків і збитків; склад засновників і учасників; склад і компетенція органів товариства, порядок прийняття рішень.

Розробку установчих документів ТОВ слід доручати досвідченим фахівцям у галузі цивільного та господарського права або хоча б консультуватися з ними, тому що не всі положення, необхідні для статуту, мають поглиблені роз'яснення у законодавчих актах. Зокрема, не деталізовані питання формування статутного капіталу майном, процедура продажу учасниками товариства своєї частки та повноваження членів виконавчого органу (якщо він колегіальний).

З урахуванням вимог Цивільного та Господарського кодексів України, для державної реєстрації ТОВ потрібні наступні документи: рішення власників майна чи уповноваженого ними органу, статут товариства, документи, що свідчать про сплату засновниками не менше 50% внеску в статутний капітал, реєстраційна картка встановленого зразка, документ про сплату зборів за державну реєстрацію [2, с. 156].

Туристичний бізнес на основі значних початкових інвестицій доцільно реалізовувати у формі акціонерного товариства. Головним атрибутом такого товариства виступає акція – вид цінних паперів, що свідчить про власність на визначену частку статутного капіталу акціонерного товариства. Акція надає її власнику (акціонеру) певні права: право на участь в управлінні товариством, право на частину прибутку товариства у випадку його розподілу (дивіденди), а у випадку ліквідації – на частину залишкової вартості підприємства.

Акціонерні товариства існують двох видів: публічні та приватні. Здатність акцій вільно обертатися не є єдиною особливістю цих типів товариств. Статус товариства, як публічного так і приватного, позначається на можливості залучення фінансового капіталу на фондових ринках, ступені захисту прав міноритарних акціонерів товариства, стабільності відносин власності та поточного контролю у товаристві, гнучкості інструментів корпоративного управління товариством.

Висновки. Підприємницька діяльність в Україні регулюється Господарським і Цивільним кодексами України, окремими законами і підзаконними нормативними актами. Основними суб'єктами на туристичному ринку, які здійснюють виробництво та реалізацію послуг, виступають окремі підприємці – фізичні особи і підприємства – юридичні особи. Вибір організаційно-правової форми – це найвідповідальніший етап в організації підприємництва, оскільки з нього розпочинається практичне втілення ідеї бізнесмена. Створення підприємства завжди пов'язане з

матеріальними, фінансовими, трудовими та іншими витратами. Саме на цьому етапі виникає ймовірність втратити ресурси, що обов'язково береться до уваги під час державної реєстрації підприємства.

В економіці України створюються та функціонують туристичні підприємства різних організаційно-правових форм. При виборі форми діяльності потрібно визначити необхідний рівень та кількість його можливих прав і зобов'язань, що залежить від профілю і змісту майбутньої діяльності, можливого кола партнерів та інших факторів.

Список використаних джерел

1. Господарський кодекс України : станом на 21 січ. 2015 р. : відповідає офіц. тексту. – Харків : Право, 2015. – 217 с.
2. Козловський Є. В. Правове регулювання туристичної діяльності : навч. посібник / Є. В. Козловський. – К. : Вид-во "Центр навчальної літератури", 2015. – 272 с.
3. Про господарські товариства : Закон України : чинне законодавство зі змінами та допов. станом на 14 трав. 2015 р. – Режим доступу : http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1576–12. – Назва з екрана.
4. Про державну реєстрацію юридичних осіб та фізичних осіб–підприємців : Закон України : чинне законодавство зі змінами та допов. станом на 13 серп. 2015 р. – Режим доступу : http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/755–15. – Назва з екрана.
5. Цивільний кодекс України : станом на 14 січ. 2015 р. : відповідає офіц. тексту. – Харків : Право, 2015. – 438 с.

Список использованных источников

1. Хозяйственный кодекс Украины: по состоянию на 21 янв. 2015 г. : соответствует офиц. тексту. – Харьков: Право, 2015. – 217 с.
2. Козловский Е. В. Правовое регулирование туристической деятельности: учеб. пособие / Е. В. Козловский. – К.: Изд-во "Центр учебной литературы", 2015. – 272 с.
3. О хозяйственных обществах: Закон Украины: действующее законодательство с изменениями и дополнениями по состоянию на 14 мая 2015 г. – Режим доступа: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1576-12. – Название с экрана.
4. О государственной регистрации юридических лиц и физических лиц-предпринимателей: Закон Украины: действующее законодательство с изменениями и дополнениями по состоянию на 13 авг. 2015 г. – Режим доступа: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/755-15. – Название с экрана.
5. Гражданский кодекс Украины: по состоянию на 14 янв. 2015 г. : соответствует офиц. тексту. – Харьков: Право, 2015. – 438 с.

References:

1. Economic Code of Ukraine: as of January 21. 2015: according to official text. – Kharkov: Pravo, 2015. – 217 p.
2. Kozlovskyi E. V. Legal regulation of tourism: tutorial / E. V. Kozlovskyi. – K .: Publishing House "Center of educational literature", 2015. – 272 p.
3. On business associations: The Law of Ukraine: the current legislation with the amendments and additions as of May 14, 2015 – Access: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1576-12. – Title from the screen.
4. On state registration of legal entities and individual entrepreneurs: the Law of Ukraine: the current legislation with the amendments and additions as of August 13. 2015 – Access: http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/755-15. – Title from the screen.
5. Civil Code of Ukraine: as of January 14. 2015: according to official text. – Kharkov: Pravo, 2015. – 438 p.

УДК 911.3

Смирнов Ігор Георгійович
доктор географічних наук, професор
Київський національний університет імені Тараса Шевченка, м. Київ, Україна,
e-mail: Smyrnov_IG@ukr.net

Гнатів Тетяна Богданівна
Київський національний університет імені Тараса Шевченка, м. Київ, Україна,
e-mail: tetianahnativ@gmail.com

НЕЙМІНГ В ТУРИЗМІ: УКРАЇНСЬКИЙ ТА СВІТОВИЙ ДОСВІД

Метою дослідження є розкриття сутності та особливостей неймінгу як новітньої форми маркетингу в туризмі на підставі аналізу світового досвіду та надання практичних рекомендацій щодо впровадження та розвитку неймінгу в Україні як чинника розвитку туризму.

Методика. Базується на вивченні та узагальненні наявних літературних та електронних джерел, а також тез науково-практичних конференцій присвячених темі неймінгу.

Результати. Дано характеристику неймінгу як новітньої форми маркетингу туризму. Проаналізовано світові та українські тенденції неймінгу та надано практичні рекомендації щодо вибору назви для туристичних підприємств та закладів сфери гостинності.

Наукова новизна полягає у розкритті особливостей неймінгу як новітньої форми маркетингу в туризмі по відношенню до практики туризму в Україні та за кордоном.

Практична значимість полягає в розкритті шляхів застосування неймінгу в практичній діяльності українських турфірм та закладів сфери гостинності.

Ключові слова: неймінг, маркетинг туризму, туризм, назва турфірми (готелю).

УДК 911.3

Смирнов Игорь Георгиевич,
доктор географических наук, профессор
Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко, г. Киев, Украина,
e-mail: Smyrnov_IG@ukr.net

Гнатив Татьяна Богдановна
Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко, г. Киев, Украина,
e-mail: tetianahnativ@gmail.com

НЕЙМИНГ В ТУРИЗМЕ: УКРАИНСКИЙ И МИРОВОЙ ОПЫТ

Целью исследования является раскрытие сущности и особенностей нейминга как новой формы маркетинга в туризме на основании анализа мирового опыта и предоставления практических рекомендаций по внедрению и развитию нейминга в Украине как фактора развития туризма.

Методика. Базируется на изучении и обобщении имеющихся литературных и электронных источников, а также тезисов научно-практических конференций, посвященных теме нейминга.

Результаты. Дана характеристика нейминга как новой формы маркетинга туризма. Проанализированы мировые и украинские тенденции нейминга и предложены практические рекомендации по выбору названия для туристических предприятий и учреждений сферы гостеприимства.

Научная новизна заключается в раскрытии особенностей нейминга как новой формы маркетинга в туризме по отношению к практике туризма в Украине и за рубежом.

Практическая значимость заключается в раскрытии путей применения нейминга в практической деятельности украинских турфирм и предприятий сферы гостеприимства.

Ключевые слова: нейминг, маркетинг туризма, туризм, название турфирмы (отеля).

UDC 911.3

Smyrnov Ihor Georgiyovych,
Doctor of Geography Science, Professor
Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv, Ukraine, e-mail: Smyrnov_IG@ukr.net

Hnativ Tetiana Bohdanivna
Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv, Ukraine, e-mail: tetianahnativ@gmail.com

NAMING IN TOURISM: UKRAINAIAN AND INTERNATIONAL EXPERIENCE

The aim of the research is to reflect the nature and characteristics of naming, which is a new form of marketing in tourism. The research will be based on the analysis of international experience and practical recommendations for implementation and development of naming in Ukraine.

Methods. Based on the study and generalization of available printed and online sources, as well as thesis of scientific conferences on the topic of naming.

Results. The international and Ukrainian trends of naming were analyzed. Moreover, the recommendations on how to choose names for tourism and hospitality companies are given.

Scientific novelty is determined by revealed features of naming as a new form of tourism marketing and analyzed Ukrainian and international experience.

The practical significance is based on identifying ways of naming application in Ukrainian touristic practice.

Key words: naming, tourism marketing, tourism, name of travel company (hotel).

Постановка проблеми. Сучасний розвиток туристичної галузі в Україні потребує врахування та використання новітніх тенденцій та напрямків зокрема у туристичному маркетингу, який є невід'ємним складником туристичного бізнесу. Одним з новітніх напрямків туристичного маркетингу є неймінг як теорія та практика обрання та обґрунтування вдалої назви туристичних підприємств.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Літературних джерел з теми статті є небагато, в основному вони належать іноземним авторам, зокрема відомий маркетолог компанії Apple − Гай Кавасакі [4] у своїй праці надав практичні рекомендації щодо вдалого вибору назви для підприємства будь-якої галузі, а на V Міжнародній наукової конференції географії та туризму [2], яка проходила в 2011 р. у Львові було проаналізовано та доповнено ці рекомендації, спираючись на українську практику неймінгу в туризмі. Переважна більшість наукових праць стосується маркетингу, без виділення неймінгу як такого, а лише короткі відомості про назву та її значення для компанії. Серед українських дослідників маркетингу в туризмі, чиї праці були корисними для даної статті можна назвати Редько В. Є., Смирнова І.Г.

Постановка завдання. Визначити та деталізувати новітні напрямки маркетингу туризму, зокрема неймінг; проаналізувати світовий досвід

розвитку неймінгу в туризмі з розкриттям європейсько-американських та азійсько-східних традицій неймінгу в туризмі; розкрити значення, напрямки розвитку та проблеми неймінгу в Україні як чинника розвитку туризму з розробкою практичних рекомендацій; розкрити перспективи неймінгу в контексті розвитку туристичної галузі в Україні та світі.

Виклад основного матеріалу. На зміну традиційному маркетингу в туризмі сьогодні приходить маркетинг нетрадиційний, заснований на інноваційних принципах і підходах. Його основу складають нестандартні підходи до діяльності турфірм на ринку. До нових напрямів туристичного маркетингу можна віднести нейромаркетинг, когнітивний і сенсорний маркетинг, інтернет-маркетинг, у тому числі мобільний і вірусний, партизанський, buzz- і блог-маркетинг, неймінг, брендинг тощо. Рис. 1. (авторська розробка за [1; 3; 5; 9]). Успішна діяльність туристичного підприємства в сучасних ринкових умовах великою мірою залежить від вміння правильно визначити та послідовно здійснювати маркетингову політику. Неймінг (від англ. “to name” – називати, присвоювати ім’я) – одна із дисциплін маркетингу, що присвячена розробці торгових імен і назв. Назва, як один із елементів маркетингового комплексу бренду, відіграє важливу комунікативну роль у сприйнятті самого бренду кінцевим споживачем. Правильно підібрана назва значно полегшує просування продукції. Основним завданням спеціалістів із піару та маркетологів є створення яскравих виразних назв, які б легко запам’ятовувалися і які максимально точно передаватимуть загальну концепцію компанії, продукту чи послуги [8]. Туристичні компанії та підприємства готельно-ресторанного бізнесу відіграють важливу роль у брендингу своєї країни. А впізнаваність туристичній компанії, готелю або ресторану серед туристів дає їх вдала назва. У цьому зв’язку досить цікаво відслідкувати європейсько-американські та азійсько-східні традиції неймінгу в туризмі. Для європейсько-американських туристичних фірм та закладів сфери гостинності притаманними є такі ознаки: а) використання назви-імені засновника (туристична компанія «Kuoni», готельні мережі «Hilton Hotels & Resorts», «Marriott»); б) використання «гучних» назв (готелі «Imperial» у Відні, «Royal Grand Hotel» у Сіднеї); в) приставка до назви частки “клуб” (туроператори «Club Med» у Франції, «Ocean Beach Club» у США); г) використання абревіатур (німецький туроператор «TUI», готель «A&R» в Італії); ґ) використання дивних назв («Hotel Boring» - Нудний Готель - у штаті Орегоні, «Arsenic and Old Lace» - Миш'як і старі мережива у м. Евріка-Спринзі, США).

Азійсько-східні традиції неймінгу в туризмі характеризуються наступними ознаками: а) використання помпезних назв для готелів - на кшталт «palace» («PGS World Palace» - Кемер, Туреччина); б) використання назв, що включають частинку «beach» («Larissa Beach Hotel» - Сіде, Туреччина); в) використання назв, що включають слово «resort» («Dahab Resort», Єгипет); г) використання у назві імен власників засобів розміщення або ресторанних закладів («Akin Paradise» - Аланія,

Туреччина); ґ) використання назви дорогоцінного каміння («Saphir» - Аланія, «Diamonds Hotel» - Бодрум, Туреччина); д) використання найменування міста або регіону: «Marmaris Park» - Мармарис, Туреччина); е) використання слова “spa” («Granada Luxury Resort & Spa» - Аланія, Туреччина); є) відпочинкова тематика у назвах туристичних компаній та готельно-ресторанних закладів («Sandy Beach» - Піщаний пляж у Сіде, «Marin Hotel» - Морський готель у Кемері, Туреччина); ж) у назві присутній східний колорит («Ali Baba Palace» у Хургаді, Єгипет); з) у назвах присутні відомі історичні місця («Taj Lake Palace» - м. Удайпур, Індія); и) використання дивних назв («Funky Monkey Hotel» - Весела Мавпа, В’єтнам). Розробка назви компанії або продукту починається, як правило, з маркетингового аналізу. Необхідно досконально вивчити кон'юнктуру продукту, особливості компанії та ринку, на якій вона буде працювати, а також провести аналіз неймів конкурентів. Вся зібрана інформація допоможе у подальшій роботі, і при грамотному використанні позитивним чином позначиться як на позиціюванні, так і на ідентифікації бренду. Після цього відбувається безпосередньо мозковий штурм – процес збору й генерування всіх наявних ідей. Далі здійснюється аналіз цих ідей – у якій мірі кожна з них задовольняє вимоги та побажання засновників компанії, наскільки вона толерантна для того сегменту ринку, який буде представляти [6]. Наступний етап - коли буде розроблено кілька назв, що відповідають вимогам, потрібно протестувати їх на цільовій аудиторії методом якісних досліджень, а якщо точніше – створенням фокус-груп і роботою з ними. Представники фокус-груп повинні бути цільовою аудиторією компанії, яка буде працювати на ринку. У процесі роботи з ними необхідно вивчити модель споживчої поведінки, а також виявити, наскільки вдалою є концепція позиціювання назви, наскільки вона гармонує із загальним позиціюванням бренду, у якому ключі нейм ідентифікує бренд в очах цільової аудиторії. У результаті вивчення думки фокус-групи залишається не більше трьох назв, одна з яких займає лідируюче положення [7].

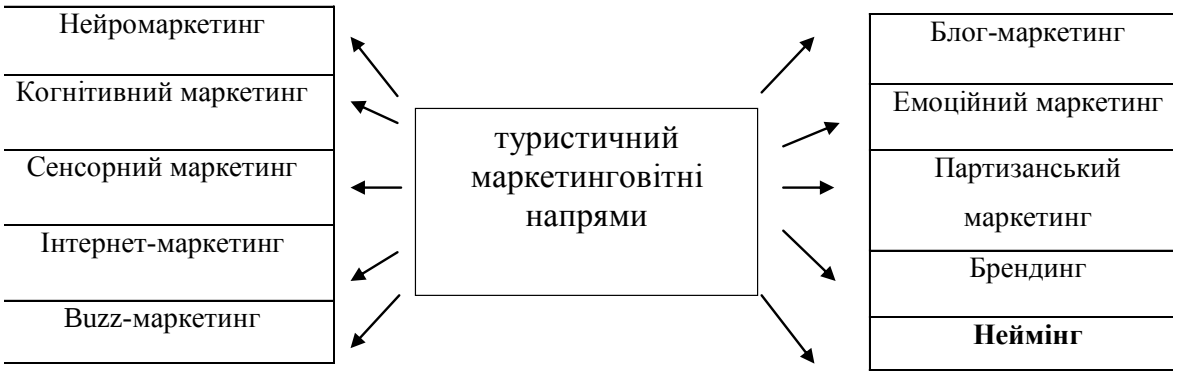

Рис. 1. Новітні напрями туристичного маркетингу (авторська розробка за [1; 3; 5; 9])

Усі назви-нейми можна поділити на такі категорії [2]:

1. Створення нових слів. Для уникнення подвійних асоціацій із вже відомими фірмами, можна уніфікувати назву своєї компанії, створивши нове слово або вираз. Так, прикладами придуманих неймів туристичних компаній України є наступні нейми: “Акуна Матата Тревел”, “ZAZAZU”, “Кий Авіа” (м. Київ), “Крилос Ком” (м. Львів), “Лимпопо”, “Limoniya - Лимония” (м. Одеса), “Терра Магніфіка” (м. Івано-Франківськ). Під дану категорію також припадає категорія власне українських назв-неймів, які ідентифікують приналежність даних туристичних компаній до українського ринку турпослуг: “Пан Юкрейн”, “Скриня пригод”, “Феєрія мандрів” (м. Київ), “Компанія Мандри ТОВ” (м. Львів).
2. Використання стереотипних слів, словосполучень та виразів. Дана категорія поділяється на наступні підкатегорії:

   2.1.Географічні назви: “Дніпро”, “Говерла Тур” (м. Київ), “Екватор”, “Ельдорадо”, “Колізей”, “Капітолій” (м. Львів), “Меридиан”, “Кассиопея”, “Босфор” (м. Одеса), “Атлантида” (м. Донецьк), “Бабадос”, “Верона”, “Килиманджаро” (м. Харків), “Kasablanka” (АР Крим), “Еверест” (м. Ужгород), “Гольфстрім” (м. Кривий Ріг). Географічний варіант нейму, згідно теорії маркетингу та копірайтингу, є особливо вдалим, якщо він характеризує приналежність даного підприємства до певної території (для прикладу, “Галіція-Тур”, “Карпатія-Галич-Тур”, м. Львів). Однак у випадку туристичної галузі така приналежність є доволі звуженою і повністю не відображає таку приналежність, а радше вказує на напрямки діяльності, які провадить підприємство (як приклад, “Баварія-Тур”, м. Львів).

   2.2.Назви, що походять від власних імен: “Сандра”, “Стелла” (м. Київ), “Ілона”, “Алла” (м. Львів), “Zlata-Тур” (м. Миколаїв), “Viktour” (м. Херсон), “Софія”, “Надія” (м. Івано-Франківськ), “Олександра” (м. Рівне), “Валерія” (м. Луцьк). До даної підкатегорії також належать назви-нейми, що утворились внаслідок злиття кількох імен власників одного підприємства: туроператор “Юнта” (м. Львів – від імені Юрій та Наталія), туристична агенція “Іген” (м. Львів – від імені Ірина та Геннадій), приватна садиба-шале “МарСо” (с. Поляниця Івано-Франківської області – від імені Марія і Софія), готель “Вотавілю” (урочище Драгобрат Закарпатської області – від імен Володимир, Тетяна, Віталій і Людмила) тощо.

   2.3.Назви, що походять від слів іноземного походження: “Сомбреро”, “Сієста”, “Orange”, “Angel”, “Golden Star” (м. Київ), “Холидей” (м. Одеса), “Fiesta-travel”, «Freeway”, «Paradise” (м. Харків), “Week-end” (м. Дніпропетровськ), “Sunrise” (м. Черкаси). Переваги таких неймів полягають у можливості перекладу самих назв на різні мови, однак разом з тим тут спостерігається висока ймовірність того, що у інших регіонах країни і за кордоном компанії із такою ж назвою вже існують.

2.4.Назви, складені від імен-прізвищ відомих письменників, героїв світової літератури і т. п.: “Жюль Верн”, “Жак Паганель”, “Aladdin Travel” (м. Київ), “Барон Мюнхаузен” (м. Львів), “Паспарту”, “Гудвин” (м. Одеса), “Колумб-тур”, “Кентавр” (м. Івано-Франківськ), “Одиссей” (м. Харків), “Марко Поло” (м. Чернівці).

2.5.Назви, що походять від тварин та рослин: “Жираф” (м. Київ), “Какаду”, “Frog-traveler” (м. Дніпропетровськ), “Апельсин”, “Юкка Тревел” (м. Одеса), “Kokos Travel” (м. Донецьк), “Medyza Travel” (м. Хмельницький), “Абрикоss” (м. Івано-Франківськ), “Кенгуру”, “Альбатрос” (м. Харків), “Зебра”, “Чайка” (м. Чернігів). Мінус таких назв полягає у можливості дублювання таких неймів для використання у інших галузях (зоомагазинів, продуктових мереж, магазинів дитячих товарів і т. п.).

2.6.Нейми, що походять від латинських назв: “Amore Tour”, “Aquavita”, «Amadeus” (м. Одеса), “Bonita-Tour” (м. Київ), “Terra” (м. Полтава), “Dolce Vita” (м. Харків). Перевагою таких неймів є їхня милозвучність та поширеність у написанні та звучанні; у споживача постійно на слуху такі назви, хоча особливих емоцій, як правило, вони не викликають.

3. Використання архетипів. У практиці маркетингу та копірайтингу найбільш важливим вважається використання архетипів при створенні імені компанії – тобто використання образів, пов’язаних із минулим і які на сьогодні втратили актуальність у повсякденному використанні, однак залишилися у свідомості жителів певного регіону, країни [8]. У туристичній галузі нейми-архетипи відображені у назвах туроператорів “Гамалія” (м. Київ) і “Байда” (м. Запоріжжя) та готелів “Еней” і “Леополіс” (м. Львів), “Славутич” (м. Київ).

У окрему категорію, що не входить у алгоритм створення нейму, слід віднести безликі, невдалі назви з точки зору маркетингу, які на думку професіоналів, не підходять до підприємств даної галузі (у нашому випадку – туристичної) і які можуть бути використані при створенні неймів для підприємств інших галузей. Такі нейми містять стереотипні приставки і широко використовуються, не маючи ідентифікації; вони не допомагають продажам і водночас їм не заважають, однак ускладнюють створення бренду компанії. До них належать наступні назви: “Весь світ” (м. Київ), “Континенталь”, “Орлан” (м. Тернопіль), “Скай” (м. Чернівці), “Альянс-А” (м. Сімферополь), “Комфорт” (м. Кривий Ріг), “Патріот” (м. Луцьк).

Дослідник Гай Кавасакі у одній із своїх праць дає наступні рекомендації до вибору назви підприємства [4]:

1. Слід уникати використання цифр у назвах. Цифра у назві, на його думку – це невдала ідея: споживачі точно не будуть пам’ятати, чи їм слід використовувати цифри (1, 2, 3, I, II, III тощо) чи писати їх словами (один, два, три). Прикладом подібних назв у туристичній

сфері може служити готель “Наталія-18” (м. Львів) та агенція «горящих» путівок “Краяни-Львів-1-Тур” (м. Львів), “Перлина 2004”, “Персонал 21 век”, “Тур 2006”, “1000 Дорог”, “5-е время года”, “7 Тур”, “7ой континент”, “12 месяцев” (м. Київ).

2. Назва підприємства на слух має звучати по-особливому, а для цього необхідно підійти до питання створення імені більш ґрунтовно та осмислено. Назва не повинна нагадувати споживачеві про ніякий інший продукт, окрім вашого. Приклад імен торгових неймів туристичних агенцій, що нагадують один одного: м. Львів – “САМ” і “Сан”, “Еліт Тур” і “Еліта-Тур”, “Галіція-Тур” і “Галінтур”, “Навколо світу” і “Довкола світу”, “Планета-експрес” і “Планета-тур”; м. Київ – “Dream Country”, “Dream Islands”, “Dream Tour”, “Dream Travel” і “Dream Voyage”, “Energotour LTD” і “Energy-Tour”, “Exotic Dream” і “Exotic Land”, “Golden Star” і “Golden Ways”, “Аполло-Тур” і “Аполлония-Тур”, “Велена” і “Венея” і т.п.; м. Дніпропетровськ – “Бон Вояж”, “Браво Вояж” і “Вояж-сервис”.
3. Назва повинна бути логічною, підходити до сфери діяльності та характеризувати продукт, який вона збирається представляти на ринку послуг. З огляду на туристичну галузь, такі туристичні неймі як “Моноліт”, “Крол” (м. Львів), “ABC”, “Celebrity”, “City Lights”, “Акварель-Кемп”, “Аурум”, “Брама”, “Витребеньки”, “ЕвроСтандарт”, “Европейский трофей”, “Карамель”, “Фея”, “Фішка”, “Центр”, “Шанс” (м. Київ), “Реестр” (м. Дніпропетровськ), “Звездная Империя”, “Империал Плюс” (м. Донецьк) та ін. абсолютно не ідентифікують туризм як вид діяльності.

Нині більшість туристичних компаній на ринку України підходять до проблеми неймінгу стихійно. Крихітні турагенції гучно називають себе "Імперією" або "Короною". Назву туристичній фірмі заміняють незрозумілі абревіатури типу "M.I.B.S.", ”HNB”, багатократно повторюються словосполучення “Укртехінтур”, “Укрінтурбюро", “Інтертур", "Укрінтур", "Укрзовніштур". Поширеним явищем є використання неоригінальних назв, пов'язаних з так званою туристською символікою – "Орбіта”, "Обрій", "Компас", "Азимут", "Планета". Проведені фахівцями маркетингу туризму дослідження свідчать, що подібні бренди поступово здають позиції та поступаються оригінальним, яскравим, лаконічним назвам, несхожим на інші [2]. Отже, обираючи назву туристичній компанії або готелю, необхідно дотримуватись певних принципів, зокрема: а) чим простіша назва або символ, тим швидше її запам'ятовують і розпізнають; б) назва повинна бути оригінальною, тобто відрізнятися від інших; в) назва повинна відповідати позиціюванню марки й сприйняттю цільової аудиторії; г) назва повинна підходити для міжнародного використання, не містити негативних аспектів; д) неймінг повинен забезпечувати охороноздатність назви.

Висновки. Туристична галузь у світі і в Україні (незважаючи на складну геополітичну ситуацію в нашій країні) продовжує розвиватися.

Нині на туристичному ринку України працює понад 5000 туроператорів та турагенцій, з них половина − у Києві. Кожний місяць понад 50 компаній звертаються до відділу туризму та курортів КМДА з метою реєстрації. Кожна з цих компаній має обрати собі назву. Культова фраза із мультфільму «Пригоди капітана Врунгеля»: «Як корабель назвеш, так він і попливе» як найкраще відображає концепцію неймінгу, а саме: вдала назва компанії – це початок вдалого бізнесу. Отже, проблема неймінгу в туризмі набуває все більшої ваги. Між тим, ця проблема залишається недостатньо дослідженою науковцями, відповідно, практики туристичної галузі не мають достатньо обґрунтованих та чітких рекомендацій у цій сфері. Часто для турфірм обираються невиразні, затерті, тривіальні, а часто і невідповідні назви. І це зрозуміло – адже теорія і практика неймінгу в українському туризмі ще недостатньо розвинута. Заповнити цю прогалину на підставі новітніх світових досягнень та інноваційних підходів – актуальне завдання туристичної науки і практики, зокрема в Україні.

Список використаних джерел:

1. Багиев Г. Л. Маркетинг: учеб. Для вузов /Г. Л. Багиев, В. М. Тарасевич; под общ. Ред. Г.Л. Багиева. – 3-е изд., перераб. И доп. – СПб. : Питер, 2010. – 312 с.
2. Географія і туризм: міжнародні виклики українському туризму: матеріали V міжнародної наукової конференції, (Львів-Судова Вишня 23-25 вер. 2011 р. / Львів. нац. ун-т ім. Івана Франка; Львівська обл. держ. адміністарація; Львівська міська рада; Ін-т післядипломної освіти , 2011. – С. 140-142
3. Григорьев М.Н. Маркетинг: Учеб. Пособие для студентов вузов. – М.: Юрайт , 2010. – 302 с.
4. Кавасаки Г. Стартап: 11 мастер-классов от экс-евангелиста Apple и самого дерзкого венчурного капиталиста Кремниевой долины / Г. Кавасаки; пер. с англ. Е. Корюкиной, предисл. Д. Яна. – М.: ООО “Юнайтед Пресс”, 2010. – С. 125-126
5. Редько В. Є. Вплив когнітивного маркетингу на формування туристських потоків // Матеріали ІІІ міжнародної науково-практичної конференції «Індустрія гостинності в країнах Європи». – 4-6 грудня 2009 р. - Сімферополь: ВіТроПринт, 2009. – С. 18-20
6. Савченко В. Как турфирму назовешь… // Мир туризма. – 2010 - №12 – 175 с.
7. Семенов Г., Богма О. Неймінг у маркетингу // Економіка та держава. –2006. - № 4.- С. 12
8. Слободянюк Э.П. Настольная книга копирайтера / Элина Слободянюк. 2-е изд. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2011. – С. 85.
9. Современные направления маркетинга: теория, методология и практика применения: Коллективная монография / Под общей редакцией С.В. Карповой; отв. Редактор И.А. Фирсова - М.: Изд-во «Палеотип», 2011. – 544 с.

Список использованных источников:

1. Багиев Г. Л. Маркетинг: учеб. Для вузов /Г. Л. Багиев, В. М. Тарасевич; под общ. Ред. Г.Л. Багиева. – 3-е изд., перераб. И доп. – СПб. : Питер, 2010. – 312 с.
2. География и туризм: международные вызовы украинского туризма: материалы V международной научной конференции, (Львов-Судовая Вишня 23-25 сент. 2011 / Львов. Нац. Ун-т им. Ивана Франко; Львовская обл. Гос. Администарация; Львовский городской совет Ин-т последипломного образования, 2011. - С. 140-142
3. Григорьев М.Н. Маркетинг: Учеб. Пособие для студентов вузов. – М.: Юрайт , 2010. – 302 с.
4. Кавасаки Г. Стартап: 11 мастер-классов от экс-евангелиста Apple и самого дерзкого венчурного капиталиста Кремниевой долины / Г. Кавасаки; пер. с англ. Е. Корюкиной, предисл. Д. Яна. – М.: ООО “Юнайтед Пресс”, 2010. – С. 125-126
5. Редько В.Е. Влияние когнитивного маркетинга на формирование туристских потоков // Материалы ІІІ международной научно-практической конференции «Индустрия гостеприимства в странах Европы». - 4-6 декабря 2009 - Симферополь: ВиТроПринт, 2009. - С. 18-20
6. Савченко В. Как турфирму назовешь… // Мир туризма. – 2010 - №12 – 175 с.

7. Семенов Г., Богма О. Нейминг в маркетинге // Экономика и государство. –2006. - № 4.- С. 12
8. Слободянюк Э.П. Настольная книга копирайтера / Элина Слободянюк. 2-е изд. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2011. – С. 85.
9. Современные направления маркетинга: теория, методология и практика применения: Коллективная монография / Под общей редакцией С.В. Карповой; отв. Редактор И.А. Фирсова - М.: Изд-во «Палеотип», 2011. – 544 с.

References

1. Bagiev G.L. Marketing: studies for universities / T. L. Bagiev V.M. Tarasevich. - 3rd ed., Rev. And add. - SPb. Piter, 2010. - 312 p.
2. Geography and tourism: international challenges to the Ukrainian tourism: materials of the V international scientific conference (Lviv-Sudova Vyshnia 23-25 Sep. 2011 / Lviv. Nat. Univ. Ivana Franka, Lviv region. - P. 140-142
3. Grigoriev M.N. Marketing: Student textbook. - M .: Yurayt, 2010. - 302 p.
4. G. Kawasaki Startup 11 master classes by ex-evangelist of Apple and the most daring venture capitalist in Silicon Valley / Kawasaki; per. from English. E. Koryukin, foreword. D. Ian. - M .: OOO "United Press", 2010. - P. 125-126
5. Redko V.E. The impact of cognitive marketing on formation of tourist flows // Materials of the III international scientific and practical conference "Hospitality industry in the European countries". - 4-6 Dec. 2009. - Simferopol: ViTroPrint, 2009. - P. 18-20
6. Savchenko A. How a travel agency named ... // The world of tourism. - 2010 - №12 - 175 p.
7. Semenov G, Bogma O. Naming in marketing // Ekonomics and the State. -2006. - № 4.-P. 12
8. Slobodyanyuk E.P. Handbook of copywriter / Elina Slobodyanyuk. 2nd ed. - M .: Mann, Ivanov and Ferber, 2011. - P. 85.
9. Modern marketing directions: the theory, methodology and practice: Collective monograph / Edited by S.V/ Karpova; Ans. Editor I.A. Firsov - M .: Publishing house "Paleotip", 2011. - 544 p.

УДК 911.3

Чорненька Надія Василівна,
кандидат географічних наук, доцент
Національний університет «Львівська політехніка», м. Львів, Україна,
e-mail: *nvchornenka@gmail.com*

Теребух Андрій Андрійович,
доктор економічних наук, доцент
Національний університет «Львівська політехніка», м. Львів, Україна,
e-mail: andriy_terebyh@ukr.net

Костюк Іван Васильович,
кандидат технічних наук, доцент
Технологічний коледж Національного університету «Львівська політехніка», м. Львів, Україна, e-mail: kldintu@arkada-x.com.ua

ЕКОЛОГІЧНИЙ НАПРЯМ ПОСИЛЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ РЕГІОНАЛЬНОГО ТУРИЗМУ

Метою статті було розкрити необхідність врахування екологічного напряму для посилення конкурентоспроможності регіонального туризму.

Методика. При проведенні дослідження застосовано емпірично-теоретичні методи – аналізу і синтезу, порівняння та узагальнення.

Результати. Було виявлено загальні засади екологічного напряму забезпечення конкурентоспроможності регіонального туризму на основі врахування регіональних й локальних особливостей. В роботі проаналізовано основні складові сучасної екології, що мають вплив на сталий розвиток туризму в регіонах. На основі проведеного аналізу виявлено перспективи регіонів України для розвитку екологічно збалансованого туризму.

Науковою новизною роботи є систематизація екологічних індикаторів збалансованого розвитку і конкурентоздатності туризму локальних туристичних систем і регіонів в цілому.

Практична значимість полягає в тому, що проведено аналіз основних складових сучасної екології з позиції їх врахування у розвитку регіонального туризму; розглянуто фактори екологізації туристичної галузі як одного із шляхів досягнення збалансованого природокористування.

Ключові слова: сучасна екологія, екологічний напрям, туризм, регіональна туристична політика, природоохоронна діяльність, конкурентоспроможність, розвиток регіону.

УДК 911.3

Чорненька Надежда Васильевна,
кандидат географических наук, доцент
Национальный университет «Львовская политехника», г. Львов, Украина
e-mail: nvchornenka@gmail.com

Теребух Андрей Андреевич,
доктор экономических наук, доцент
Национальный университет «Львовская политехника», г. Львов, Украина
e-mail: andriy_terebyh@ukr.net

Костюк Иван Васильевич,
кандидат технических наук, доцент
Технологический колледж Национального университета «Львовская политехника», г. Львов, Украина, e-mail: kldintu@arkada-x.com.ua

ЭКОЛОГИЧЕСКОЕ НАПРАВЛЕНИЕ УСИЛЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РЕГИОНАЛЬНОГО ТУРИЗМА

Целью статьи было раскрыть необходимость учета экологического направления для усиления конкурентоспособности регионального туризма.

Методика. При проведении исследования применены эмпирически-теоретические методы – анализа и синтеза, сравнения и обобщения.

Результаты. Было выявлено общие принципы экологического направления обеспечения конкурентоспособности регионального туризма на основе учета региональных и локальных особенностей. В работе проанализированы основные составляющие современной экологии, влияющие на устойчивое развитие туризма в регионах. На основе проведенного анализа выявлено перспективы регионов Украины для развития экологически сбалансированного туризма.

Научной новизной работы является систематизация экологических индикаторов устойчивого развития и конкурентоспособности туризма локальных туристических систем и регионов в целом.

Практическая значимость заключается в том, что проведен анализ основных составляющих современной экологии с позиции их учета в развитии регионального туризма; рассмотрены факторы экологизации туристической отрасли как один из путей достижения сбалансированного природопользования.

Ключевые слова: современная экология, экологическое направление, туризм, региональная туристическая политика, природоохранная деятельность, конкурентоспособность, развитие региона.

UDC 911.3

Chornenka Nadja Vasylivna,
Candidate of Geography Sciences, Associate Professor
National University "Lviv Polytechnic", Lviv, Ukraine, e-mail: nvchornenka@gmail.com

Terebuh Andrey Andriiovych,
Doctor of Economic Sciences, Associate Professor
National University "Lviv Polytechnic", Lviv, Ukraine
e-mail: andriy_terebyh@ukr.net

Kostyuk Ivan Vasylovych,
Candidate of Technical Sciences,
Associate Professor

Technological College of the National
University "Lviv Polytechnic", Lviv, Ukraine
e-mail: kldintu@arkada-x.com.ua

ECOLOGICAL DIRECTION OF REGIONAL TOURISM COMPETITIVENESS

The article would reveal the need to consider the ecological direction to enhance the competitiveness of regional tourism.

Methods. Research used empirical and theoretical methods - analysis and synthesis, comparison and synthesis.

Results. It was found the general principles of ecological area ensuring the competitiveness of regional tourism based on the consideration of regional and local features. This paper analyzes the main components of modern ecology that have an impact on sustainable tourism development in the regions. Based on the analysis the prospects of Ukraine's regions for the development of ecologically sustainable tourism.

Scientific novelty of the work is to systematize ecological indicators of sustainable development and competitiveness of local tourism and tourism of the region.

The practical significance consists in the fact that analyzed the main components of modern ecology from the perspective of their consideration in the development of regional tourism; the factors of ecologization of the tourism industry as one of the ways of achieving a balanced nature.

Key words: modern ecology, ecological direction, tourism, regional tourism policy, environmental protection, competitiveness, amplification of the region.

Постановка проблеми. Перспективи розвитку туризму в регіонах України визначаються дією широкого спектра ресурсних, екологічних, історико-культурних, соціальних, економічних і політичних чинників, які мають чітко позначені регіональні особливості. Незадовільний стан вирішення екологічних проблем регіонів свідчить про відсутність зваженої державної регіональної політики щодо екологічного вектору розвитку туризму, що негативно позначається на туристичному розвитку регіонів, приводить до поглиблення диспропорцій у територіальній структурі національної економіки й у соціальній сфері її регіонів. Все це, значною мірою, є наслідком структурної кризи в Україні, що знаходить прояв у надмірній централізації державної влади, відсутності належної матеріальної й фінансової основи, державної підтримки екологізації регіонального розвитку. Фактор позитивного впливу туризму на економіку держави та окремого регіону беззаперечний, в той же час зв’язок туризму з екологією та залежність розвитку туристичної галузі від сприятливої екологічної ситуації для України є актуальним і важливим питанням.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблемам розвитку регіонального туризму з позиції його екологізації присвячено багато різних за напрямками наукових праць. Вектори посилення конкурентоспроможності регіонального туризму знаходяться в полі досліджень багатьох вчених. Нездоймінов С.Г. у зміст поняття «зелений регіоналізм» у сфері туризму та рекреації вкладає регіоналізацію екологічної проблематики як уведення регіональних принципів формування цілісних економіко-екологічних систем [9]. Аверіхіна Т.В.

виділяє екологічну складову в конкурентоспроможності регіону як можливість визначити та скористатися економіко-екологічними перевагами розвитку регіону та зменшити недоліки впливу природних факторів виробництва та життєдіяльності на основні показників розвитку[1]. Мальська М.П. доводить потребу досліджень процесу регіонального розвитку з погляду сучасних наукових теорій з врахуванням специфіки основних механізмів ринкової економіки туризму [7]. Герасимчук З.В. та Ковальська Л.Л., узагальнюючи підходи до трактування поняття «конкурентоспроможність» за критеріями наявності факторів виробництва, конкурентних переваг, потенційних можливостей, ефективності використання ресурсів та суперництва на ринку, аргументовано окреслюють критерії конкурентоспроможності регіонів [4]. Мігущенко Ю.В. пропонує методологічну базу оцінки конкурентоспроможності та комплексну багаторівневу методику оцінки конкурентоспроможності туристичної галузі України на різних рівнях ієрархії управління [8], водночас, комплексна оцінка конкурентоспроможності туристичної галузі на регіональному рівні ще потребує удосконалення методик. Кіптенко В.К. для управління туристичними потоками з метою збереження екологічної рівноваги пропонує використовувати інструментарій візитного менеджменту [5]. Шарко В.В., Куценко В.І. розглядають екологічну безпеку як невід'ємну складову розвитку регіонального туризму [6; 15]. Напрацювання географів з даної теми дослідження, в основному, стосуються проблем збалансованого природокористування. Так, Царик Л.П. окреслив дві пріоритетні функції узгодженого розвитку регіону: антропоекологічну та природоохоронну [14]. Гавриленко О.П. пропонує інтегрувати методології окремих географічних і екологічних дисциплін задля реалізації завдань екологічної оптимізації природного середовища [3]. Підсумовуючи дослідження науковців, можна зазначити, що екологічна складова туристичного потенціалу регіонів у нашій країні знаходиться в полі досліджень, але враховується безсистемно і непослідовно, що призведе до зниження конкурентоспроможності туризму, і особливо в регіонах з недостатнім туристичним потенціалом. Тому екологічний вектор посилення конкурентоспроможності регіонального туризму потребує подальших досліджень та розробок.

Формулювання цілей статті. На основі аналізу наукової літератури з регіональних досліджень туризму та узагальнення доробок вчених з екологічних проблем розкрити необхідність врахування екологічного вектору як основоположного в посиленні конкурентоспроможності регіонального туризму.

Виклад основного матеріалу. Діяльність суб'єктів господарювання в сфері туризму спрямована на пошук і знаходження найбільш оптимальних економічних рішень з метою одержання максимальної вигоди. При цьому екологічні характеристики території розглядаються як другорядні, як такі, що не можуть суттєво вплинути на туристичний розвиток за умови

наявності рекреаційних ресурсів. Спробуємо заперечити усталену дійсність та доказати, що модель бренду національного туристичного продукту, в основі якої економічно-збалансований розвиток підприємництва та якісний туристичний сервіс, може бути практично реалізована лише за умови врахування принципів охорони навколишнього природного середовища в туристично-рекреаційних регіонах держави. Адже туристів приваблюють саме екологічно чисті регіони, де вони можуть отримати повноцінний здоровий відпочинок та естетичне задоволення від спілкування з природою. Порушення екологічної рівноваги може призвести до зникнення в регіоні туризму як галузі економіки.

За класифікацією потреб людини А. Маслоу пріоритет надається першій та другій групам абсолютних потреб, зокрема фізіологічним потребам (їжа, вода, сон) та потребам самозбереження і безпеки (стабільність, гарантія задоволення фізіологічних потреб тощо). Задля забезпечення цих потреб необхідно дотримуватися основних принципів охорони навколишнього природного середовища, зокрема: обов'язковості додержання екологічних стандартів, нормативів та лімітів використання природних ресурсів при здійсненні господарської, управлінської та іншої діяльності; гарантування екологічно безпечного середовища для життя і здоров'я людей; екологізації матеріального виробництва на основі комплексності рішень у питаннях охорони навколишнього природного середовища, використання та відтворення відновлюваних природних ресурсів, широкого впровадження новітніх технологій; збереження просторової та видової різноманітності і цілісності природних об'єктів і комплексів тощо.

Сучасна екологія включає такі складові як біоекологія, геоекологія, техноекологія, соціоекологія [10]. Кожна з цих складових прямо чи опосередковано впливає на ступінь розвитку туристичної діяльності на рекреаційній території, збереженість ресурсного потенціалу туризму та його конкурентоспроможність.

Біоекологія вивчає відносини організмів між собою та з навколишнім середовищем. Зменшення різноманітності живої природи – найбільш загрозлива серед змін довкілля, що відбуваються нині, бо це, мабуть, єдиний абсолютно незворотний процес. Рослинний і тваринний світ виступає ресурсом для таких видів туризму як екологічний, лісовий, орнітологічний, мисливський, пригодницький, активний та ін., тому зменшення видів та популяцій птахів, метеликів, риби, грибів, ягід, призводить до втрати привабливості рекреаційних територій, і у тому числі передмість, куди люди виїжджають на короткотривалий відпочинок.

Геоекологія пов'язана з вивченням природних і змінених людиною природних геосистем, що дозволяє оцінити і попередити можливі наслідки впливу природних процесів на геологічне середовище і природно-антропогенні системи. Геоекологічний ризик розглядаємо як ймовірність небезпечних для природно-антропогенних систем наслідків, що

обумовлені природними геологічними і техногенними процесами і явищами. Необхідно розрізняти геологічний ризик, що пов'язаний з: 1) природними факторами (землетруси, вулкани, розломи, зсуви, карсти, паводки); 2) антропогенними факторами (нестійкість техногенної системи, недосконалість технологій і техніки, непрофесіоналізм і халатність людей). Знання з геоекології дають можливість зводити до мінімуму вплив антропогенної діяльності на геологічне середовище, пом'якшувати наслідки стихійних лих і катастроф, розробляти заходи по ліквідації цих наслідків. Такі дії носять превентивний характер і є актуальними для екстремальних видів туризму.

Техноекологія визначає обсяги, механізми й наслідки впливів на довкілля, здоров'я людини різних галузей і об'єктів, особливості використання ними природних ресурсів, розробляє регламентації природокористування й технічні засоби охорони природи, опікується проблемами утилізації відходів виробництва та відтворення зруйнованих екосистем, екологізацією виробництв. Основні техногенні забруднювачі природного середовища – це різні гази, газоподібні речовини, аерозолі, пил, які викидаються в атмосферу об'єктами енергетики, промисловості й, радіоактивні, електромагнітні, магнітні й теплові випромінювання та поля, шуми й вібрації, «збагачені» шкідливими хімічними сполуками промислові стоки, комунальні й побутові відходи, хімічні речовини (передусім пестициди й мінеральні добрива), що у величезній кількості використовуються в сільському господарстві, нафтопродукти. Санітарно-епідемічний та екологічний стан території України, рівень природно-техногенної безпеки характеризується деформованою структурою господарського комплексу при переважанні виробництв з ресурсозатратними, екологічно небезпечними технологіями та значним зношенням основних фондів; високим рівнем забруднення навколишнього природного середовища багатьох регіонів, недостатнім розвитком екологічної інфраструктури; наявністю значних територій, що зазнають постійного впливу небезпечних геологічних процесів. Внаслідок цього територія України відзначається надмірним техногенним навантаженням на довкілля, високим ступенем його забруднення та природно-техногенної небезпеки [10]. Техногенне середовище як складова навколишнього середовища є похідною діяльності людини, яка виникла як наслідок впливу антропогенних чинників. Туризм також завдає системної шкоди довкіллю: через забір землі і води; вирубку лісу задля забудови, прокладання лижних трас і доріг; забруднення повітря автотранспортом; забруднення поверхневих вод стоками від готельних об'єктів тощо. Тому одним із базових механізмів регулювання навколишнього природного середовища є державне екологічне нормування. Екологічна стандартизація і нормування проводяться з метою встановлення комплексу обов'язкових норм, правил, вимог щодо охорони навколишнього природного середовища, використання природних ресурсів та забезпечення екологічної безпеки.

Соціоекологія вивчає закономірності взаємодії суспільства і природи, і розробляє наукові основи гармонізації цієї взаємодії. Традиції природокористування, як правило, виникають шляхом накопичення позитивного й негативного досвіду природокористування, однак завжди в рамках неруйнівної поведінки людини щодо природи. Україна, маючи збережений у багатьох регіонах етнографічний потенціал, має величезні можливості розвитку видів туризму (сільського, зеленого, етнографічного, екологічного), в основі яких є традиції природокористування та господарювання.

Кожна із охарактеризованих складових екології повинна розглядатися на регіональному рівні, оскільки саме регіональний підхід дозволяє врахувати особливості території з різних ракурсів. У Законі України «Про Генеральну схему планування території України» [11] відзначено, що використання території України характеризується значними диспропорціями, зокрема малою часткою територій природоохоронного, рекреаційного, оздоровчого, історико-культурного призначення. Реалізація цієї Генеральної схеми розрахована на два етапи: 2001-2010 та 2011-2020 роки, та передбачає розробку проекологічної стратегії розвитку регіонів на основі концепції сталого регіонального розвитку. Дана концепція пов’язує економічний розвиток з вирішенням ресурсно-екологічних проблем. Фактори економічного характеру є домінантою розвитку, але специфіка туристично-рекреаційної діяльності підприємців не може не сприймати екологічні імперативи у виробництві та споживанні. Тому, на наш погляд, саме концепція сталого регіонального розвитку органічно поєднала усі найголовніші фактори розвитку: економічні, соціальні та екологічні [12]. Пріоритетами проекологічної стратегії щодо туризму мають стати: раціональне використання ресурсного потенціалу туризму; обмеження створення турпродуктів з негативним ефектом впливу на довкілля, особливо в гірських районах; зростання ролі екологічної освіти та культури тощо. Серед першочергових заходів з метою зменшення негативного впливу на рекреаційне середовище має бути враховано екологічну компоненту в інвестиційних проектах. Це дасть змогу ефективніше контролювати дотримання екологічних вимог: очистка стічних вод, контроль за станом атмосферних викидів, протиерозійне облаштування прилеглої території тощо.

Аналізуючи класифікаційні ознаки туризму за різноманітними напрямами, розуміємо, що різноваріативність туризму потребує конкретизації у кожному окремому випадку допустимих екологічних параметрів навколишнього рекреаційного середовища та туриста в ньому.

Негативний екологічний фактор впливу на навколишнє рекреаційне середовище має тимчасовий (сезонний) або постійний характер. У першому випадку йдеться про горіння торфовищ, лісові та степові пожежі, спалювання листя, непередбачувані аварії на промислових об’єктах тощо, а у другому – про викиди промислові, викидні гази транспорту та інше. Тому і заходи щодо превентивних дій та усунення наслідків негативних

екологічних впливів відрізнятимуться. Та, у будь-якому випадку, турист має право на інформацію щодо екологічної ситуації на території його тимчасового перебування. Від цього буде залежати ритмічність, величина туристських потоків та тривалість перебування туриста на конкретній території. Дослідження туристопотоку дає змогу визначити величину та сезонні коливання туристичної міграції; виявити найпопулярніші туристичні регіони. Стаціонарний туризм – різновид туризму, пов'язаний з постійним місцем розміщення туриста на увесь період, що спрямований на задоволення рекреаційних потреб. Тому стаціонарні види туризму, на відміну від рухомого туризму, який передбачає постійне переміщення, зміну місця перебування, вимагають підвищеної уваги до екологічного стану середовища тимчасового перебування туриста.

Висновки. Рекреаційне середовище буде таким лише за умови дотримання екологічної рівноваги, постійного моніторингу стану довкілля, оптимізації використання рекреаційних та туристичних ресурсів, які мають виражену екологічну спрямованість. На сьогодні пріоритетним, з погляду екології, є екологічний туризм та інші форми м'якого туризму. Тому головні напрямки регіональної екологічної політики повинні полягати у підтримці форм туризму, дружніх навколишньому середовищу; формуванні моделей поведінки туристів, персоналу галузі й місцевого населення, скерованих на підвищення рівня їх екологічної освіченості. Екологізація туристичної галузі є одним із шляхів досягнення збалансованого природокористування.

Комплексна інтеграція регіональної, туристичної й екологічної політики необхідна для збереження та посилення конкурентоспроможності українських туристичних регіонів.

Список використаних джерел:

1. Аверіхіна Т.В. Екологічна складова оцінювання національної та регіональної конкурентоспроможності / Т.В. Аверіхіна. // Вісник соціально-економічних досліджень. – 2012. – Випуск 1(44). – С. 8-13.
2. Борущак М. Проблеми формування стратегії розвитку туристичних регіонів : монографія / М. Борущак. – Львів: ІРД НАН України, 2006. – 288 с.
3. Гавриленко О.П. Екогеографія України: Навч. посіб. Рекомендовано МОН / О.П. Гавриленко. – К., 2008. – 646 с.
4. Герасимчук З. В. Конкурентоспроможність регіону: теорія, методологія, практика / З.В. Герасимчук, Л.Л. Ковальська. – Луцьк: Надстир'я, 2008. – 248 с.
5. Кіптенко В.К. Менеджмент туризму : Підручник. / В.К. Кіптенко. – К.: Знання, 2010. – 502 с.
6. Куценко В.І. Екологічна безпека – передумова розвитку індустрії туризму. / В.І. Куценко. // Економіка. Управління. Інновації. – 2010. – №1(3). – Режим доступу: http://tourlib.net/statti_ukr/kucenko2.htm
7. Мальська М.П. Економіка туризму: теорія та практика [текст] : підручник. / М.П. Мальська, М.Й. Рутинський, С.В. Білоус, Н.Л. Мандюк. – К. : «Центр учбової літератури», 2014. – 544 с.
8. Мігущенко Ю.В. Методика оцінки конкурентоспроможності туристичної сфери України / Ю.В. Мігущенко. // Економіка. Управління. Інновації. – 2013. – № 1. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/eui_2013_1_39.pdf.
9. Нездоймінов С.Г. «Зелений» вектор регіонального туризму. / С.Г. Нездоймінов. // Вісник соціально-економічних досліджень. – 2012. – Вип. 2 (45). – С. 348-353.

10. Олійник Я.Б. Основи екології : підручник / Я.Б. Олійник, П.Г. Шищенко, О.П. Гавриленко. – К.: Знання, 2012. – 558 с.
11. Про Генеральну схему планування території України. Закон України від 07.02.2002 № 3059-III- Режим доступу: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/3059-14/print1360750552116052
12. Розвиток туристичного бізнесу регіону : [навч. посібник] / І.М. Школа, Т.М. Ореховська, О.П. Корольчук, В.Ф. Кифяк; за ред. І.М. Школи. – Чернівці: Книги - XXI, 2007. – 292 с.
13. Стратегія та механізми зміцнення просторово-структурної конкурентоспроможності регіону : Монографія / За ред. А. І. Мокія, Т. Г. Васильціва. – Львів: Ліга Прес, 2010. – 488 с.
14. Царик Л.П. Еколого-географічний аналіз і оцінювання території: теорія та практика / Л.П. Царик. – Тернопіль: Навчальна книга – «Богдан», 2006. – 256 с.
15. Шарко В.В. Екологічна безпека як невід'ємна складова розвитку туризму. / В.В. Шарко. // Науковий вісник Херсонського державного університету. Серія: Економічні науки. – 2014. – Вип.6. – Ч.4. – С. 113-116.

Список использованных источников:

1. Аверихина Т.В. Экологическая составляющая оценки национальной и региональной конкурентоспособности / Т.В. Аверихина. // Вестник социально-экономических исследований. – 2012. – Вып. 1(44). – С. 8-13.
2. Борущак М. Проблемы формирования стратегии развития туристических регионов: монография. / М. Борущак. – Львов: ИРД НАН Украины, 2006. - 288 с.
3. Гавриленко А.П. Екогеография Украины: Учеб. пособие. Рекомендовано МОН / А.П. Гавриленко. – М., 2008. – 646 с.
4. Герасимчук З. В. Конкурентоспособность региона: теория, методология, практика / З.В. Герасимчук, Л.Л. Ковальская. – Луцк: Надстырье, 2008. – 248 с.
5. Киптенко В.К. Менеджмент туризма: Учебник. / В.К. Киптенко. – М .: Знание, 2010. – 502 с.
6. Куценко В.И. Экологическая безопасность – залог развития индустрии туризма / В.И. Куценко. // Экономика. Управление. Инновации. – 2010. – №1 (3). – Режим доступа: http://tourlib.net/statti_ukr/kucenko2.htm
7. Мальська М.П. Экономика туризма: теория и практика [текст]: учебник. / М.П. Мальська, М.И. Рутинський, С.В. Белоус, Н.Л. Миндюк. – М.: «Центр учебной литературы», 2014. – 544 с.
8. Мигущенко Ю.В. Методика оценки конкурентоспособности туристической сферы Украины. / Ю.В. Мигущенко. // Экономика. Управление. Инновации. – 2013. – № 1. – Режим доступа: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/eui_2013_1_39.pdf.
9. Нездойминов С.Г. «Зеленый» вектор регионального туризма. / С. Нездойминов. // Вестник социально-экономических исследований. – 2012. – Вып. 2(45). – С. 348-353.
10. Олейник Я.Б. Основы экологии: учебник. / Я.Б. Олейник, П. Шищенко, А.П. Гавриленко. – М.: Знание, 2012. – 558 с.
11. О Генеральной схеме планирования территории Украины. Закон Украины от 07.02.2002 №3059-III. – Режим доступа: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/3059-14/print1360750552116052
12. Развитие туристического бизнеса региона: [учеб. пособие] / И.Н. Школа, Т.М. Ореховская, А.П. Корольчук, В.Ф. Кифяк; под ред. И.М. Школы. – Черновцы: Книги – XXI, 2007. – 292 с.
13. Стратегия и механизмы укрепления пространственно-структурной конкурентоспособности региона: Монография / Под ред. А. И. Мокия, Т. Г. Васильцива. – Львов: Лига Пресс, 2010. – 488 с.
14. Царик Л.П. Эколого-географический анализ и оценка территории: теория и практика. / Л.П. Царик. – Тернополь: Учебная книга – «Богдан», 2006. – 256 с.
15. Шарко В.В. Экологическая безопасность как неотъемлемая составляющая развития туризма. / В.В. Шарко. // Научный вестник Херсонского государственного университета. Серия: Экономические науки. – 2014. – Вып.6. – Ч.4. – С.113-116.

References:

1. Averihina T.V. Environmental component evaluation of national and regional competitiveness Journal of Social and Economic Research, 2012, Issue 1 (44) - P. 8-13.

2. Boruschak M. Problems of development strategy of tourism regions: monograph / M. Boruschak. - Lviv: IRD Sciences of Ukraine, 2006. - 288 p.
3. Gavrylenko O.P. Ekoheohrafiya Ukraine: Training. guidances. Recommended MES / A.P. Gavrilenkov. - K., 2008. - 646 p.
4. Gerasymchuk Z.V., competitiveness of the region: the theory, methodology, practice / Z.V. Gerasymchuk, L.L. Blacksmith. - Lutsk Nadstyrya, 2008. - 248 p.
5. Kiptenko V.K. Tourism Management: Textbook. / V.K. Kiptenko. - K .: Knowledge, 2010. - 502 p.
6. Kutsenko V.I. Environmental security - a prerequisite of the tourism industry's economy. Office. Innovation. - 2010. - №1 (3). - Access: http://tourlib.net/statti_ukr/kucenko2.htm
7. Malska M.P. Tourism Economics: Theory and Practice [text]: textbook. / M.P. Malska, M.I. Rutynskyy, S.V. Belous, N.L. Mandyuk. - K., «Center of educational literature», 2014. - 544 p.
8. Mihuschenko Y. Methods of assessing the competitiveness of the tourism sector of Ukraine / Y.V. Mihuschenko. // Economy. Office. Innovation. - 2013. - № 1. - Access: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/eui_2013_1_39.pdf.
9. Nezdoyminov S.G. «Green» vector of regional tourism. / S.G. Nezdoyminov. // Journal of Social and Economic Research. - 2012. - Vol. 2 (45). - P. 348-353.
10. Oliynyk Y.B. Fundamentals of ecology: textbook / Y.B. Oliynyk, P.G. Shishchenko, A.P. Gavrilenkov. - K: Knowledge, 2012. - 558 p.
11. On the General Scheme of Planning in Ukraine. Law of Ukraine of 07.02.2002 № 3059-III- Access: http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/3059-14/print1360750552116052
12. The development of tourist business in the region: [teach. user] / I.M. Shkola, T.N. Orehovska, A.P. Korolchuk, V.F. Kyfyak; Ed. I.M. Shkola. - Chernivtsi Books - XXI, 2007. - 292 p.
13. Strategies and mechanisms for strengthening spatial and structural competitiveness of the region: monograph / Ed. A.I. Mokiy, T.G. Vasyltsiva. - Lviv: League Press, 2010. - 488 p.
14. Tsaryk L.P. Ecological and geographical analysis and evaluation areas: theory and practice. / L.P. Tsaryk. - Ternopol: Educational book - «Bogdan», 2006. - 256 p.
15. Sharko V. Environmental safety as an integral part of tourism development Scientific Bulletin of Kherson State University. Series: Economics. - 2014. - Issue 6, Paragraph 4. - P. 113-116.

УДК 375.85:27-523.6 (477.83)

Теліш Павло Степанович,
кандидат географічних наук
Львівський національний університет імені Івана Франка, м. Львів, Україна

Каднічанський Дмитро Анатолійович
кандидат географічних наук, доцент
Львівський національний університет імені Івана Франка, м. Львів, Україна,
e-mail: dimakad@ukr.net

Завадовський Тарас Богданович
Львівський національний університет імені Івана Франка, м. Львів, Україна

ЗНАЧЕННЯ ДОБРОМИЛЬСЬКОГО ВАСИЛІАНСЬКОГО МОНАСТИРЯ ДЛЯ РОЗВИТКУ ПАЛОМНИЦЬКОГО ТУРИЗМУ

Останнім часом на Львівщині великого значення набув релігійний туризм. Цей вид туризму включає паломницький, і розвивається на основі збережених культових споруд.

Мета статті – дослідити історію та аспекти використання в туризмі Добромильського василіанського монастиря.

Методологія. У процесі дослідження опрацьовано літературні та архівні джерела, проведено польові дослідження.

Результати дослідження. Розглянуто основні етапи розвитку монастиря, аспекти використання в туризмі у минулому та на сучасному етапі. Добромильський монастир є вагомим сакральним осередком, який, поступово відновлюючись після закриття у радянську добу, може стати значним паломницьким центром.

Наукова новизна проведеного дослідження полягає в тому, що авторами на

основі опрацювання джерел та проведення польових досліджень обґрунтовано перспективні напрями використання Добромильського монастиря у туризмі.

Практичне значення. Розроблено і апробовано туристичний маршрут «Сакральні об'єкти Старосамбірщини», куди включено Добромильський монастир.

Ключові слова: релігійні споруди, монастирі, релігійний туризм, паломництво, Добромильський монастир, сакральні центри.

УДК 375.85:27-523.6 (477.83)

Телиш Павел Степанович,
кандидат географических наук
Львовский национальный университет имени Ивана Франко г. Львов, Украина

Кадничанський Дмитрий Анатольович,
кандидат географических наук, доцент
Львовский национальный университет имени Ивана Франко г. Львов, Украина, e-mail: dimakad@ukr.net

Завадовский Тарас Богданович
Львовский национальный университет имени Ивана Франко г. Львов, Украина

ЗНАЧЕНИЕ ДОБРОМЫЛЬСКОГО ВАСИЛИАНСКОГО МОНАСТИРЯ ДЛЯ РАЗВИТИЯ ПАЛОМНИЧЕСКОГО ТУРИЗМА

В последнее время на Львовщине большое значение приобретает религиозный туризм. Этот вид туризма включает паломнический и развивается на основе сохранившихся культовых сооружений.

Цель статьи - исследовать историю и аспекты использования в туризме Добромыльского василианского монастыря.

Методология. В процессе исследования обработано литературные и архивные источники, проведены полевые исследования.

Результаты исследования. Рассмотрены основные этапы развития монастыря, аспекты использования в туризме в прошлом и на современном этапе. Добромыльский монастырь является весомым сакральным центром, который, постепенно восстанавливаясь после закрытия в советское время, может стать значительным паломническим центром.

Научная новизна проведенного исследования заключается в том, что авторами на основе обработки источников и полевых исследований обоснованно перспективные направления использования Добромыльского монастыря в туризме.

Практическое значение. Разработана и апробирована туристический маршрут «Сакральные объекты Старосамборщины», куда включен Добромыльский монастырь.

Ключевые слова: религиозные сооружения, монастыри, религиозный туризм, паломничество, Добромыльский монастырь, сакральные центры.

УДК 375.85:27-523.6 (477.83)

Telish Pavlo Stepanovych,
Candidate of Geography Sciences
Lviv National University Lviv, Ukraine

Kadnichanskyy Dmitry Anatoliiovych
Candidate of Geography Sciences, Associate Professor
Lviv National University, Lviv, Ukraine, e-mail: dimakad@ukr.net

Zavadovsky Taras Bohdanovych
Lviv National University Lviv, Ukraine

VALUE DOBROMYL BASILIAN MONASTERY DEVELOPMENT PILGRIMAGE TOURISM

Recently religious tourism has become of a great importance in L'viv region. This type of tourism involves pilgrimage, and its development is based on the preserved sites of worship.

The purpose of this article is to investigate the history and some aspects of the tourism use of Dobromyl Basilian monastery.

Methodology. The literary and archive sources were elaborated, field research was conducted.

Research results. The main stages of the monastery development, some aspects of its use in the past and nowadays are discussed. Dobromyl monastery is an important sacred center, which is gradually recovering after the closure in the Soviet era, has a potential to become a significant pilgrimage center.

Scientific newness. Authors have grounded the perspective ways of Dobromyl monastery use in tourism based on the conducted research.

Practical aspects. The tourist route "Sacral objects of Staryy Sambir district" was elaborated and tested. Dobromyl Monastery is also included in this route.

Keywords: religious buildings, monasteries, religious tourism, pilgrimage, Dobromyl monastery, sacred centers.

Постановка проблеми. Туризм має вагоме значення в життєдіяльності суспільства. Його продуктивний розвиток значною мірою залежить від наявних ресурсів. Серед них чільне місце посідають історико-культурні пам'ятки, які часто виступають головною складовою в організації різних видів туризму. Загалом передгірська і гірська частина Львівщини відзначаються значною концентрацією пам'яток історико-культурної спадщини. Висока цінність цих пам'яток неодноразово була підтверджена світовою спільнотою, про що свідчить хоча б віднесення дерев'яних храмів до Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО.

У Передкарпатті й Карпатському регіоні переплелися різні національні культури, які залишили численні культові споруди і поховальні пам'ятки, що робить наш край унікальним з точки зору його туристичної перспективи. Проте, досі чимало унікальних пам'яток, зокрема культових споруд, які б могли привабити туристів знаходяться в занедбаному стані, залишаються маловідомими й недослідженими.

Від часу здобуття незалежності України значного розвитку чи радше відновлення на Львівщині набув релігійний туризм – відвідування сакральних споруд з паломницькою або ознайомчою метою [1, 21–22]. Цей вид туризму включає паломницький, і розвивається на основі збережених культових споруд. У гірській і передгірській частині Львівщини (етнографічний район Бойківщина, А. Данилюк, 2004) культових споруд, збудованих до XVI ст. залишилось небагато. Поряд із великим монастирським комплексом Лаврівського монастиря до наших днів зберігся і Добромильський василіанський монастир, який був і залишається вагомим центром розвитку християнства на теренах Галичини.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Історії монастиря присвячено чимало праць істориків, зокрема, М. Площанского, А. Данилюка, І. Крип'якевича, М. Кріля, Я. Малицького, Л. Цегельського, В. Мороза. Проте, питання використання монастиря у туристичній діяльності

дослідниками практично не піднімалися.

Постановка завдання. Спробуємо у даній статті розглянути основні етапи розвитку монастиря, аспекти використання в туризмі у минулому та на сучасному етапі.

Виклад основного матеріалу. Будівництво Добромильського василіанського монастиря розпочалося коштом шляхетського роду Гербуртів у XVI ст. У XVII ст. комплекс монастиря значно розбудували у стилі рококо. У 1705 р. між тодішнім ігуменом Васіяном Лучинським і будівничим з Ярослава Яковом Мавровичем була укладена угода про спорудження монастирської церкви св. Онуфрія. У 1731 р. поряд з церквою звели двоповерхові монастирські приміщення (келії), а в 1757 р. закінчили будівництво монастирської дзвіниці [8, 132]. На суспільне життя регіону, у тім числі і на монастирі, значний відбиток мали перехід Галичини під владу Австрії (згодом Австро-Угорщини) та реформи, відомі під назвою "Йосифінської касації". Закон від 29 листопада 178 р. наказував ліквідувати монастирі, які не займалися лікарською, доброчинною чи шкільною справою і мали менше ніж вісім монахів [8, 178].

Добромильський монастир, в якому концентрувалися найкращі василіанські сили того часу, і звідки виходили висококваліфіковані кадри для всієї Галичини і Закарпаття, вистояв. У першій половині XIX ст. у монастирі була багата бібліотека (понад 700 книг, з яких 74 церковнослов'янською мовою), одне гарне кириличне Євангеліє і чимало гарних ікон [5]. У 1805-1831 рр. у монастирі реконструйовано старі і збудовано нові споруди. Протягом XIX ст. зазнав суттєвих змін і зовнішній вигляд монастиря. Оскільки в обителі відчувалася значна вологість через високий рівень ґрунтових вод, то у 1868 р. було прокладено осушувальний канал. У 1867-1870 рр. у монастирі працював відомий майстер з Пряшева (Словаччина) Михайло Федорчак, який виготовив новий іконостас, престол і два вівтарі [8, 179]. Загальний розпис церкви зробив відомий на той час львівський художник Мартин Яблонський [6].

У 1882 р. Добромиль за ухвалою папи Лева XIII став місцем проведення василіанської реформи, яка офіційно тривала до 1904 року. 3 червня цей монастир був переданий єзуїтам. Проведення реформи було неоднозначно зустріте українським суспільством. Тогочасна преса писала, що 30 квітня 1885 року посольство мешканців Добромиля під керівництвом проф. І. Шараневича у Відні на аудієнції в цісаря доводило безправність передачі монастиря єзуїтам [12]. Серед перших реформованих василіан, що розпочали студії у Добромилі, були відомий церковний композитор Мелетій Лончина, протоархімандрит Діонісій Ткачук, протоігумени Платонід Філяс, Марко Галущинський, Атанасій Калиш, єпископ Сотер Ортинський. Згодом на лівій стіні біля входу до церкви було встановлено пам'ятну таблицю, яка була знищена з приходом більшовицької влади [8, 229–230].

28 травня 1888 р. до новіціату у Добромилі вступив молодий граф Роман Шептицький. В монастирі спочатку як новик, згодом як брат

Андрій, а в кінці – після складання монаших обітниць – як монах-священик, виконував монастирські обов'язки, вчився богослов'я та здавав іспити. Згодом завдяки таланту і праці став доктором теології та інструктором для новиків [10, 16–17]. У 1888 р. А. Шептицький придбав у Добромилі старий іконостас, який став одним з перших експонатів Національного музею, створеного згодом митрополитом. Врятував пам'ятку мало не з вогню, бо тодішні священики у провінції зазвичай спалювали затерті чи вкриті кіптявою ікони [3, 30].

Таблиця 1

Перелік першочергових заходів для розвитку туризму на Добромильщині у 1939 р.

Перелік заходів	*Отримані вигоди*	*Орієнтовний бюджет (у тогочасній валюті, злотих)*
Впорядкування вул. Кляшторної, будова дорожнього полотна (близько 2 км), двох мостів, створення об'єкту для прийняття соляних ванн.	Покращення доступу до руїн замку Гербуртів і василіанського монастиря, доступ до територій з умовами для літнього відпочинку і водночас для розвитку лижного спорту взимку	15 000
Отримання кредиту з метою переобладнання десяти будинків для закладів відпочинку (проживання в літній період)	забезпечення нічліжної бази	7 000
Будівництво інженерних споруд на р. Вирва	регулювання р. Вирви, запобігання паводкам і повеням	4 500

Одну з перших спроб організованого туризму в околицях Добромиля описує історик Іван Крип'якевич. У 1883-1889 р. львівське «Академічне братство» створило «мандрівничий» комітет, який організовував туристичні мандрівки для української академічної молоді. Під час одної з таких мандрівок туристи відвідали і Добромильський монастир. Мандрівка проходила за маршрутом: Перемишль – Добромиль – Устріки – Лімна – Турка – Розлуч – Смільна – Підбуж – Дрогобич. Учасники їхали за свій кошт і серед них згадуються Антоневич, Бобикевич, Грицина, Е. Гуталевич, Дрималик, Козакевич (керівник мандрівки), Лев, Мицавка, Євген Петрушевич, Кирило Трильовський. Мандрівка почалася 1 серпня у Перемишлі, де студенти дали концерт. Наступного дня виїхали до Добромиля, де також дали музичний вечір у лісі поблизу саліни в Ляцку. 3 серпня учасники відвідали церкву і монастир, що були тоді під наглядом єзуїтів. Всюди було видно взірцевий порядок і акуратність. У коридорах монастиря висіли портрети фундаторів і жертводавців монастиря – Гербуртів і Потоцького – канівського старости [7, 12–14].

На початку XX ст. монастир і церква внаслідок сирості у

приміщеннях почали занепадати. Значно знизилась і кількість прочан-паломників. Монастир пустував із 1910 р., але згодом у 1928 р. пам'ятку було відновлено. Загальний кошторис робіт становив величезні на ті часи кошти – понад 15 тис. доларів США. У пам'ятці розмістили насамперед філософські, а згодом вищі гімназійні студії ЧСВВ. У 1930-их рр. святиню відвідували чимало відомих людей (громадський і політичний діяч, журналіст, публіцист та літератор Осип Назарук та ін.) [11]. Поступово почала зростати і кількість прочан-паломників, що відвідували монастир у часі відпустів на свято Преображення 19 серпня і Воздвиження Чесного хреста 27 вересня [2].

Цікаво зазначити, що розвиток Добромильського монастиря, як туристичного об'єкта, підтримувала і тодішня польська влада, яка загалом не надто прихильно ставилася до греко-католицьких монастирів. Про це свідчить перелік заходів, що планувався здійснити для покращення туристичної привабливості Добромильщини [13].

У міжвоєнний період найбільш відвідуваним і найвідомішим осередком паломництва у Західній Бойківщині стала Кальварія Пацлавська. Відомості про це паломницьке місце сягають дуже давніх часів. Відомо, що вже на початку XIV ст. була в Пацлаві (нині територія Польщі поблизу кордону з Україною) дерев'яна церква св. Симеона Стовпника, яка була неодноразово перебудовувана 1611, а згодом у 1921 р. У цій церкві була дуже давня ікона Пречистої Діви Марії з 1409 р. Кожного року до Пацлава прибувало чимало прочан і тому Апостольська столиця наділила це місце відпустами 1-3 травня, 12-13 червня, 1-2, 11-12 серпня, 11-14 вересня. Ще наприкінці XIX ст. збудовано нову велику муровану церкву і чудотворну ікону перенесено сюди. У 1923 р. організовано Хресну дорогу, яку щороку відвідували тисячі паломників. Найбільшого розвитку Кальварія Пацлавська набула за часів єпископства перемиського єпископа Йосафата Коциловського і добромильського декана, пароха с. Військо Йосифа Мариновича [9]. Найбільше число паломників приходило на Кальварійську гору 11-15 серпня і 11-14 вересня [2]. У той же час, дещо менше прочан відвідувало і Добромиль.

У 1946 р. Добромильський монастир був ліквідований. Цінну бібліотеку й архіви монастиря розділили і вивезли, повний віз книжок згорів у котельні Добромильської пивоварні [8, 382]. Останнього ігумена о. Макарія Розумійка ще влітку 1945 р. заарештували і засудили на 10 років концтаборів. Будівлі закритого монастиря у 1950-1992 рр. використовували як жіночий психоневрологічний інтернат. За цей час монастирська церква св. Онуфрія, монаші келії та господарські приміщення перетворилися на справжні руїни [8, 382]. Така ж доля спіткала згодом і Кальварію Пацлавську. На кальварійській горі залишився лише римо-католицький монастир.

У вересні 1992 р. монастир повернули василіанам. З цього часу почалося поступове відновлення монастирського комплексу і пожвавився паломницький рух. Відбудовано центральну церковну баню, перекрито дах

церкви (рис.). Хоча і зараз у монастирі проводяться відновлювані будівельні роботи, численні туристи-паломники відвідують це благословенне місце. Знову, як і у період перед війною, в свята Преображення Господнього і Воздвиження Чесного Хреста щороку відбуваються велелюдні відпусти.

Відновлення Добромильського монастиря як важливого осередку паломницького туризму на Львівщині без сумніву мусить продовжуватись. Цьому сприятиме низка природних, історико-культурних і соціальних чинників. Монастир розташований у досить збережених у природному відношенні мальовничих, ландшафтах. Природні умови також сприятимуть подальшому розвитку тут паломницького туризму. У недалекій околиці розташована низка цікавих об'єктів, які за умови відповідного розвитку інфраструктури здатні привабити сюди паломників і туристів. Це і залишки замку Гербуртів і приміщення давньої солеварні, на території якої споруджено меморіал жертвам, помордованим більшовиками у Добромильській тюрмі у 1941 р. Цікавими є і навколишні бойківські села, які мають вагоме значення для збереження історико-культурної спадщини.

Рис. 1. Зовнішній вигляд Добромильського монастиря у вересні 2014 р. , (Світлина Дмитра Каднічанського)

Розвитку комплексу Добромильського монастиря сприятиме і відкриття пункту пропуску на українсько-польському кордоні в Нижанковичах (Мальговичах), яке планується до кінця 2015 р. Вагоме значення мають і перші спроби проведення етнокультурних фестивалів, зокрема Днів Добросусідства (проводяться щороку поблизу кордону, де немає діючих пунктів пропуску).

Розвиток і відновлення комплексу Добромильського монастиря доцільно проводити враховуючи досвід розташованого неподалік

комплексу католицького монастиря у Кальварії Пацлавській. Цей монастир, що розташований у дуже подібних природних умовах, перетворився останніми роками не лише на місце паломництва, а й на визначний регіональний культурний та туристичний центр. Щороку весь літній сезон на території комплексу відбуваються багатолюдні заходи, в яких беруть участь не лише паломники, а й туристи з віддалених місцевостей, а часто й з-за кордону. У квітні тут відбувається Хресна дорога і відкриття сезону мотоциклістів. У травні – відпуст, регіональна проща для пожежників та урочистість з нагоди Вознесіння Господнього. Найбільша кількість туристів приїжджає сюди в літні місяці. Щороку у червні чимало туристів-паломників приймає участь у реколекціях для гірських провідників, урочистостях з нагоди Зіслання Святого Духа, і у відпусті до Св. Антонія. Крім цього, щороку, в останніх днях червня проводиться щорічна проща в наміренню тверезості. Багатолюдні урочистості у монастирі о. Францисканців відбуваються у липні – щорічна молодіжна зустріч "Месія –Воля". Найбільший кальварійський відпуст відбувається тут щороку 11-15 серпня. У вересні – проща для донорів крові, малий відпуст (13-14 вересня), проща для працівників охорони здоров'я та урочисте відзначення річниці посвячення храму в Кальварії Пацлавській. У жовтні відбуваються урочистості присвячені Св. Франциску та закриття сезону мотоциклістів на Прикарпатті [14]. Річний цикл урочистостей триває всю теплу пору року і характеризується привабливістю не лише для паломників, а й для туристів.

На сьогодні найбільш реальні можливості щодо збереження історичної та етнокультурної спадщини регіону та розвитку подібних монастирських комплексів існують лише в межах природно-заповідного фонду (ПЗФ). Серед усіх категорій ПЗФ в Україні найкращі можливості для збереження історичної і етнокультурної спадщини та розвитку релігійного чи паломницького туризму мають національні природні парки (НПП) та регіональні ландшафтні парки (РЛП). До речі, досвід нашого найближчого сусіда також використовує подібну практику. Територія кальварійського монастирського комплексу увійшла до створеного 2001 року лісового ландшафтно-культурного резервату "Кальварія Пацлавська", площею 173,18 га [15]. Подібний природоохоронний об'єкт варто створити і на Добромильщині.

Висновки. Отже, комплекс Добромильського монастиря, який має багатовікову історію, розташований у дуже сприятливих природних умовах, повинен у майбутньому стати місцем паломництва і розвиватися як регіональний паломницько-туристичний центр західної частині Львівщини. На сьогодні цей розвиток можливий у рамках природоохоронного статусу, враховуючи досвід центрів, розташованих у подібних природних умовах, використовуючи переваги прикордонного розташування. Для цього необхідні Божа допомога і спільні зусилля органів державної і духовної влади, науковців і місцевих жителів.

Список використаних джерел:

1. Безручко Л.С. Методика оцінки історико-культурних ресурсів: навч. посіб /Л.С. Безручко. – Львів, 2013. – 164 с.
2. Відпуст в церкві оо. Василіан у Добромилі // Бескид. – Ч. 6 (165) від 30 жовтня 1932.
3. Волков М. Митрополит Шептицький показав 10 тисяч ікон і стародруків / М. Волков // Країна. – №47(200). – 5 грудня 2013. – С. 30.
4. Данилюк А.Г. Народна архітектура Бойківщини. Житлове будівництво / А.Г. Данилюк. – Львів: НВФ „Українські технології”, 2004. – 168 с.
5. Добромиль: монастырь чина Св. Василия Великого и несколько слов об отношениях города / Венедикт М. Площанский. Львов: Типография Ставропигийского института, 1867. – 48 с.
6. Добромильський василіанський монастир св. Онуфрія. Буклет. – Жовква, 2003.
7. Крип’якевич І. З історії галицького краєзнавства / Іван Крип’якевич. – Львів: Друкарня НТШ, 1932. – С. 12–14.
8. Кріль М.М. Старосамбірщина: історія і культура / М.М. Кріль. – Львів: Піраміда, 2009. – 600 с.
9. Малицький Ярослав. З історії села Військо /Я. Малицький / Закована молодість. – Л.: Каменяр, 1994. – С. 56–63.
10. Цегельський Л. Митрополит Андрій Шептицький: короткий життєпис і огляд його церковно-народної діяльності / Л. Цегельський. – Львів: Місіонер, 1995. – 80 с.
11. Мороз В. Добромиль – перлина українського Підгір’я / В. Мороз // RISU. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://risu.org.ua/ua/relig_tourism/religious_region/44827/.
12. Echo z nad Sanu. Organ miejscowy dla ziemi przemyskiej i sanockiej від 10 травня 1885 року. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.pbc.rzeszow.pl/dlibra/publication?id
13. Gorowski H. Charakterystyka powiatu Dobromil i potrzeby letniskowo-turystyczne // Nasze zdroje i letniska. – 1939. – N3. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://sanockabibliotekacyfrowa.pl/dlibra/docmetadata?id=71.
14. Kalwaria Paclawska. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.kalwariapaclawska.pl/index.html.
15. Zespol parkow krajobrazowych w Przemyszlu – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.zpkprzemysl.pl/index.php?fsid=1&t=informacje_ogolne.

Список использованных источников:

1. Безручко Л.С. Методика оценки историко-культурных ресурсов: учеб. пособие /Л.С. Безручко. - Львов, 2013. - 164 с.
2. Отпуст в церкви оо. Василиан в Добромыле // Бескид. - Ч. 6 (165) от 30 октября 1932.
3. Волков М. Митрополит Шептицкий показал 10000 икон и старопечатных книг / М. Волков // Страна. - №47 (200). - 5 декабря 2013 - С. 30.
4. Данилюк А.Г. Народная архитектура Бойковщини. Жилищное строительство / А.Г. Данилюк. - Львов: НПФ "Украинские технологии", 2004. - 168 с.
5. Добромыль: монастырь чина Св. Василия Великого и несколько слов об отношениях города / Бенедикт М. Площанский. Львов: Типография Ставропигийского института, 1867. - 48 с.
6. Добромыльский василианский монастырь св. Онуфрия. Буклет. - Жовква, 2003.
7. Крипьякевич И. Из истории галицкого краеведения / Иван Крипьякевич. - Львов: Типография НОШ, 1932. - С. 12-14.
8. Криль М.М. Старосамборщина: история и культура / Н.Н. Криль. - Львов: Пирамида, 2009. - 600 с.
9. Малицкий Ярослав. Из истории села Войско / Я. Малицкий / закованных молодость. - Л .: Каменщик, 1994. - С. 56-63.
10. Цегельский Л. Митрополит Андрей Шептицкий: краткое жизнеописание и обзор его церковно-народной деятельности / Л. Цегельский. - Львов: Миссионер, 1995. - 80 с.
11. Мороз В. Добромыль - жемчужина Украинский Подгорье / В. Мороз // RISU. -

[Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://risu.org.ua/ua/relig_tourism/religious_region/44827/.
12. Echo z nad Sanu. Organ miejscowy dla ziemi przemyskiej i sanockiej от 10 мая 1885. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://www.pbc.rzeszow.pl/dlibra/publication?id
13. Gorowski H. Charakterystyka powiatu Dobromil i potrzeby letniskowo-turystyczne // Nasze zdroje i letniska. - 1939. - N3. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://sanockabibliotekacyfrowa.pl/dlibra/docmetadata?id=71.
14. Kalwaria Paclawska. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://www.kalwariapaclawska.pl/index.html.
15. Zespol parkow krajobrazowych w Przemyszlu - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: http://www.zpkprzemysl.pl/index.php?fsid=1&t=informacje_ogolne.

References:

1. Bezruchko LS Methods of assessing the historical and cultural resources, teach. /L.S guidances. Bezruchko. - Lviv, 2013. - 164 p.
2. Dismissal of the church oo. Basilian in Dobromyl // Beskid. - Part 6 (165) of October 30, 1932.
3. Volkov M. Metropolitan Sheptytsky showed 10,000 icons and old books / Volkov // Country. - №47 (200). - December 5, 2013. - P. 30.
4. Danyluk AG Folk architecture Boykivshchyna. Housing / AG Danyluk. - Lviv: Firm "Ukrainian technologies", 2004. - 168 p.
5. Dobromyl: magnitude of Monastery of St. Basil the Great and respects Several words about the city / M. Benedict Ploschanskyy. Lions: Typography Stavropyhyyskoho institute, 1867. - 48 p.
6. Dobromyl Basilian monastery of St. Onufriya. Booklet. - Zhovkva, 2003.
7. Krypiakevych I. History of Galician local history / John Krypiakevych. - Lviv: NTSh Printing Office, 1932. - P. 12-14.
8. Krill MM Starosambirschyna: history and culture / MM Krill. - Lviv: Pyramid, 2009. - 600 p.
9. Jaroslav Malicki. History villages army / I. Malicki / Zakovana youth. - L .: Mason, 1994. - P. 56-63.
10. Tsehelskyi LA Metropolitan Andrey Sheptytsky: a short biography and overview of his church and people's activity / L. Tsehelskyi. - Lvov: missionaries, 1995. - 80 p.
11. V. Moroz Dobromyl - the pearl of Ukrainian Pidgir'ya / V. Moroz // RISU. - [Electronic resource]. - Access: http://risu.org.ua/ua/relig_tourism/religious_region/44827/.
12. Echo z nad Sanu. Organ miejscowy dla ziemi przemyskiej i sanockiej of 10 May 1885. - [Electronic resource]. - Access: http://www.pbc.rzeszow.pl/dlibra/publication?id
13. Gorowski H. Charakterystyka powiatu Dobromil i potrzeby letniskowo-turystyczne // Nasze zdroje i letniska. - 1939. - N3. - [Electronic resource]. - Access: http://sanockabibliotekacyfrowa.pl/dlibra/docmetadata?id=71.
14. Kalwaria Paclawska. - [Electronic resource]. - Access: http://www.kalwariapaclawska.pl/index.html.
15. Zespol parkow krajobrazowych w Przemyszlu - [electronic resource]. - Access: http://www.zpkprzemysl.pl/index.php?fsid=1&t=informacje_ogolne.

УДК 338. 48-6: [82+2] (477.53)

Борисова Оксана Володимирівна,
кандидат географічних наук,
доцент

Національного педагогічного університету
імені М.П.Драгоманова, м. Київ, Україна,
e-mail: mariaborysova@gmail.com

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЛІТЕРАТУРНОГО ТА РЕЛІГІЙНОГО ТУРИЗМУ НА ГАДЯЧЧИНІ

Мета. Розглянути перспективи розвитку літературного та релігійного туризму в Гадяцькому районі Полтавської області. Підкреслити їхнє місце як суспільно важливої складової ідеології державотворення та національного відродження, їхнє значення у безперервному обміні духовно-культурними цінностями.

Результати. Розглянуто храмові споруди району як об'єкти екскурсійно-пізнавального релігійного туризму, представлені різними стильовими течіями та напрямками, характерними для вітчизняного зодчества. Виявлено проблеми, що істотно гальмують розвиток релігійного і літературного туризму в районі. Зазначено невідкладні заходи щодо їх вирішення. Окрема увага приділена перспективам розвитку міжнародного паломницького туризму.

Наукова новизна. Проаналізований історико-культурний та сакрально-духовний потенціал Гадяччини як чинника розвитку літературного та релігійного туризму і забезпечення сталого розвитку регіону.

Практична значимість. Розглядаються теоретичні та методологічні можливості використання літературного та релігійного туризму в навчально-виховному процесі на прикладі конкретного регіону.

Ключові слова: літературний, релігійний туризм, Гадяччина.

УДК 338. 48-6: [82+2] (477.53)

Борисова Оксана Владимировна,
кандидат географических наук,
доцент

Национального педагогического университета имени М.П.Драгоманова, г. Киев, Украина, e-mail: mariaborysova@gmail.com

ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЛИТЕРАТУРНОГО И РЕЛИГИОЗНОГО ТУРИЗМА НА ГАДЯЧЧИНЕ

Цель. Рассмотреть перспективы развития литературного и религиозного туризма в Гадяческом районе Полтавской области. Подчеркнуть их место как общественно важной составляющей идеологии государствообразования и национального возрождения, их значение в непрерывном обмене духовно-культурными ценностями.

Результаты. Рассмотрены храмовые сооружения района как объекты экскурсионно-познавательного религиозного туризма, представленные разными стилями и направлениями, характерными для отечественного зодчества. Обнаружены проблемы, существенно тормозящие развитие религиозного и литературного туризма в районе. Определены первоочередные меры для их разрешения. Отдельное внимание уделено перспективам развития международного паломнического туризма.

Научная новизна. Проанализирован историко-культурный и сакрально-духовный потенциал Гадяччины как фактора развития литературного и религиозного туризма и обеспечения устойчивого развития региона.

Практическая значимость. Рассматриваются теоретические и методологические возможности использования литературного и религиозного туризма в учебно-воспитательном процессе на примере конкретного региона.

Ключевые слова: литературный, религиозный туризм, Гадяччина.

UDC 338. 48-6: [82+2] (477.53)

Borisova Oksana Volodymyrivna,
Candidate of Geography Sciences,
Associate Professor

M.P.Drahomanov
National Pedagogical University, Kyiv,
Ukraine, e-mail: mariaborysova@gmail.com

PROSPECTS OF DEVELOPMENT OF LITERARY AND RELIGIOUS TOURISM IN GADYACH REGION

Purpose. Consider the prospects of development of literary and religions tourism in Gadyach region. It emphasizes their place as an important component of the social ideology

of state formation and national revival, its importance in the continuous exchange of spiritual and cultural values.

Results. It is considered the temple construction of the region as the objects of excursion and cognitive religious tourism, giving examples of different styles typical for the native architecture. This article also depicts the problems, which are harmful for the development of religious and literary tourism in the region. Identifies the priority measures to resolve them. Considerable attention is given to the prospects of development of international pilgrimage tourism.

Scientific novelty. Analyzes the historical-cultural and sacral-spiritual potential of Gadyach region as a significant factor in religions and literary tourism development and sustainable development of the region itself.

Practical meaningfulness. This article deals with theoretical and methodological possibilities of use literary and religious tourism in the educational process on the example of a particular region.

Key words: literary and religious tourism, Gadyach region.

Постановка проблеми та її актуальність. Людині XXI ст. загрожує втрата духовності в глобалізованому світі, розрив зі своїм глибоким етнонаціональним, культурним та релігійним корінням. Початок третього тисячоліття увійде в історію, з одного боку, як час величезних технічних досягнень, вражаючих здобутків телекомунікаційної революції, з іншого – зі сплеском люті, сконцентрованої у світових війнах, страшним руйнівним потенціалом міжетнічних конфліктів, міжнародним тероризмом. Майбутнє планети вирішальною мірою залежить від зрілості масової свідомості, рівня людських стосунків, що ґрунтуються на принципах толерантності, взаємовідповідальності, поваги до інших поглядів, цінностей, переконань, встановлення міжкультурного діалогу, зокрема екуменічного, в якому духовно-етнічні аспекти набувають особливого значення. Виняткова роль у забезпеченні такого діалогу належить видам туризму, завдяки яким відбувається безперервний обмін духовно-культурними цінностями – літературному та релігійному. Саме вони спрямовані на відродження духовності, історичної пам’яті, формування у громадян і, передусім, у молоді, любові до рідного краю, патріотизму, поваги до людини, відповідальності за збереження історико-культурних надбань. Розвиток літературного та релігійного видів туризму дає великий поштовх нації для широкого освітньо-пізнавального ознайомлення із духовними цінностями і надбанням минулого.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питанням визначення понять літературного і релігійного туризму, концептуальним засадам їх розвитку в регіонах України та світі присвячені праці вітчизняних вчених: А.Арсеньєва, В.Войналовича, С.Гаврилюка, О.Дудкіної, О.Любіцевої, Г.Нечипорука, З.Сапелкіної, Г.Самойленка, І.Філоненка та ін.

Метою статті є ознайомлення з основними центрами і об’єктами літературного та релігійного туризму і паломництва Гадяцького району, з’ясування тенденцій і перспектив розвитку означених видів туризму в районі в контексті сучасних глобалізаційних процесів.

Виклад основного матеріалу. Стратегія стійкого розвитку галузі туризму та рекреації в Україні передбачає залучення в процес створення національного туристичного продукту нових туристично привабливих територій. Яскравим прикладом гармонійного поєднання та співіснування природи та багатої історико-культурної, релігійної спадщини є малознаний і маловідомий Гадяцький район Полтавської області, який сміливо можна назвати районом-музеєм, районом-заповідником.

На гадяцькій землі писемність, література та фольклор почали розвиватися з давніх часів. До нас дійшло чимало зразків стародавньої писемності й усної народної творчості, що становлять гордість вітчизняної культури. Варто зазначити унікальний твір з історії Гадяцького краю, і не лише його, а й усієї України доби козаччини – твір полковника Гадяцького козацького полку Григорія Граб'янки, відомого на весь світ як *"Літопис Григорія Граб'янки, або літопис самовидця"*, написаний в середині XVII ст. в м. Гадячі.

Гадяцький край вважається колискою одного з відомих родів в Україні та світі – Драгоманівського, бо саме звідси починається історія славнозвісної родини, що «подарувала» світу Олену Пчілку, Михайла Драгоманова, Лесю Українку – незрівнянний букет талантів в галузі літератури – вчених, дослідників, педагогів, письменників, поетів, перекладачів, публіцистів. Батько Олени та Михайла – Петро Драгоманов ініціював створення в середині XIX ст. в м. Гадяч літературного товариства під назвою "Гадяцька трійця". Товариство у складі П.Драгоманова, М.Макаровського та А. Метлинського займалося перекладом творів французьких письменників, збирало та видавало народні твори, відкрило багато невідомих талантів, допомагаючи їм вийти на широку літературну ниву, займалося активною громадською діяльністю. Михайла Драгоманова з Гадяччиною пов'язують лише дитячі роки та навчання у місцевому повітовому училищі, в стінах якого сьогодні розміщується Гадяцька спеціалізована школа № 2, яка носить ім'я великого історика, філософа, літературознавця.

Доля Олени Пчілки тісно переплітається з малою батьківщиною. Після років навчання у Київському пансіоні шляхетних дівчат та волинського періоду життя вона повертається до рідного Гадяча, де починає займатися літературною працею. Зважаючи на часи, коли було заборонено все українське, Олена Пчілка сама писала для дітей оповідання, ігри, приповідки, загадки, колисанки, швидкомовки. В 1913 році вийшла друком книга для дітей *"Зелений гай"* – Вірші й казки – перша книжка, надрукована в Гадячі Земською друкарнею українською мовою.

Перебуваючи в рідному краї, О. Пчілка організовує аматорський дитячий театр, для якого пише дію *"Весняний ранок Тарасовий", "Казку зеленого гаю", "Дві п'єски для дитячого театру"*, започатковує гурток українознавства для шкільної молоді в стінах Гадяцької чоловічої гімназії, намагаючись відкрити дітям неоціненні скарби рідного слова та багатства

української літератури та культури. Разом із М.Старицьким і М.Комаровим укладає українсько-російський та російсько-український словники.

В роки революції та громадянської війни О. Пчілка редагує газету Гадяцького земства, значно розширивши її літературне наповнення. Зі сторінок газети головний редактор знайомила своїх земляків як з художнім доробком відомих українських письменників, так із першими пробами пера "поетів з народу", друкувала частину власної поетичної та прозової художньої спадщини. У своїх публіцистичних виступах висвітлювала найактуальніші та найболючіші проблеми українства, намагаючись боротися з національним нігілізмом та політичним конформізмом. Завдяки діяльності Ольги Петрівни маленьке, на той час, провінційне місто Гадяч стає осередком національно свідомих сил.

З літературною діяльністю О. Пчілки пов'язаний будинок редакції часопису *"Рідний край"*, у якому вона працювала в 1917 – 1919 рр. На жаль, споруда втратила первісний вигляд, але пам'ять відомої землячки увінчана меморіальною дошкою на одній з її стін. В означений період письменниця власним коштом продовжує видавати додаток до часопису – щомісячний журнал для дітей *"Молода Україна"* – перший і єдиний український журнал для дітей на території Російської імперії, заснований О. Пчілкою в 1908 році.

Гадяцький період творчості О. Пчілки ознаменований чималою підбіркою поетичних творів, серед яких *"Гай-Гай, мій гаю красний", "Остання квітка"*, написаний у формі українського сонета, *"Червоні корогви", "До Зеленого Гаю"* – одна з найкращих лірично сильних поезій авторки. Враження від провінційного життя в Гадяцькому повіті передані у творах *"Збентежена вечеря", "Півтора оселедця", "Золота писанка"*, комедії *"Світова річ"*. Надбання літературної спадщини О. Пчілки зберігаються і експонуються у Гадяцькому краєзнавчому музеї, опубліковані в численних збірках і можуть з успіхом використовуватися в процесі соціального виховання молоді.

Гадяцький край був не лише нивою літературної творчості письменниці, але й місцем єдиного у її житті тюремного ув'язнення. Після палкої промови на селянській Безпартійній конференції у травні 1920 року, семидесятирічна Олена Пчілка була заарештована і доправлена до Гадяцької в'язниці. Сьогодні в стінах цієї будівлі розміщується філіал Національного наукового центру "Інститут бджільництва" – провідний науковий заклад держави, завдяки чому Гадяч має статус неофіційної столиці вітчизняного бджільництва.

З родиною Косач-Драгоманових пов'язаний хутір Зелений Гай на околиці м. Гадяч, де в 1898 р. Оленою Пчілкою був побудований двоповерховий дачний будинок, ззовні схожий на Білий Будинок у Колодяжному. В будинку матері проводила літні місяці 1898, 1900-1906 рр. Леся Українка. Період перебування Л. Українки на Гадяччині займає значне місце в її житті і творчості – нею було написано понад 30 віршів, перекладів, статей, велика кількість листів. В 1898 році поетеса пише свої

твори *"У пустині", "Забута тінь",* легенду *"Прокляття Рахілі",* оповідання *"Пізно", "Над морем".* Попри хворобу, місяці, проведені у Зеленому Гаю, стають особливо плідними, радісними, сповненими творчого натхнення. Тут вона зустрічається із С.Мержинським – одним з кращих пропагандистів марксизму, за його порадою перекладає свою драматичну поему *"Блакитна троянда"* на російську мову, знайомиться з марксистською літературою.

З травня по вересень 1900 р. на хуторі Леся Українка готує до публікації в журналі *"Жизнь"* такі статті *"Два направления в новейшей итальянской литературе"* і *"Малорусские писатели на Буковине".* Протягом липня - серпня пише поезії *"Забуті слова", "Свята ніч", "Жертва", "Червоні легенди", "Епілог", "Ритми", "Де поділися ви, голоснії слова", "Якби оті промені золоті", "Єгипетські фантазії", "Талого снігу платочки сивенькиї", "Часто кажуть"*, дбає про облаштування громадської бібліотеки, яка сьогодні носить її ім'я, організовує фольклорно-етнографічну експедицію в Миргородський повіт для зібрання і записування народних дум. Гадяцьким літом 1902 року Л.Українка пише поезії *"Ти, як осінь, умреш, розіллєшся слізьми...", "Ні, ти не вмреш, ти щастя поховаєш...", "Осінь", "Осінній плач, осінній спів", "Останні квітки", "Плач Єремії", "Хто дасть моїм очам потоки сліз?".* Звідси, у 1903 році, разом з матір'ю письменниця їде до Полтави на відкриття пам'ятника І.П.Котляревському. З червня по серпень 1904 року, відвідуючи Зелений Гай, Л.Українка закінчує писати насичену революційним змістом драматичну поему *"Три хвилини"* з історії французької буржуазної революції, пише цикл революційних поезій – одні з найсильніших своїх творів – *"Напис в руїні", "Мріє, не зрадь! Я так довго до тебе тужила..."* та ін. В цей період Ф.С.Красицький – небіж Т. Г. Шевченка – малює її портрет. В 1906 р., перебуваючи на гостинах у матері, Л. Українка передає своєму чоловіку К.Квітці частину зібраних нею народних пісень, що зберігалися у родинному архіві, пише поезії *"Тиху задуму вечірнюю", "В холодну ніч самотній мандрівець".*

Наприкінці XIX ст. – початку XX ст. Зелений Гай стає осередком духовності й культури – тут збирається чимало членів родини Косач-Драгоманових та їхніх гостей, серед яких С.Мержинський, М.Коцюбинський, В.Стефаник, М.Старицький, Г.Хоткевич, В.Самійленко, П.Мирний, М.Лисенко. Запрошуючи до Гадяча свою буковинську подругу О.Кобилянську, Леся Українка писала їй з Берліна: "...їхати туди варто.., бо там побачити вже таку Україну, що "українішої" й нема..." [Шалагінова, 1992: С. 125].

Хутір Зелений Гай сьогодні перейменовано на Лесин Гай. На місці, де стояв будинок О.Пчілки, створено меморіальну зону: на честь сторіччя з дня народження Л.Українки встановлено обеліски з її портретом, а також портретами матері та дядька М.П.Драгоманова, побудована альтанка, відновлена "Лесина криниця". В лісі ще збереглися стежки, по яких їздила на двоколісці письменниця, місця, де вона творила. На співочому полі

щороку проводиться театралізоване свято "Дивоцвіт Лесиного Гаю" та фестиваль "Лесині джерела", які привертають увагу до творчості поетеси учасників різного віку з різних регіонів України. В 2013 р. в м. Гадяч на вулиці Гетьманській було закладено перший камінь в спорудження пам'ятника Лесі Українці за макетом відомого скульптора І.Кавалерідзе. Вулицю, на якій знаходилася садиба Драгоманових, а тепер встановлено пам'ятний знак, названо іменем геніальної доньки українського народу.

Помітний слід в українській літературі залишив Панас Мирний (Панас Якович Рудченко), дитячі роки та роки становлення якого як письменника-реаліста тісно пов'язані з Гадяцьким краєм. Батьки переїхали до м. Гадяча в 1858 році, приятелювали з родиною Драгоманових. Кількома роками пізніше, ніж П.Драгоманов, Панас закінчив Гадяцьке повітове училище і 14-ти річним юнаком влаштувався в Гадяцький суд, де пропрацював майже 10 років. Пізніше життя Гадяцького повіту кінця XIX ст. було детально описано ним у романі *"Хіба ревуть воли як ясла повні"*. Перебуваючи в краї П.Мирний пише статті з циклу *"Город Гадяч и его уезд"*, кореспонденцію *"Из Гадяча Полтавской губернии"*, веде щоденник, в якому записує свої враження, прагнення, надії.

На території району і в самому м. Гадячі в різні періоди побували Г.Сковорода і Т.Шевченко. У 1888 – 1889 рр., подорожуючи з Сум до Миргородського повіту, у місті зупинявся А.П.Чехов. Побувавши в Гадячі, змалював вчителів і вихованців місцевого повітового училища у своїй повісті *"Іван Федорович Шпонька і його тітонька"*, М.В.Гоголь. З краєм пов'язані імена українських письменників І.Я.Білика (брата П.Мирного), Н.Х.Онацького; відомих українських радянських журналістів – В.Т.Конвісара, К.Я.Прохоренка; радянського письменника-сатирика О.Є.Громова; українського радянського письменника М.П.Стороженка; відомих українських поетів В.П.Костирі, С.Т.Кириченка, З.Я.Біленка, Миколи Малахути та ін.

Наряду з розвитком літературного туризму Гадяцький район є перспективним, безпечним та привабливим для розвитку релігійного туризму та паломництва, і, навіть, на міжнародному рівні. На його території знаходиться близько 40 релігійних об'єктів, що належать до різних конфесій. Діючими є 24 православні храми, 8 з яких побудовані до 1910 р. Храмова архітектура району, що протягом віків формувала світогляд українця, гартувала націю, є унікальною і представлена різними стильовими течіями та напрямками, характерними для вітчизняного зодчества, – романтизм, еклектика, модерн та ін. Особливу групу становлять храмові будови початку XX ст., що відбивають пошук в архітектурі українського національного стилю. На Гадяччині подібними прикладами є муровані церковні споруди на честь Святої Покрови в селах Плішивець та Римарівка.

Римарівський храм, побудований у візантійському стилі у 1903 р., мав чотири аналоги в різних містах Російської Імперії, але на даний час зберігся лише один – церква Святої Покрови в Санкт-Петербурзі.

Впродовж 1991 – 1993 рр., після складних реставраційних робіт, церква – напівруїна перетворилася на величний храм, один з дев'яти парафій ПЦКП на Гадяччині.

За розмірами і монументальностями з Римарівським храмом може зрівнятися лише церква Святої Покрови в с. Плішивець. Протягом 1902 - 1906 рр. за ініціативою П.Левицького, першого митрополита української автокефальної православної церкви, в Плішивцях було зведено розкішний дев'ятибанний мурований храм за проектом відомого московського архітектора і художника І.С.Кузнєцова. Останній зумів не тільки відтворити в камені точну копію дерев'яної запорізької церкви, а й удосконалити загальний силует будови, наблизивши її до початкового вигляду Новомосковського собору в Дніпропетровській області. В часи Другої світової війни церква стала своєрідною фортецею, що захищала шлях до Гадяча. Про це нагадують численні кульові отвори в її стінах, які лишилися нащадкам як свідчення тих трагічних часів.

Об'єкти релігійного туризму відрізняються своєю оригінальністю, неповторністю, унікальністю, підтвердженням чого є один з найстаріших храмів Гадяччини і Полтавського краю – Свято-Покровська церква в с. Сари. Дерев'яна, двокупольна, хрещата церква була побудована в 1845 році на місці старої, що проіснувала понад 400 років. Новий храм будували не руйнуючи старого , що лишився в середині, з унікальними розписами та іконами. Свято-Покровська церква – шедевр українського національного храмобудування. Великий духовний і культурний інтерес представляють унікальні автентичні внутрішні розписи стін та стелі церкви Успіння Пресвятої Богородиці в с. Веприк. Розписи зроблені у власній манері місцевими художниками Біликами коштом парафіян у складні для українських церков 1917-1926 рр. Значна увага в релігійному туризмі завжди приділяється сакральним центрам – місцям з особливими властивостями, які з давніх-давен притягували людей в бажанні отримати в священному місці частинку святості, магічної сили, місця, які завжди були джерелом натхнення в народній творчості й мистецтві, чинником формування етнічної свідомості та ментальності. Сакральними центрами в Гадяцькому районі вважаються: цілюще джерело Івана Предтечі (Іванове джерело), яке в народі називають Холодним, Високе узгір’я – Красна Гірка в селі Малі Будища – місце, де був розташований Красногірський Миколаївський чоловічий монастир, та місце в с. Лютенька, де стояла окраса всієї гетьманщини – Запорізька Свято-Чепенська церква – перша кам'яна церковна споруда Гадяцького повіту, одна з найвизначніших пам'яток України козацької доби.

Гадяцький район – один з центрів старообрядництва на Україні. В селі Соснівка знаходиться церква Різдва Христового – один з п'ятидесяти старообрядних (древлеправославних) храмів нашої країни.

Гадяч, разом з Уманню, Бердичевом, Меджибіжем та іншими містами України, пов’язаний з історією хасидизму, захороненням цадиків – святих, глав хасидистських громад, які щорічно відвідують десятки тисяч

прочан – хасидів з різних країн світу. В місті у 1813 році на єврейському кладовищі було поховано генія і мудреця єврейського народу, великого авторитета у законах Тори, засновника нового напряму хасидизму Хабад, найталановитішого учня голови хасидського руху Дова Бера з Межиріччя – Рабіна Шнеура Залмана, завдяки якому хасидизм набув філософського та систематичного характеру. На місці захоронення рабіна збудовано усипальницю, яка постійно відкрита для його послідовників. Кожного року, в день смерті праведника, в Гадяч приїжджають до 10 тис євреїв. На кошти єврейської громади поблизу усипальниці побудовано велику синагогу, готель для паломників, встановлено пам'ятний знак на місці загибелі 600 євреїв у роки Другої світової війни. Отже, хасидизм – духовний феномен українського єврейства, завдяки розвитку релігійного туризму може і повинен стати новою сторінкою толерантних християнсько-іудейських, українсько-єврейських взаємовідносин.

Висновки. Стислий перелік об'єктів літературної та релігійної спадщини району дає можливість говорити про перспективи розвитку на його території окремих туристичних напрямків – літературного та релігійного туризму, що дозволять доторкнутися до святинь рідної землі, збережених у храмових спорудах, літературних творах, традиціях, звичаях, обрядах, піснях, переказах українського народу. На прикладах місцевого краєзнавчого матеріалу є можливість формувати у туристів високі естетичні смаки, уміння сприймати і оцінювати літературні твори, на прикладах окремих історичних осіб розкривати красу людських стосунків, душі, творчої праці тощо. Безумовно, реалізація можливостей, пов'язаних з розвитком означених видів туризму дозволить створити нові робочі місця, розвинути сільську та міську інфраструктуру, вирішити, до певної міри, комплекс проблем соціально-економічного порядку. І хоча адміністрація району певну увагу приділяє розвитку духовності, для повноцінної реалізації літературного та релігійного туризму на Гадяччині слід вжити ряд невідкладних заходів: інвентаризувати історико-культурні, сакрально-духовні місця, пам'ятки, які приваблюють туристів; активізувати роботу щодо пошуку інвесторів та залучення інших джерел фінансування для реставрації релігійних та літературних пам'яток; активізувати процес відтворення Чепенської церкви в с. Лютенька та перетворити її на історико-меморіальний комплекс – центр духовності та козацької слави району; перетворити на заповідну зону вулицю в м. Гадяч, що веде до Драгоманової гори, де стоїть будинок Панаса Мирного; відновити садибу Косач-Драгоманових в Зеленому Гаю з метою замкнути в єдине золоте кільце туризму усі пам'ятні місця Лесі Українки: Новоград-Волинський – Луцьк – с. Колодяжне – Київ – Гадяч; для популяризації літературного туризму управлінню культури райдержадміністрації ініціювати тематичні вечори, зустрічі з письменниками, поетами, краєзнавцями, науково-творчі конференції тощо; краєзнавчому музею м. Гадяч розробити низку туристичних маршрутів літературного та релігійного спрямування та забезпечити гідів, провідників туристичних груп, з метою популяризації

численних туристичних об'єктів району, тісно співпрацювати з друкованими та інтернет-виданнями туристичного спрямування; більшу уваги приділити паломницькому туризму, який не обслуговується в районі на належному рівні, адже саме паломництво повинно стати істотним каналом поповнення районного бюджету , сприяти створенню сучасної інфраструктури туризму.

Список використаних джерел:

1. Косач-Борисова, 1996 – Косач-Борисова І. Спогад про Олену Пчілку / І. Косач-Борисова // Українська культура. – 1992. – 16 липня. С. 8.
2. Костюк, 2010 – Костюк В. Гадяч: Краєзнавчі розвідки / В.Костюк. – К.: КВЩ, 2010. – 96 с.
3. Панасенко, 1992 – Панасенко А.Я. Гадяч. Історико-краєзнавчий нарис / А.Я.Панасенко. – Гадяч, 1992. – 124 с.
4. Шалагінова, 1992 – Шалагінова Л. Сестри (маловідомі сторінки родинного літопису сестер Лесі Українки та її матері Олени Пчілки) / Л.Шалагінова // Київ. – 1992. – № 3, с. 121-126
5. Пчілка, 1930 – Пчілка О. Автобіографія / О.Пчілка. – Харків, Рух, 1930. – 45 с.

Список использованных источников:

1. Косач-Борисова, 1996 – Косач-Борисова И. Воспоминание о Елене Пчилке / И. Косач-Борисова // Украинская культура. – 1992. – 16 июля. С. 8.
2. Костюк, 2010 – Костюк В. Гадяч: Краеведческие разведки / В.Костюк. – К.: КВЩ, 2010. – 96 с.
3. Панасенко, 1992 – Панасенко А.Я. Гадяч. Историко-краеведческий очерк / А.Я.Панасенко. – Гадяч, 1992. – 124 с.
4. Шалагинова, 1992 – Шалагинова Л. Сестры (малоизвестные страницы семейной летописи сестер Леси Украинки и ее матери Елены Пчилки) / Л. Шалагинова // Киев. – 1992. – № 3, с. 121-126
5. Пчилка, 1930 – Пчилка Е. Автобиография / Е.Пчилка. – Харьков, Рух, 1930. – 45 с.

References:

1. Kosach-Borisova, 1996 – Kosach-Borisova I. Spogad about Olena Pchilka / I. Kosach-borisova // Ukrainian culture. – 1992. – July, 16. P. 8.
2. Kostyuk, 2010 – Kostyuk V. Gadyach: Regional secret services / V.Kostyuk. – K.: KVSCH, 2010. – 96 p.
3. Panasenko, 1992 – Panasenko A.Y. Gadyach. Istoriko-kraeznavchiy essay / A.Y.Panasenko. – Gadyach, 1992. – 124 p.
4. Shalaginova, 1992 – Shalaginova L. Sestri (not popular pages of domestic chronicle of sisters of Lesya Ukrainian and his mother Olena Pchilka) / L.Shalaginova // Kyiv. – 1992. – № 3, p. 121-126
5. Pchilka, 1930 – Pchilka O. Avtobiografiya / O.Pchilka. – Kharkiv, Ruh, 1930. – 45 p.

УДК 911:[37.0:727.7(477.82)]

Павловська Тетяна Сергіївна,
кандидат географічних наук, доцент
Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки, м. Луцьк, Україна, e-mail: pavlovska2011@gmail.com

Чабанчук Микола Андрійович
Київський національний університет імені Тараса Шевченка, м. Київ, Україна, e-mail: chabanchuk@mail.ua

МУЗЕЇ ПРИ ЗАГАЛЬНООСВІТНІХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДАХ ВОЛИНСЬКОЇ ОБЛАСТІ: ХОРОЛОГІЧНИЙ ТА ХРОНОЛОГІЧНИЙ АСПЕКТИ

Метою статті є аналіз просторової організації мережі музеїв при загальноосвітніх навчальних закладах Волинської області та показників динаміки розвитку музейної справи у закладах освіти.

Методика. Застосовано такі методи дослідження як порівняльно-географічний, математичний, статистичний, графічний, картографічне моделювання.

Наукова новизна. Картографічно відображено географію музеїв при загальноосвітніх закладах Волині із зазначенням їхніх профілів, окремо створено картосхему поширення „Зразкових” музеїв області, розраховано та закартографовано показник частки загальноосвітніх навчальних закладів з музеями від загальної кількості таких закладів кожного адміністративного району, проілюстровано профільну структуру музеїв при загальноосвітніх навчальних закладах в розрізі адміністративних районів краю. Охарактеризовано роль цих музеїв у розвитку туристсько-краєзнавчої роботи регіону та обласного центру.

Практичне значення. Результати дослідження можуть бути використані при розробці програми розвитку туристсько-краєзнавчої роботи на Волині; фахівцями індустрії туризму для розробки туристичних маршрутів; у навчальних закладах при викладанні курсів туристського та краєзнавчого спрямування.

Ключові слова: музей, зразковий музей, профіль музею, загальноосвітні навчальні заклади.

УДК 911:[37.0:727.7(477.82)]

Павловская Татьяна Сергеевна, кандидат географических наук, доцент
Восточноевропейский национальный университет имени Леси Украинки, г. Луцк, Украина, e-mail: pavlovska2011@gmail.com

Чабанчук Николай Андреевич
Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко, г. Киев, e-mail: chabanchuk@mail.ua

МУЗЕИ ПРИ ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЯХ ВОЛЫНСКОЙ ОБЛАСТИ: ХОРОЛОГИЧЕСКИЙ И ХРОНОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТЫ

Целью статьи является анализ пространственной организации сети музеев при общеобразовательных учебных заведениях Волынской области и показателей динамики развития музейного дела в учебных заведениях.

Методика. Применено такие методы исследования как сравнительно-географический, математический, статистический, графический, картографическое моделирование.

Научная новизна. Картографически отображено географию музеев при общеобразовательных учреждениях Волыни с указанием их профилей, отдельно создана картосхема распространения „Образцовых” музеев области, рассчитано и закартографировано показатель доли общеобразовательных учебных заведений с музеями от общего количества таких учреждений каждого административного района, проиллюстрирована профильная структура музеев при общеобразовательных учебных заведениях в разрезе административных районов края. Охарактеризована роль этих музеев в развитии туристическо-краеведческой работы региона и областного центра.

Практическое значение. Результаты исследования могут быть использованы при разработке программы развития туристическо-краеведческой работы на Волыни; специалистами индустрии туризма для разработки туристических маршрутов; в учебных заведениях при преподавании курсов туристического и краеведческого направления.

Ключевые слова: музей, образцовый музей, профиль музея, общеобразовательные учебные заведения.

УДК 911:[37.0:727.7(477.82)]

Pavlovska Tetyana Serhiivna,
Candidate of Geography Sciences, Associate Professor
Lesya Ukrainka Eastern European National University, Lutsk, Ukraine
e-mail: pavlovska2011@gmail.com

Chabanchuk Mykola Andriiovych
Taras Shevchenko National University of Kyiv; Kyiv, Ukraine, e-mail: chabanchuk@mail.ua

MUSEUMS IN SECONDARY SCHOOLS OF VOLYN REGION. HOROLOGICAL AND CHRONOLOGICAL ASPECTS

The purpose of the article is to analyze the spatial organization of the network of museums in secondary schools of Volyn region and the dynamics of development of museums in educational institutions.

Methods. There were applied research methods such as comparative geographical, mathematical, statistical, graphical, cartographic modeling.

Scientific innovation. We cartographically reflected geography of museums in secondary schools of Volyn indicating their profiles. Separately we created skeleton map of spreading "model" museums of the region, calculated and mapped indicator of the share of secondary schools that have museums from the total number of establishments of each administrative district, illustrated the profile structure of the museum at secondary schools in terms of administrative districts of the province. We also characterized the role of museums in the development of tourism and local history of the region and the regional center.

Practical value. The results of the investigation can be used to develop the program of tourism and local history work in Volyn. Tourism industry experts it to develop tourist routes. It also can be used in schools courses of tourism and study of a region.

Keywords: museum, museum model, the profile of the museum, general education.

Постановка наукової проблеми та її значення. Важливим джерелом формування наукової фактологічної бази географії, історії, етнографії, дидактики, методики викладання шкільних курсів і курсів вищих навчальних закладів є туристсько-краєзнавчі дослідження, у процесі яких учні та студенти на основі безпосереднього вивчення компонентів природи, природних комплексів і ресурсів, результатів господарської діяльності поселень формують географічні й суспільно-економічні поняття, накопичують дані для узагальнень, розвитку уявлень про історію та систему складових географічного простору рідного краю [19, с. 91]. Разом з тим туристсько-краєзнавча робота є одним з ефективних засобів, що сприяє гармонійному розвитку підростаючого покоління, формуванню всебічно розвиненої особистості, свідомого громадянина.

Важливою формою краєзнавчої роботи є музей навчального закладу. Головні завдання його функціонування – це ознайомлення школярів (студентів) із формами музейної діяльності, історією музейної справи у світі, в Україні та рідному краї, систематизація знань учнів (студентів) про малу батьківщину, вироблення в них навичок фондової, експозиційної та організаційно-масової роботи, залучення до громадського життя краю [11, с. 28-29]. Вагомий науково-пізнавальний та морально-виховний аспект мають і екскурсії як один із засобів наукової пропаганди музеїв [15, с. 28].

Таким чином, важливе значення діяльності музеїв при навчальних закладах полягає у науково-просвітницькій діяльності, що реалізується через освіту, виховання та організацію вільного часу учнів [15, с. 3]. Тому актуальність та важливість вивчення особливостей формування, функціонування і просторового поширення музеїв при загальноосвітніх навчальних закладах (ЗНЗ) будь-якого регіону України, у тім числі Волині, не викликає сумнівів.

*Аналіз останніх досліджень і публікацій***.** Питанням діяльності шкільних музеїв та організації краєзнавчої роботи у закладах освіти присвятили свої творчі доробки Є. Ванслова, Л. Виготський, С. Войчик, Л. Гайда, Н. Ганнусенко, О. Грекулов, Д. Давидов, Г. Елькін, Л. Занкова, М. Кашин, М. Кострица, І. Личак, М. Лощинин, І. Медведєва, Н. Мінакова, Н. Нагорський, Ю. Омельченко, З. Огризко, В. Обозний, Ю. Омельченко, І. Прус, А. Сайненський, Т. Соломонова, В. Столєтов, М. Струнка, В. Туманов, Я. Треф'як, М. Юхневич та інші [1; 2, с. 16; 3−5; 6, с. 49; 7; 8; 14−16; 21].

На педагогів, що займаються музейною справою у навчальних закладах, орієнтовані такі видання українських авторів як Н. Ганнусенко, О. Ляпін, Т. Мецейков, Л. Гайда. Досвід практичної діяльності музеїв при навчальних закладах висвітлюється видавництвами „Шкільний світ" (Київ) та „Основа" (Харків), інформаційному бюлетені „Український музей" та випусках журналу „Музеї України" [4, с. 15; 13, с. 4].

Музейна діяльність у навчальних закладах Волині є одним із ключових аспектів у дослідженнях таких фахівців як Г. Бондаренко, О. Вернидубов, Л. Грабинська, Г. Гуртовий, В. Камінська, Л. Криштапюк, В. Надольська, А. Силюк, Л. Толстіхін, Л. Хмелярська [10; 12].

Мета і завдання статті – дослідити просторову організацію мережі музеїв при ЗНЗ Волині, вивчити динаміку їх створення, з'ясувати роль цих музеїв у розвитку туристсько-краєзнавчої роботи регіону та обласного центру.

Для досягнення поставленої мети вирішувались такі *завдання:* 1) опрацювати літературу з питань музеєзнавства та краєзнавства; 2) ознайомитися з просторовою диференціацією музеїв при навчальних закладах України; 3) картографічно відобразити показник частки ЗНЗ з музеями від загальної кількості ЗНЗ кожного адміністративного району Волинської області, профільну структуру музеїв при ЗНЗ в розрізі адміністративних районів краю; 4) закартографувати просторове поширення й профілі музеїв при ЗНЗ Волині; 5) картографічно відобразити «Зразкові» музеї при ЗНЗ Волинської області та їхні профілі; 5) охарактеризувати роль музеїв при ЗНЗ у туристсько-краєзнавчій діяльності на Волині.

У процесі дослідження використано літературні та інтернет-джерела, каталог музеїв при навчальних закладах, які перебувають у сфері управління Міністерства освіти і науки України (станом на 01.01.2011 р.), список зареєстрованих музеїв при навчальних закладах Волинської області

та список музеїв навчальних закладів Волинської області, яким присвоєно звання „Зразковий музей” (станом на 01.01.2015 р.). Застосовано такі методи дослідження як порівняльно-географічний, математичний, статистичний, графічний, картографічне моделювання.

Виклад основного матеріалу й обґрунтування отриманих результатів дослідження. Музеї при навчальних закладах є суттєвою складовою сучасного освітнього-культурологічного середовища України. Організаційно-методичне керівництво діяльністю музеїв при закладах освіти здійснює Міністерство освіти і науки України, Український державний центр туризму і краєзнавства учнівської молоді, інститути післядипломної педагогічної освіти, методичні служби державних музеїв та методичні кабінети місцевих органів управління освітою [13].

Відповідно до Наказу Міністерства освіти і науки України від 04.09. 2006 р. № 640 „Про внесення змін до положень щодо музеїв при навчальних закладах, які перебувають у сфері управління Міністерства освіти і науки України” затверджено Порядок обліку вказаних музеїв, за яким їх огляди проводяться один раз на три роки. За результатами останнього такого огляду відомо, що в Україні зареєстровано 4432 музеї при навчальних закладах: у загальноосвітніх навчальних закладах – 3996 (90,16%), позашкільних навчальних закладах – 150 (3,38%), професійно-технічних училищах – 186 (4,2%), вищих навчальних закладах – 100 (2,26%). Серед них переважають музеї історичного (близько 60,63 %), краєзнавчого (13,9 %) та етнографічного (13,74 %) профілів. Значної популярності набули музеї, що розповідають про історію навчальних закладів [13; 17]. Зауважимо, що станом на сьогодні через економічну та, передусім, політичну ситуацію ми не маємо повної інформації про кількісні й змістові показники музеїв при навчальних закладах України, відсутній і системно-інформаційний довідник.

За даними Наказу Міністерства освіти і науки України від 17.03.2011 р. № 239 „Про підсумки проведення огляду музеїв при навчальних закладах, які перебувають у сфері управління Міністерства освіти і науки України” найбільше музеїв у навчальних закладах України на цей часовий зріз було зареєстровано у Харківській, Донецькій, Київській, Дніпропетровській та Сумській областях (понад 250 одиниць у кожній із них). Що стосується музеїв у загальноосвітніх закладах (школи, ліцеї, гімназії, колегіуми, навчально-виховні комплекси (об’єднання), санаторні школи, спеціальні школи (школи-інтернати) та школи соціальної реабілітації), то за кількістю лідирували Харківська, Дніпропетровська, Київська, Сумська, Хмельницька, Донецька й Луганська області (понад 200 одиниць у кожній із них). Значний досвід роботи музеїв при навчальних закладах нагромаджено й у Волинській області. Організаційно-методичним центром з обліку та оглядів таких музеїв є Центр туризму, спорту та екскурсій (далі − ЦТСЕ) управління освіти й науки Волинської обласної держадміністрації. За даними ЦТСЕ станом на 01.01.2015 р. на Волині зареєстровано 187 музеїв у навчальних закладах. З них 8 – у вищих,

6 – у професійно-технічних, 3 – у позашкільних, 2 – у дошкільних, 168 – у загальноосвітніх навчальних закладах. У цих музеях зберігається понад 49 тисяч експонатів основного фонду – пам'яток матеріальної і духовної культури, які є частиною Музейного фонду України. Позитивною є динаміка розширення мережі музеїв при навчальних закладах: так, у Волинській області у 1998 р. на обліку перебувало 32 музеї, у 2001 р. – 47, у 2004-му – 102, у 2007-му – 137, 2010 р. – 171, 2012 – 176, у 2013 р. – 186, у 2014 – 187 музеїв.

Щодо динаміки реєстрації музеїв при ЗНЗ, то найбільш продуктивним у цьому аспекті був 2004 р. (зареєстровано 52 нових шкільних музеї), у 2007 р. − 32, в 1998 р. − 28, у 2010 р. – 26. У 1999, 2000, 2002, 2006 не було зареєстровано жодного нового музею при ЗНЗ (рис. 1).

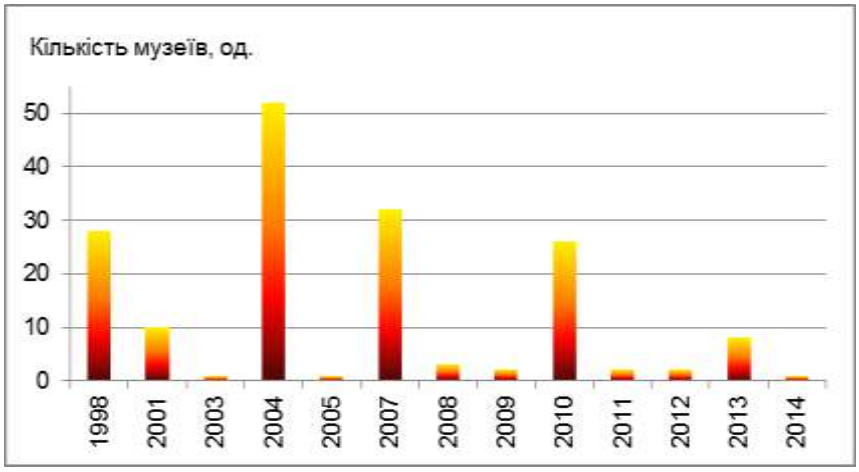

Рис. 1. Динаміка реєстрації музеїв при загальноосвітніх навчальних закладах Волинської області

Найбільше музеїв у загальноосвітніх навчальних закладах Волині зосереджено у Луцькому (29), Ковельському (20), Любомльському (16) районах, найменше – у Ратнівському (2), Шацькому (3), Любешівському (4) (рис. 2). Просторове поширення музеїв при ЗНЗ області детально представлене на рис. 3. Щодо розподілу цих музеїв за профілями, то переважна більшість з них (122) є історичними, 48 – етнографічними, 3 – мистецькими, 5 – краєзнавчими, 4 – природничими, 4 – літературними, 1 – археологічним (див. рис. 2, 3). Найбільш повночленну профільну структуру музеїв при ЗНЗ мають Любомльський і Ковельський (по 5 профілів) та Луцький (4 профілі) райони; у Горохівському, Любешівському, Ратнівському, Локачинському, Рожищенському районах представлені лише історичні шкільні музеї (див. рис 2, 3). Як бачимо, у закладах освіти Волинської області досить мало уваги приділяється створенню природничих музеїв: ботанічних, геологічних, зоологічних, географічних, музеїв охорони природи; немає технічних музеїв. Попри гарні результати розвитку музейної справи на Волині, відмітимо, що лише у 21,5 % ЗНЗ є музеї. Найбільша частка ЗНЗ з музеями від загальної

кількості ЗНЗ району притаманна Любомльському району, найменша – Любешівському й Ратнівському.

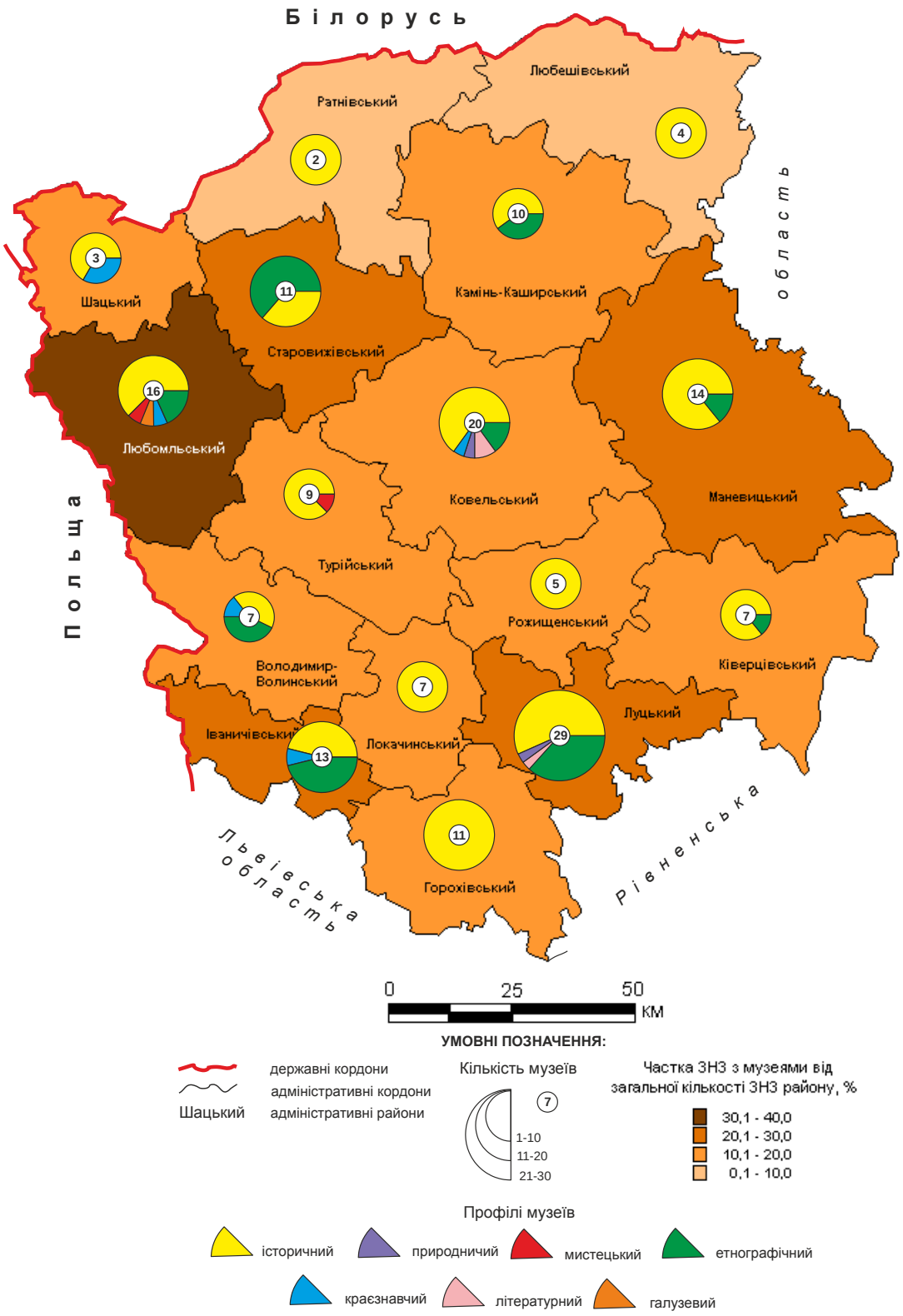

Рис. 2. Кількість музеїв при загальноосвітніх навчальних закладах Волинської області та їх профільна структура в розрізі адміністративних районів

Хоча Ковельський і Луцький райони мають найбільшу кількість музеїв при ЗНЗ, однак частки ЗНЗ з музеями від загальної кількості ЗНЗ в цих районах порівняно невисокі, оскільки, по-перше, в цих районах найбільше освітніх закладів в цілому, а, по-друге, іноді декілька музеїв знаходиться в одному закладі, що і зменшує вагу аналізованого показника.

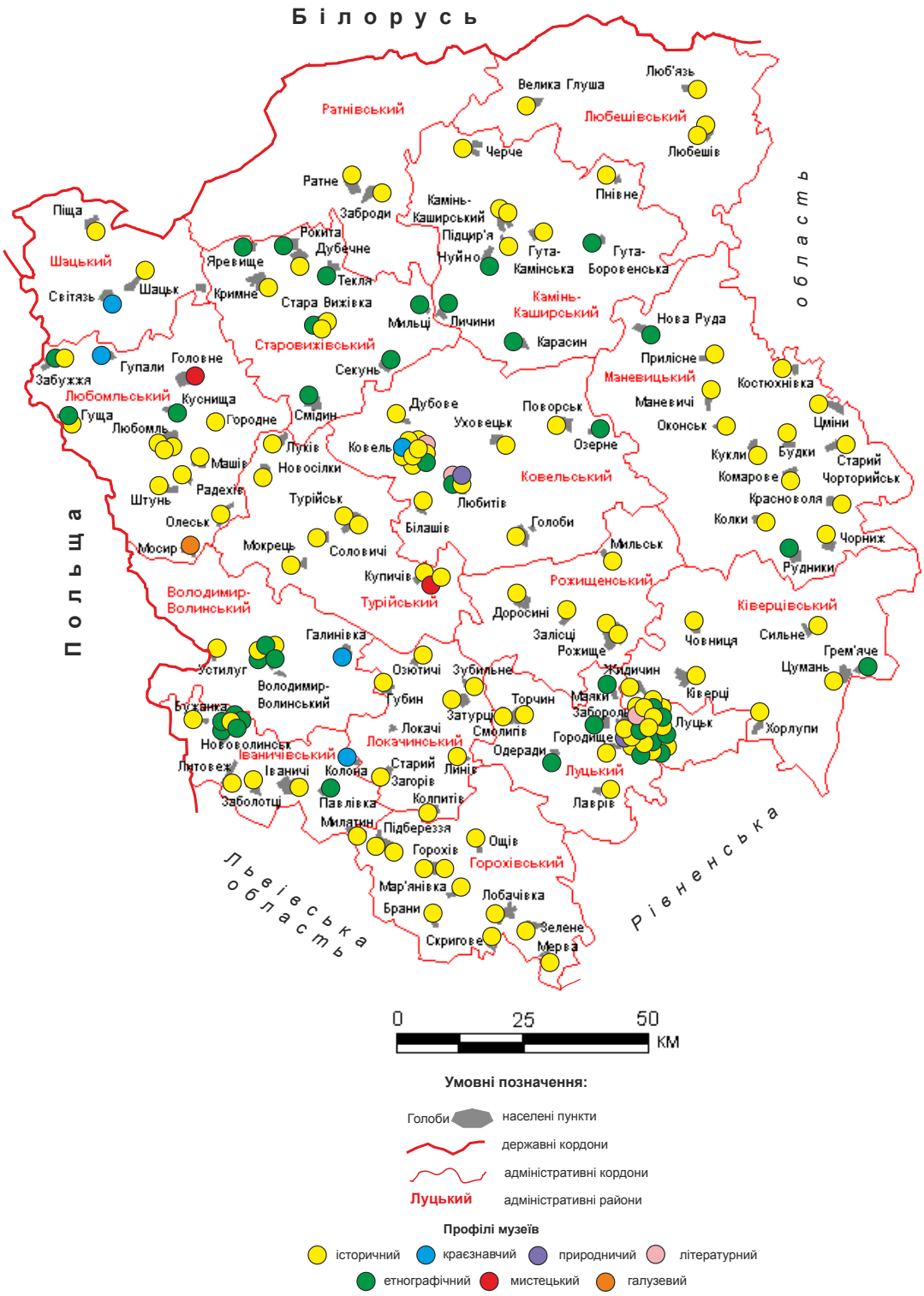

Рис. 3. Просторове поширення музеїв при загальноосвітніх навчальних закладах Волинської області та їхні профілі

За значні успіхи у підвищенні ефективності навчально-виховного процесу, у формуванні й збереженні Музейного фонду України, пропаганді пам'яток історії, культури, природи рідного краю високого звання „Зразковий музей" удостоєно 33 музеї при навчальних закладах області, з них 28 – у загальноосвітніх навчальних закладах (рис. 4).

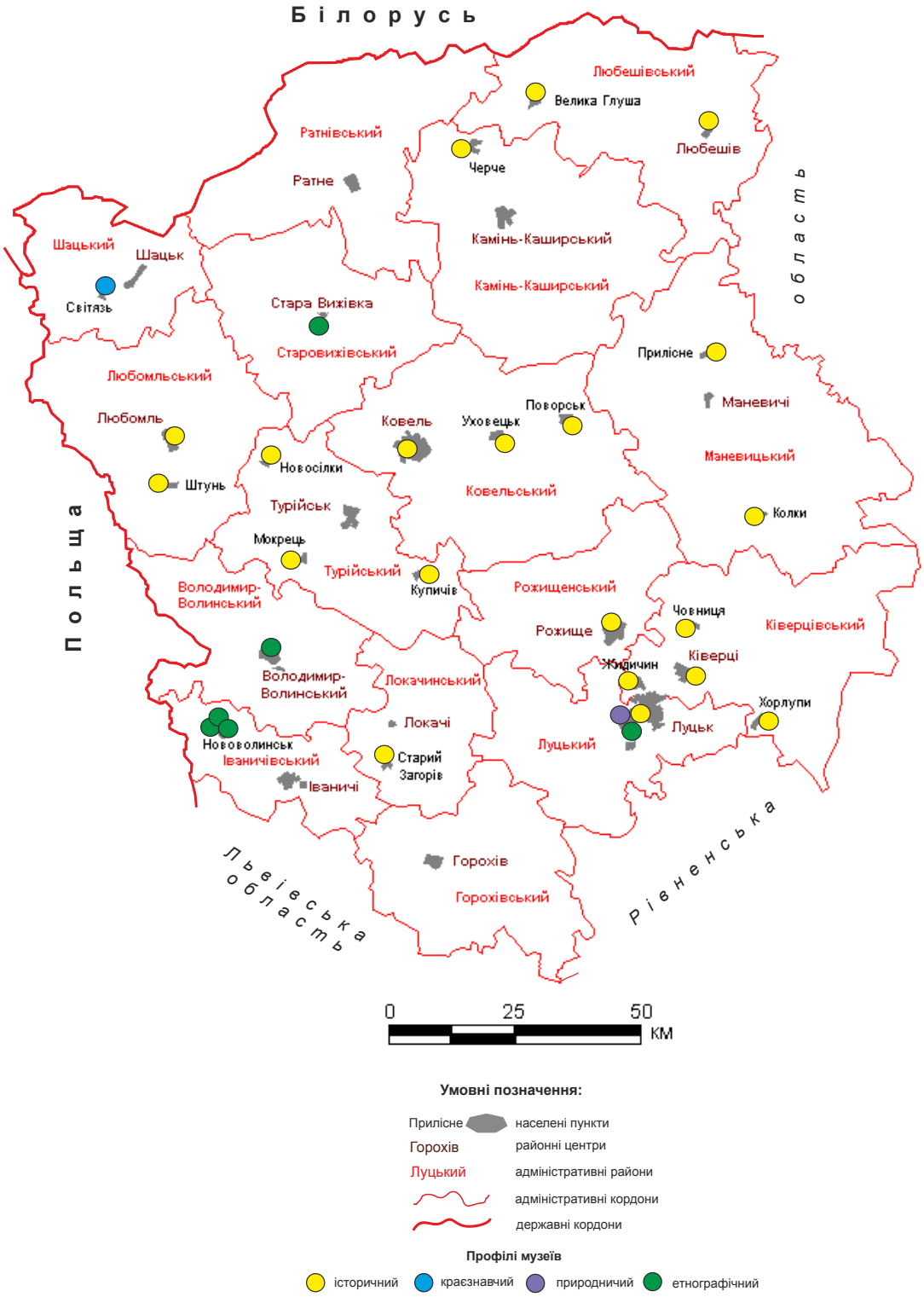

Рис. 4. Просторове поширення „Зразкових" музеїв при загальноосвітніх навчальних закладах Волинської області та їхні профілі

Як бачимо з рис. 4, серед «Зразкових» музеїв при ЗНЗ за профілем домінують історичні, представлені також краєзнавчі, природничі й етнографічні. „Зразкові” музеї літературного, мистецького та галузевого профілів відсутні. Найбільше (4) «Зразкових» музеїв при ЗНЗ є в Ківерцівському районі. По 3 таких музеї є в Луцькому, Іваничівському, Ковельському, Турійському районахпо 2 – в Любешівському, Любомльському, Маневицькому, по 1 – в Шацькому, Камінь-Каширському, Старовижівському, Володимир-Волинському, Локачинському, Рожищенському районах. Усім цим музеям було присвоєно звання „Зразковий музей” у період 2004−2012 рр.; найбільш плідним був 2011 р. – дане звання отримали 11 шкільних музеїв. У Ратнівському та Горохівському районах „Зразкові” музеї при ЗНЗ відсутні.

З-поміж музеїв при ЗНЗ за високий рівень дослідницької, культурно-виховної роботи, наявність унікальних музейних предметів званням „Народний музей” удостоєно Зразковий етнографічний музей Луцького навчально-виховного комплексу „Гімназія № 14” (у складі музейної збірки перебуває 1972 музейні предмети, серед яких – 60 унікальних експонатів трипільської культури, понад 40 зразків одягу 19 – поч. 20 ст., більше 100 тканих і вишитих рушників).

Успішний розвиток музейної справи у ЗНЗ області забезпечує співпраця Управління освіти та Управління культури Волинської облдержадміністрації, ЦТСЕ, Волинської обласної організації Національної спілки краєзнавців України, Волинського краєзнавчого музею та навчальних закладів.

Працівники ЦТСЕ, міських управлінь та районних відділів освіти, наукові працівники державних музеїв спільно проводять обласні, районні та міські семінари-практикуми відповідальних за музейну роботу, керівників музеїв, а також огляди музеїв. Останнім із таких заходів був обласний семінар з відповідальними за туристсько-краєзнавчу та музейну роботу (02.04.2015 р.), де розглядалися питання національно-патріотичного виховання школярів та роль у ньому музеїв навчальних закладів, акцентувалася увага на оновленій нормативній базі діяльності таких музеїв.

Керівники музеїв навчальних закладів, педагоги Волині беруть активну участь в науково-практичних конференціях, організаторами яких є Волинський краєзнавчий музей та Волинська обласна організація Національної спілки краєзнавців України: „Волинський музей: історія і сучасність”, „Минуле і сучасне Волині та Полісся”, Волинські обласні науково-етнографічні конференції. Особливої уваги заслуговує проведення трьох Волинських обласних науково-практичних конференцій „Музейна педагогіка. Теорія і практика” (12.12.2012 р., 12.02.2014 р., 26.11.2014 р.) [9, с. 1, 2].

Центром туризму, спорту та екскурсій розроблено тематичні екскурсії з відвідуванням музеїв при навчальних закладах області. У ході Всеукраїнської історико-краєзнавчої акції „А ми тую славу збережемо” з

учнівською та студентською молоддю організовуються та проводяться екскурсії, подорожі за тематичними маршрутами „Шляхами подвигу і слави”, які пролягають через зазначені музеї. Чимало музеїв при навчальних закладах Волині плідно здійснюють пошукову і збиральницьку роботу, проводять масові заходи на базі діючих експозицій [9, с. 2].

При використанні потенціалу музеїв у системі навчальних закладів особливо актуальним є питання застосування інформаційних та інтерактивних технологій [4, с. 16]. Тому важливим завданням сьогодення є активний пошук та впровадження інноваційних форм діяльності у музейній педагогіці. Успішне залучення зарубіжного досвіду діяльності дитячих музеїв та розроблення новітніх музейно-освітніх програм для школярів поставлять на вищий щабель розвиток музейної справи в регіонах та в Україні загалом, що сприятиме удосконаленню процесів освіти й виховання молоді музейними засобами та формуванню якостей свідомого громадянина України й світу.

Список використаних джерел:

1. Войчик С. Шкільний музей як центр історико-краєзнавчих досліджень / С. Войчик // Матеріали IV Всеукр. наук.-практ. конф., присвяченої 80-річчю Волин. краєзн. музею та 60-річчю Колодяжненського літ.-мемор. музею Лесі Українки : наук. зб. – Луцьк, 2009. – Вип. 4. – С. 302-307.
2. Воронова Л. М. Педагогічний аспект діяльності музеїв при закладах освіти на Харківщині на межі XX–XXI ст. / Л. М. Воронова, Н. С. Мартем’янова // Вісник Харківської державної академії культури. − 2014. − Вип. 43. − С. 15-24.
3. Гайда Л. А. Музей у навчальному закладі / Л. А. Гайда. – К. : Шкільний світ, 2009 – 128 с.
4. Гайда Л. А. Становлення і розвиток музеїв при навчальних закладах України / Гайда Л. А. // Український музей при навчальному закладі: історія і сучасність: Матеріали обл. наук.-метод. конференції. – Кіровоград, 2008. – С. 6-19.
5. Гайда Л. Музеєзнавство у закладах освіти : навч. посіб. / Гайда Л. А. – Кіровоград: КОІППО, 2006. – 108 с.
6. Гайда Л. Формування нормативно-правової бази діяльності музеїв при навчальних закладах України / Гайда Л. // Краєзнавство, 2011. − № 3. − С. 49-54
7. Ганнусенко Н. І. Шкільні музеї : навч.-метод. посіб. / Н. І. Ганнусенко, О. В. Ляпін, Т. І. Мацейків. – К., 1991. – 112 с.
8. Ганнусенко Н. Зміст і форми роботи краєзнавчих музеїв навчальних закладів у сучасних умовах : методичні рекомендації / Ганнусенко Н., Омельченко Ю. – К. : Науково-дослідний інститут педагогіки України, 1992. – 36 с.
9. Грабинська Л. Д. Музеї навчальних закладів Волині – центри патріотичного загартування школярів [Електронний ресурс] / Грабинська Л. Д. – Режим доступу : http://pmu.in.ua/wp-content/uploads/2015/03/grabinska_text.pdf
10. Грабинська Л. Розвиток музейної справи у закладах освіти Волинської області / Грабинська Л., Хмелярська Л. // Волинський музейний вісник : Наук. зб. : Вип. 5. : Музейна педагогіка. Теорія і практика. / Упр-ня культури Волин. ОДА ; Волин. краєзн. музей ; каф. документознавства і музейн. справи СНУ ім. Лесі Українки ; Упоряд. А. Силюк. – Луцьк, 2013. – С. 6-8.
11. Зеленська Л. І. Практикум із туристично-краєзнавчої роботи з географії [Текст] / Л. І. Зеленська, О. В. Троценко. – Д. : РВВ ДНУ, 2012. – 80 с.
12. Камінська В. В. Педагогічні аспекти організації діяльності музею ЗНЗ / В. В. Камінська // Педагогічний пошук. − 2009. − № 4 (64) − С. 50-52.
13. Каталог музеїв при навчальних закладах України / Упор. Л. А. Гайда. – Кіровоград: Лисенко В. Ф., 2012. – 152 с.

14. Кострица М. Шкільна краєзнавчо-туристська робота / Кострица М., Обозний В.–К., 1995. – 228 с.
15. Личак І. Організація музейної справи в закладах освіти [Електронний ресурс] / Личак І. − Режим доступу : brct.ucoz.ua/Organizacija_myzejnoy_spravi_v_zakladi_osviti-1.doc
16. Мінакова Н. Методичні рекомендації щодо організації діяльності шкільних музеїв і розвитку в них краєзнавчої роботи [Електронний ресурс] / Мінакова Н. – Режим доступу : berezne.libr.rv.ua/berezne/files/pdf-method/museum.pdf
17. Наказ Міністерства освіти і науки України від 17.03.2011р. № 239 „Про підсумки проведення огляду музеїв при навчальних закладах, які перебувають у сфері управління Міністерства освіти і науки України" [Електронний ресурс] // Міністерство освіти і науки, молоді та спорту. – 01.04.2011. – Режим доступу : www.mon.gov.ua/newstmp/2011/01_04/ NMO-239.doc.
18. Омельченко Ю. А. Шкільні музеї / Ю. А. Омельченко. – К. : Рад. шк., 1981. – 121 с.
19. Петранівський В. Л. Туристичне краєзнавство: Навч. посіб. / Петранівський В. Л., Рутинський М. Й.; за ред. проф. Ф. Д. Заставного. – К.: Знання, 2006. – 575 с.
20. Положення про музей при навчальному закладі, який перебуває у сфері управління Міністерства освіти і науки України // Інформ. зб. МОН України. – 2006. – № 36. – С. 23-27.
21. Соломонова Т. Шкільні музеї в Україні: тенденції і проблеми розвитку / Т. Соломонова // Краєзнавство. Географія. Туризм. – 2006. – № 18. – С. 3-4.

Список использованных источников

1. Войчик С. Школьный музей как центр историко-краеведческих исследований / С. Войчик // Материалы IV Всеукр. науч.-практ. конф., посвященной 80-летию Волын. краевед. музея и 60-летию Колодяжненского лит.-мемор. музея Леси Украинки : науч. сб. − Луцк, 2009. − Вып. 4. − С. 302-307.
2. Воронова Л. М. Педагогический аспект деятельности музеев при учебных заведениях на Харьковщине на границе XX-XXI вв. / Л. Г. Воронова, Н. С. Мартемьянова // Вестник Харьковской государственной академии культуры. − 2014. − Вып. 43. − С. 15-24.
3. Гайда Л. А. Музей в учебном заведении / Л. А. Гайда. − К. : Школьный мир, 2009 − 128 с.
4. Гайда Л. А. Становление и развитие музеев при учебных заведениях Украины / Гайда Л. А. // Украинский музей при учебном заведении: история и современность: Материалы обл. науч.-метод. конференции. − Кировоград, 2008. − С. 6-19.
5. Гайда Л. Музееведение в учебных заведениях : учеб. пособ. / Гайда Л. А. − Кировоград: КОИППО, 2006. − 108 с.
6. Гайда Л. Формирование нормативно-правовой базы деятельности музеев при учебных заведениях Украины / Гайда Л. // Краеведение, 2011. − № 3. − С. 49-54.
7. Ганнусенко Н. И. Школьные музеи : учеб.-метод. пособ. / Н. И. Ганнусенко, О. В. Ляпин, Т. И. Мацейкив. − К., 1991. − 112 с.
8. Ганнусенко Н. Содержание и формы работы краеведческих музеев учебных заведений в современных условиях : методические рекомендации / Ганнусенко Н., Омельченко Ю. − К. : Научно-исследовательский институт педагогики Украины, 1992. − 36 с.
9. Грабинская Л. Д. Музеи учебных заведений Волыни – центры патриотичной закалки школьников [Электронный ресурс] / Грабинская Л. Д. – Режим доступа : http://pmu.in.ua/wp−content/uploads/2015/03/grabinska_text.pdf
10. Грабинская Л. Развитие музейного дела в учебных заведениях Волынской области / Грабинская Л., Хмелярская Л. // Волынский музейный вестник : Науч. сб. : Вып. 5. : Музейная педагогика. Теория и практика. / Управление культуры Волын. ОГА ; Волын. краевед. музей ; каф. документоведения и музейн. дела ВНУ им. Леси Украинки ; Сост. А. Силюк. − Луцк, 2013. − С. 6-8.
11. Зеленская Л. И. Практикум из туристическо-краеведческой работы по географии [Текст] / Л. И. Зеленская, О. В, Троценко. − Д. : РВВ ДГУ, 2012. − 80 с.
12. Каминская В. В. Педагогические аспекты организации деятельности музея ОУЗ / В. В. Каминская // Педагогический поиск. − 2009. − № 4 (64) − С. 50-52.
13. Каталог музеев при учебных заведениях Украины / Сост. Л. А. Гайда. – Кировоград: Лысенко В. Ф., 2012. − 152 с.
14. Кострица М. Школьная краеведческо-туристическая работа / Кострица М., Обозный В. − К., 1995. − 228 с.

15. Лычак И. Организация музейного дела в учебных заведениях [Электронный ресурс] / Лычак И. − Режим доступа : brct.ucoz.ua/Organizacija_myzejnoy_spravi_v_zakladi_osviti−1.doc?
16. Минакова Н. Методические рекомендации относительно организации деятельности школьных музеев и развития в них краеведческой работы [Электронный ресурс] / Минакова Н. – Режим доступа : berezne.libr.rv.ua/berezne/files/pdf−method/museum.pdf?
17. Приказ Министерства образования и науки Украины от 17.03.2011г. № 239 „Про итоги проведения обзора музеев при учебных заведениях, которые находятся в сфере управления Министерства образования и науки Украины" [Электронный ресурс] // Министерство образования и науки, молодежи и спорта. – 01.04.2011. – Режим доступа : www.mon.gov.ua/newstmp/2011/01_04/ NMO−239.doc.
18. Омельченко Ю. А. Школьные музеи / Ю. А. Омельченко. − К. : Совет. шк., 1981. − 121 с.
19. Петранивский В. Л. Туристическое краеведение: Учеб. пособ. / Петранивский В. Л., Рутинский М. Й.; под ред. проф. Ф. Д. Заставного. − К.: Знание, 2006. − 575 с.
20. Положение о музее при учебном заведении, которое находится в сфере управления Министерства образования и науки Украины // Информ. сб. МОН Украины. − 2006. − № 36. − С. 23-27.
21. Соломонова Т. Школьные музеи в Украине: тенденции и проблемы развития / Т. Соломонова // Краеведение. География. Туризм. − 2006. − № 18. − С. 3-4.

References:

1. Voichyk S. Shkilnyi muzei yak tsentr istoryko-kraieznavchykh doslidzhen / S. Voichyk // Materialy IV Vseukr. nauk.-prakt. konf., prysviachenoi 80-richchiu Volyn. kraiezn. muzeiu ta 60-richchiu Kolodiazhnenskoho lit.-memor. muzeiu Lesi Ukrainky: nauk. zb.–Lutsk, 2009. – Vyp. 4. – S. 302-307.
2. Voronova L. M. Pedahohichnyi aspekt diialnosti muzeiv pry zakladakh osvity na Kharkivshchyni na mezhi KhKh–KhKhI st. / L. M. Voronova, N. S. Martemianova // Visnyk Kharkivskoi derzhavnoi akademii kultury . − 2014. − Vyp. 43. − S. 15-24.
3. Haida L. A. Muzei u navchalnomu zakladi / L. A. Haida. – K. : Shkilnyi svit, 2009 – 128 s.
4. Haida L. A. Stanovlennia i rozvytok muzeiv pry navchalnykh zakladakh Ukrainy / Haida L. A. // Ukrainskyi muzei pry navchalnomu zakladi: istoriia i suchasnist: Materialy obl. nauk.-metod. konferentsii. – Kirovohrad, 2008. – S. 6-19.
5. Haida L. Muzeieznavstvo u zakladakh osvity : navch. posib. / Haida L. A. – Kirovohrad: KOIPPO, 2006. – 108 s.
6. Haida L. Formuvannia normatyvno-pravovoi bazy diialnosti muzeiv pry navchalnykh zakladakh Ukrainy / Haida L. // Kraieznavstvo, 2011. − # 3. − S. 49-54
7. Hannusenko N. I. Shkilni muzei : navch.-metod. posib. / N. I. Hannusenko, O. V. Liapin, T. I. Matseikiv. – K., 1991. – 112 s.
8. Hannusenko N. Zmist i formy roboty kraieznavchykh muzeiv navchalnykh zakladiv u suchasnykh umovakh : metodychni rekomendatsii / Hannusenko N., Omelchenko Yu. – K. : Naukovo-doslidnyi instytut pedahohiky Ukrainy, 1992. – 36 s.
9. Hrabynska L. D. Muzei navchalnykh zakladiv Volyni – tsentry patriotychnoho zahartuvannia shkoliariv [Elektronnyi resurs] / Hrabynska L. D. – Rezhym dostupu : http://pmu.in.ua/wp-content/uploads/2015/03/grabinska_text.pdf
10. Hrabynska L. Rozvytok muzeinoi spravy u zakladakh osvity Volynskoi oblasti / Hrabynska L., Khmeliarska L. // Volynskyi muzeinyi visnyk : Nauk. zb. : Vyp. 5. : Muzeina pedahohika. Teoriia i praktyka. / Upr-nia kultury Volyn. ODA ; Volyn. kraiezn. muzei ; kaf. dokumentoznavstva i muzein. spravy SNU im. Lesi Ukrainky ; Uporiad. A. Syliuk. – Lutsk, 2013. – S. 6-8.
11. Zelenska L. I. Praktykum iz turystychno-kraieznavchoi roboty z heohrafii [Tekst] / L. I. Zelenska, O. V., Trotsenko. – D. : RVV DNU, 2012. – 80 s.
12. Kaminska V. V. Pedahohichni aspekty orhanizatsii diialnosti muzeiu ZNZ / V. V. Kaminska // Pedahohichnyi poshuk. − 2009. − # 4 (64) − S. 50-52.
13. Kataloh muzeiv pry navchalnykh zakladakh Ukrainy / Upor. L. A. Haida. – Kirovohrad: Lysenko V. F., 2012. – 152 s.
14. Kostrytsia M. Shkilna kraieznavcho-turystska robota / Kostrytsia M., Oboznyi V. – K., 1995. – 228 s.
15. Lychak I. Orhanizatsiia muzeinoi spravy v zakladakh osvity [Elektronnyi resurs] / Lychak I. − Rezhym dostupu : brct.ucoz.ua/Organizacija_myzejnoy_spravi_v_zakladi_osviti-1.doc

16. Minakova N. Metodychni rekomendatsii shchodo orhanizatsii diialnosti shkilnykh muzeiv i rozvytku v nykh kraieznavchoi roboty [Elektronnyi resurs] / Minakova N. – Rezhym dostupu : berezne.libr.rv.ua/berezne/files/pdf-method/museum.pdf
17. Nakaz Ministerstva osvity i nauky Ukrainy vid 17.03.2011r. # 239 „Pro pidsumky provedennia ohliadu muzeiv pry navchalnykh zakladakh, yaki perebuvaiut u sferi upravlinnia Ministerstva osvity i nauky Ukrainy" [Elektronnyi resurs] // Ministerstvo osvity i nauky, molodi ta sportu. – 01.04.2011. – Rezhym dostupu : www.mon.gov.ua/newstmp/2011/01_04/ NMO-239.doc.
18. Omelchenko Yu. A. Shkilni muzei / Yu. A. Omelchenko. – K. : Rad. shk., 1981. – 121 s.
19. Petranivskyi V. L. Turystychne kraieznavstvo: Navch. posib. / Petranivskyi V. L., Rutynskyi M. Y.; za red. prof.. F. D. Zastavnoho. – K.: Znannia, 2006. – 575 s.
20. Polozhennia pro muzei pry navchalnomu zakladi, yakyi perebuvaie u sferi upravlinnia Ministerstva osvity i nauky Ukrainy // Inform. zb. MON Ukrainy. – 2006. – # 36. – S. 23-27.
21. Solomonova T. Shkilni muzei v Ukraini: tendentsii i problemy rozvytku / T. Solomonova // Kraieznavstvo. Heohrafiia. Turyzm. – 2006. – # 18. – S. 3-4.

УДК 911.3

Тертична Юлія Василівна

Київський національний університет імені Тараса Шевченка, м. Київ, Україна,
e-mail: tertychna@i.ua

ПОКАЗНИКИ ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ ЗАКАРПАТСЬКОЇ ОБЛАСТІ У 2014 РОЦІ

Стаття має за *мету* охарактеризувати туристичний ринок Закарпатської області у 2014 році.

Методика. Теоретико-методологічну основу дослідження становлять основні положення теорії суспільної географії. Концепція комплексного підходу дає можливість узагальнити ідеї науковців, які вивчали дану проблему. В статті застосовано загальнонаукові методи: порівняння, узагальнення, систематизації, аналізу, синтезу, індукції та дедукції.

Результати. Розглянуто перелік основних показників роботи туристичної галузі Закарпатської області у 2014 р.

Наукова новизна дослідження полягає у тому, що вперше з позицій суспільної географії проаналізовано туристичну галузь Закарпаття, станом на 2014 р.

Практична значимість статті полягає в тому, що матеріали можуть бути використані при туристичному аналізі області студентами туристичних спеціальностей, написанні державних програм розвитку туризму. Органи місцевого самоврядування можуть скористатися результатами дослідження при розробці відповідних районних і місцевих стратегій і програм.

Ключові слова: суб'єкт туристичної діяльності, туроператор, турагент.

УДК 911.3

Тертычная Юлия Васильевна

Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко, г. Киев, Украина,
e-mail: tertychna@i.ua

ПОКАЗАТЕЛИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТУРИСТИЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ ЗАКАРПАТСКОЙ ОБЛАСТИ В 2014 ГОДУ

Цель. Статья характеризирует туристический рынок Закарпатской области в 2014 г.

Методика. Теоретико-методологическую основу исследования составляют основные положения теории общественной географии. Концепция комплексного

подхода дает возможность обобщить идеи ученых, изучавших данную проблему. В статье применены общенаучные методы: сравнение, обобщения, систематизации, анализа, синтеза, индукции и дедукции.

Результаты. Рассмотрен перечень основных показателей работы туристической отрасли Закарпатской области в 2014 г.

Научная новизна исследования заключается в том, что впервые с позиций общественной географии проанализированы туристическую отрасль Закарпатья, по состоянию на 2014 год.

Практическая значимость статьи заключается в том, что материалы могут быть использованы при туристическом анализе области студентами туристических специальностей, написании государственных программ развития туризма. Органы местного самоуправления могут использовать результаты исследования при разработке соответствующих районных и местных стратегий и программ.

Ключевые слова: субъект туристической деятельности, туроператор, турагент.

UDC 911.3

Tertychna Yulia Vasilievna

Kyiv National Taras Shevchenko University,
Kyiv, Ukraine,
e-mail: tertychna@i.ua

PERFORMANCE INDICATORS TOURIST ENTERPRISES OF ZAKARPATTYA REGION IN 2014

The article aims to describe the tourism market Zakarpattya region in 2014.

Methods. Theoretical and methodological basis of the study are the basic tenets of the theory of social geography. The concept of an integrated approach makes it possible to synthesize the ideas of scientists who have studied the issue. The paper used general scientific methods: comparison, generalization, systematization, analysis, synthesis, induction and deduction.

*Results.*Viewed the list of the main indicators the tourism industry of Zakarpattya region in 2014.

Scientific novelty of research. First from the standpoint of social geography analyzes the tourism industry of Zakarpattya in 2014 year.

The practical significance of the article is that the materials can be used in the analysis of regions, writing state programs of the development of tourism. Local authorities can use the results of research in the development of relevant regional and local strategies and programs.

Keywords: the subject of tourism activities, touroperator, travel agent.

Постановка проблеми. Важливим при аналізі місця і ролі туристичної галузі в господарському комплексі області є визначення переліку показників, що дають характеристику впливу цієї галузі на економіку регіону. В якості пріоритету оцінки впливу галузі можуть братися економічні показники.

Мета і завдання. Дослідити туристичний ринок Закарпатської області. Проаналізувати основні показники діяльності туроператорів і турагентів, що можуть використовуватись для постановки цілісної картини розвитку туризму Закарпатської області.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Дослідження різноманітних аспектів ринку туристичних послуг і їх особливостей у трансформаційній економіці знайшли своє відображення в працях українських вчених О.О.

Любіцевої, Т.І. Ткаченко, С.Ю. Цьохли, Л.М. Шульгіної. З російських вчених можна виділити публікації із зазначених питань В.І Азара, М.Б. Біржакова, В.С. Боголюбова, В.Г. Гуляєва, Г.А. Карпової, Г.А. Папиряна, Ю.В. Темного, Л.Р. Темної. Питання функціонування туристичного ринку порушують і вчені з Білорусії А.П. Дурович і А.С. Копанєв. Відомі також роботи болгарських вчених С. Ракаджийської та С.Маринова.

Виклад основного матеріалу. В Закарпатській області у 2014 р. діяло 74 підприємства, що надавали туристичні послуги. Це майже 1,9 % від загальної кількості таких підприємств у цілому в Україні [1].

За даним показником, тобто часткою туроператорів і турагентів, Закарпатська область має посередні позиції у порівнянні з іншими регіонами України, так випереджають її м. Київ, Дніпропетровська, Харківська, Одеська, Львівська, Запорізька, Полтавська, Київська, Івано-Франківська, Хмельницька, Донецька, Черкаська, Волинська області.

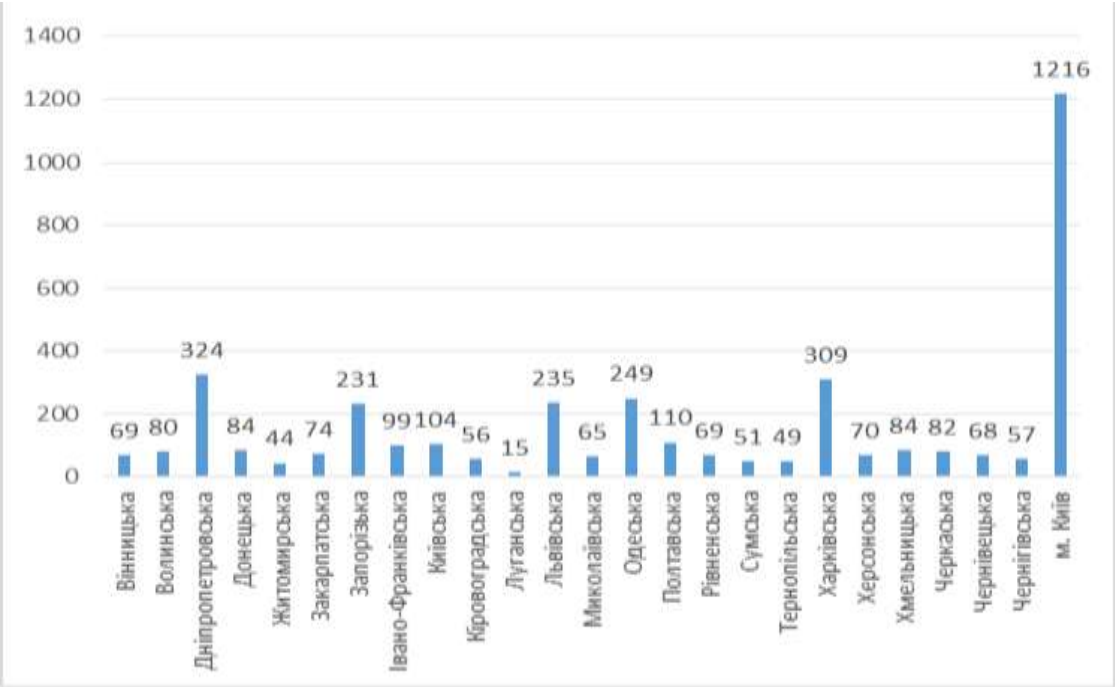

Рис.1. Кількість суб'єктів туристичної діяльності України за регіонами у 2014 році. *Розроблено автором за матеріалами [1].*

Мережа суб'єктів туристичної діяльності Закарпатської області у 2014 році представлена юридичними особами (туроператорами і турагентами; суб'єктами, що здійснюють екскурсійну діяльність) і фізичними особами-підприємцями (турагентами). Юридичних осіб - туроператорів зареєстровано 16 одиниць. Це 2,4 % від загальної кількості таких підприємств у цілому в державі. Юридичних осіб – турагентів – 22 одиниці. Це 1,5 % від загальної кількості таких підприємств України. Суб'єктів, що здійснюють екскурсійну діяльність – 2 одиниці (3,4 % від загальної кількості по Україні). Фізичних осіб – підприємців (турагентів)

нараховується 34 одиниці (2 % від загальної кількості таких підприємств у цілому в державі) [1].

Середньооблікова кількість штатних працівників суб'єктів туристичної діяльності Закарпатської області всього становить 102 особи (0,9% від загальної кількості по Україні). Середньооблікова кількість штатних працівників суб'єктів туристичної діяльності – юридичних осіб - 74 особи (0,7% від загальної кількості по Україні). З них: мають вищу або середню спеціальну освіту в галузі туризму – 35 осіб ; жінок – 50; осіб до 30 років – 18. Середньооблікова кількість штатних працівників суб'єктів туристичної діяльності – фізичних осіб-підприємців - 28 осіб (1,7% від загальної кількості по Україні). З них: мають вищу або середню спеціальну освіту в галузі туризму – 16 осіб, позаштатних працівників – 1, неоплачуваних працівників (власники, засновники) – 11 осіб. [1].

Отриманий дохід від надання туристичних послуг суб’єктами туристичної діяльності у 2014 році на Закарпатті складає 9474,4 тис.грн. (0,17 % від загального по Україні) та має такі розгорнуті показники: юридичні особи надали послуг на 7017,4тис.грн. (туроператори - 6080,5 тис.грн., турагенти – 933,0 тис.грн., суб’єкти, що здійснюють екскурсійну діяльність – 3,9 тис.грн.); фізичні особи-підприємці - на 2457,0 тис.грн. Враховуючи рекреаційний потенціал Закарпатської області, регіон недоотримує доходів від використання ресурсів або ж ці доходи є нелегальними, що мало сприяє подальшому розвитку регіону.

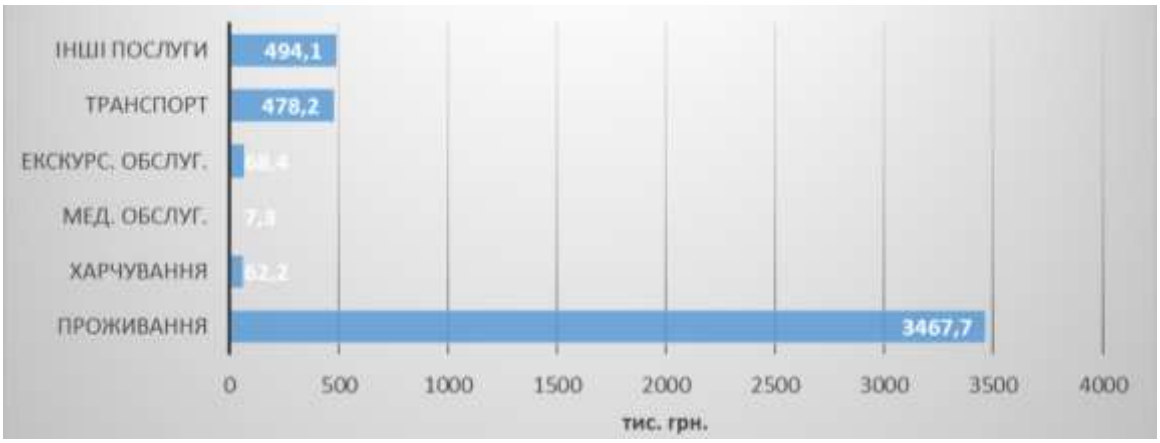

Рис.2. Витрати суб’єктів туристичної діяльності Закарпатської області на послуги, що використовуються при виробництві турпродукту у 2014 р.
Розроблено автором за матеріалами [1].

Витрати суб’єктів туристичної діяльності Закарпатської області на послуги сторонніх організацій, що використовуються при виробництві туристичного продукту у 2014 році склали 4595,4 тис.грн. (0,09% від загального показника по країні): проживання - 3467,7 тис.грн., харчування - 62,2 тис.грн., медичне обслуговування – 7,3 тис.грн., екскурсійне обслуговування без транспортних послуг – 68,4 тис.грн., транспортне обслуговування – 478,2 тис.грн., інші послуги – 494,1 тис.грн.

Більш розгорнуто структура витрат має такий вигляд: витрати юридичних осіб - 4496,2 тис.грн.: проживання 3417,4 тис.грн., харчування – 52,1 тис.грн., медичне обслуговування – 2,2 тис.грн., екскурсійне обслуговування без транспортних послуг – 68,4 тис.грн., транспортне обслуговування – 462,0 тис.грн., інші послуги. – 494,1 тис.грн.; витрати фізичних осіб-підприємців – 99,2 тис.грн.: проживання 50,3 тис.грн., харчування – 10,1 тис.грн., медичне обслуговування – 5,1 тис.грн., транспортне обслуговування – 16,2 тис.грн. З показників витрат на виробництво турпродукту видно, що суб'єкти туристичної діяльності Закарпатської області (зокрема, туроператори) залучають не достатньо коштів. Це зумовлено тим, що багато з них працюють більше з виїзним туризмом, аніж з внутрішнім чи в'їзним. Постає проблема в популяризації внутрішнього і в'їзного туризму, а для цього необхідно запропонувати цікаві туристичні об'єкти. Внести свою долю в вирішення цієї проблеми може етноекзогенний туризм, який передбачає відвідання місць у певній країні (регіоні), у той чи інший спосіб пов'язаних з некорінними (алохтонними) етносами. Кількість реалізованих туристичних путівок суб'єктами туристичної діяльності Закарпатської області у 2014 р. становить 6912 одиниць (0,5 % від загальної реалізації путівок по Україні). Їх загальна вартість становить 56 263,5 тис. грн.

Більш розгорнуто структура реалізованих туристичних путівок має такий вигляд: юридичні особи – туроператори реалізували 3027 путівок на 12136,6 тис.грн., юридичні особи – турагенти реалізували 1794 путівки на 16461,4 тис.грн.; фізичні особи – турагенти реалізували 2092 путівки на 27665,5 тис.грн. Кількість туроднів за реалізованими путівками в Закарпатській області становить 92114 туроднів. Кількість туристів та екскурсантів, обслугованих суб'єктами туристичної діяльності Закарпатської області у 2014 році нараховує 11 625 осіб (0,5% від всієї кількості обслугованих туристів по Україні). Кількість туристів та екскурсантів, обслугованих юридичними особами – туроператорами становить 4846 осіб, юридичними особами – турагентами - 2635 осіб; фізичними особами – турагентами - 4144 осіб. Суб'єктами туристичної діяльності Закарпатської області обслуговано 1804 особи внутрішніх туристів, 6 осіб в'їзних (іноземних) туристів. На противагу цьому показнику виїзних туристів обслуговано 9815 осіб (юридичними особами – 5832 людини, фізичними особами-підприємцями – 3983 людини). Це свідчить про те, що туристична галузь Закарпатської області працює в більшості випадків на виїзд, а не на в'їзд і зацікавлення туристів Закарпаттям і Україною взагалі.

Висновок. Закарпаття за своїми фізико-географічними, кліматичними, природно-ресурсними та соціально-економічними умовами відноситься до територій, найбільш сприятливих для розвитку туризму. Важливим при аналізі місця і ролі туристичної галузі Закарпатської області в господарському комплексі регіону є визначення переліку показників, що дають характеристику впливу цієї галузі на економіку регіону. За

показниками туристичної діяльності у 2014 р. Закарпатська область займає посередні позиції, що свідчить про те, що туристичний ринок потребує розвитку і вдосконалення туристичного продукту. Розвиток туризму в сьогоднішніх умовах ускладнюється відсутністю єдиного органу управління та координації його діяльності.

Список використаних джерела

1.Суб'єкти туристичної діяльності за регіонами [Електронний ресурс] / Режим доступу: http://www.ukrstat.gov.ua/

Список использованных источников

1.Субьекты туристической деятельности по регионам [Электронный ресурс] / Режим доступа: http://www.ukrstat.gov.ua/

References

1.Business tourism activities by region [electronic resource] / Access: http://www.ukrstat.gov.ua/

УДК 338.48:640.4

Ганич Наталія Михайлівна

Львівський національний університет імені Івана Франка, м. Львів, Україна.
e-mail: Hanych@i.ua

РЕГІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА ЛЬВІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Метою статті є аналіз особливостей територіальної організації готельного господарства Львівської області в результаті впливу чинника урбанізації. Територіальна організація готельного господарства значною мірою залежить від системи розселення.

Методика. При написання статті використані статистичний та математичний методи дослідження. Проведено центрографічний аналіз.

Результати. В статті проаналізовано особливості впливу процесів урбанізації на розвиток і територіальну організацію готельного господарства Львівської області. Місцями найбільшого формування попиту на послуги закладів розміщення є великі міста та рекреаційно-туристичні території. Висвітлено тенденції розташування готельних комплексів у структурі міста. Значною мірою на розташування готелів в планувальній структурі міста впливає їх функціональне призначення.

Наукова новизна. В результаті центрографічного аналізу виявлено взаємовплив між рівнем урбанізації та географією закладів розміщення. На території Львівської області сформувалася моноцентрична Львівська агломерація та формується поліцентрична Дрогобицько-Трускавецька агломерації.

Практична значимість. Раціональне розміщення мережі підприємств готельного господарства передбачає створення найбільших зручностей для населення, а також забезпечення високої ефективності роботи самого підприємства.

Ключові слова: готельне господарство, рівень урбанізації, заклади розміщення.

УДК 338.48:640.4

Ганыч Наталия Михайловна

Львовский национальный университет имени Ивана Франка, г. Львов, Украина.
e-mail: Hanych@i.ua

РЕГИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ГОСТИНИЧНОГО ХОЗЯЙСТВА ЛЬВОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Целью статьи является анализ особенностей территориальной организации гостиничного хозяйства Львовской области в результате влияния фактора урбанизации. Территориальная организация гостиничного хозяйства в значительной степени зависит от системы расселения.

Методика. При написании статьи использованы статистический и математический методы исследования. Выполнено центрографический анализ.

Результаты. В статье проанализированы особенности влияния процессов урбанизации на развитие и территориальную организацию гостиничного хозяйства Львовской области. Местами крупнейшего формирования спроса на услуги средств размещения являются большие города и рекреационно-туристические территории. Освещены тенденции расположения гостиничных комплексов в структуре города. В значительной степени на расположение гостиниц в планировочной структуре города влияет их функциональное назначение.

Научная новизна. В результате центрографическогоо анализа выявлено взаимовлияние между уровнем урбанизации и географией средств размещения. На территории Львовской области сформировалась моноцентрическая Львовская агломерация и формируется полицентрическая Дрогобицко-Трускавецкая агломерации.

Практическая значимость. Рациональное размещение сети предприятий гостиничного хозяйства предусматривает создание наибольших удобств для населения, а также обеспечения высокой эффективности работы самого предприятия.

Ключевые слова: гостиничное хозяйство, уровень урбанизации, предприятия размещения.

UDC 338.48:640.4

Hanych Nataliya Mykhaylivna

Ivan Franko National University of Lviv,
Lviv, Ukraine, e-mail: Hanych@i.ua

REGIONAL FEATURES OF THE HOTEL INDUSTRY DEVELOPMENT IN LVIV REGION

Purpose. The aim of this article is to analyze the features of the territorial organization of the hotel industry in L'viv Region with the impact of such factor as urbanization. Territorial organization of the hotel industry is dependent on the systems of settling.

Methods. During the research the following methods were used – statistical, mathematical and centro-graphic analysis.

Results. The features of the urbanization impact upon the development and territorial organization of the hotel industry in L'viv Region are analyzed. The places with the biggest demand for the accommodation services are big cities and recreational-tourist destinations. The tendencies of the allocation of the hotel complexes are highlighted. Functions of the hotels greatly influence their allocation in the planning structure of the city.

Scientific novelty. As the result of the conducted centro-graphic analysis the inter-impact of the urbanization level and geography of the accommodation sites was revealed. In L'viv region the mono-centric L'viv agglomeration was formed and multi-centric Drohobych and Truskavets agglomeration is being formed.

The practical significance. The rational allocation of the chain of hotels provides comfort for people and enhance the effectiveness of the enterprises.

Key words: hotel industry, level of urbanization, accommodation sites.

Постановка проблеми. На розташування закладів готельного господарства впливають, з одного боку, особливості цільового призначення закладу, а з іншого – освоєність території, на якій вони

розташовані, тобто рівень розвитку інфраструктури. При формуванні загальної бази розміщення слід враховувати, що головними регуляторами ринку є попит і пропозиція, а вони зосереджені, головно, у міських поселеннях, поза як і більшість населення Львівської області проживає у міських поселеннях. Крім того, розвиток і територіальна організація готельного господарства зумовлюється низкою факторів і умов, а також зв'язками між закладами готельного господарства, системою розселення і об'єктами господарювання. Стрімкий розвиток туристичної сфери у Львівській області об'єктивно зумовлює акцентування уваги на географії закладів розміщення в області та чинниках, які її детермінують, спеціалізації, видовому розмаїтті, економічних характеристиках господарювання.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання розвитку готельної справи, класифікації засобів розміщення, оцінки якості послуг готельного господарства, формування механізмів конкурентних переваг в управлінні якістю готельних послуг та інші опрацьовані вітчизняними і зарубіжними вченими і практиками: Агеєвою О.А., Гараніною К.М., Байликом С.І., Бойцовою М., Волковим Ю.Ф., Єфимовою О.П., Кузнецовою Н.М., Федорченко В.К., Мальською М.П., Пандяком І.Г., Ганич Н.М. та ін.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. У даному дослідженні ми спробували зосередити увагу на чинниках впливу територіального зосередження об'єктів готельного господарства у межах Львівської області, які часто детермінують територіальний розподіл економічної діяльності не менш вагомо ніж ринкова кон'юнктура.

Формулювання цілей статті. Мета статті – відстежити вплив чинника урбанізації на територіальну організацію готельного господарства Львівської області.

Виклад основного матеріалу дослідження. Тлумачний словник української мови розглядає "урбанізацію" (від латинського *urbanus* – міський*)* як складний соціальний процес, що впливає на всі сторони життя суспільства, розуміючи під даною дефініцією зростання ролі міст у житті країни чи регіону [7, С.464].

Ще на початку XX ст. професор Володимир Кубійович відзначав посилення впливу міст на спосіб життя людей, їх життєдіяльність. Академік А.В.Степаненко констатує, що процес урбанізації супроводжується формування специфічного середовища для життєдіяльності населення і суттєвими змінами у його способі життя [6].

Проф. О.Шаблій називає урбанізацією соціально-економічний процес, що проявляється у зростанні міських поселень, концентруванні у них населення, у поширенні міського способу життя на всю мережу поселень [9, С.83].

Т.Заставецький вводить поняття "урбанізованості", позначаючи ним ступінь розвитку міського життя, тобто стану, досягнутого у процесі урбанізації. Урбанізація може відбуватися високими темпами за низької урбанізованості, або темпи урбанізації можуть сповільнюватися за високої

урбанізованості. Урбанізація та урбанізованість визначаються різними показниками. Оскільки урбанізація є процесом, її характеризують динамічні показники (темпи урбанізації), водночас урбанізованість характеризують статистичними показниками (кількість і частка міського населення, кількість міських поселень, їх площа та ін.) [2].

Побутує думка, що процес урбанізації пройшов три стадії:

− від виникнення міст до XVIII ст.;

− кінець XVIII − початок XX ст., коли відбувалося швидке зростання розмірів і чисельності міст;

− метрополізація, яка характеризується зосередженням людей, багатств, політичних, економічних, культурних установ у містах протягом XX ст.

Іноді виділяють четверту стадію – дезурбанізацію, тобто зростання передмість, міграцію у сільські райони, планування нових міст тощо [8].

У межах України упродовж II половини XX ст. Мохначук С.С. та Шипович Є.Й. виокремили три етапи урбанізації: 1) власне урбанізацію – процес росту міст; 2) розмивання ядер міст, формування агломерацій – субурбанізацію; 3) урбанізацію сільських поселень у межах урбанізованої зони – рурурбанізацію [4].

Для туризму доволі важливим є поняття “урбанізація природи”, яке означає перетворення природних ландшафтів у штучні під впливом міської забудови, негативним наслідком якого є і масове забруднення навколишнього середовища [3, с. 97].

Таким чином, урбанізація є багатогранним процесом, що охоплює різноманіні аспекти розвитку міст: демогеографічні, соціально-економічні, етнографічні, геокультурні та ін. Підприємці, які зважають на дані аспекти у розвитку власної справи, у даному випадку у готельному господарстві, володіють стійкими конкурентними перевагами на ринку готельних послуг.

Кількість населення та його розселення на територіях формування попиту на послуги закладів розміщення слугують чи не головними чинниками розвитку готельного господарства. Апріорі, місцями найбільшого формування такого попиту є великі міста та розвинені в рекреаційно-туристичному відношенні території. З одного боку, зосереджене у містах населення забезпечує заклади розміщення робочою силою, з іншого − виступає потенційним споживачем пропонованих готелями та іншими закладами розміщення послуг.

Зростання когорти міського населення України, яке здебільшого відбувається за рахунок міграції із сіл до міст та міжрегіональної міграції, впливатиме на зростання попиту на послуги закладів розміщення, оскільки пропорційно наростаючій міграційній активності українців (навіть вимушеній через військові дії на сході України) зростає кількість потенційних споживачів послуг індустрії гостинності. Інша справа, що такий попит є доволі диверсифікованим, насамперед за рівнем платіжеспроможності.

Рівень урбанізації у Львівській області становить 61% (станом на 1.01.2014 р.). За даним показником область поступається загальноукраїнському (69%), проте випереджує усі області у Західному регіоні країни. Серед областей Західного регіону лише у Львівській він перевищує 50%. Найвища частка міського населення (50-75%) у прикарпатських районах: Дрогобицькому, Стрийському і Миколаївському та північному Сокальському. Найнижчий рівень урбанізації (менше 25%) у південно-західних (Мостиський, Старосамбірський, Турківський) та східних (Перемишлянський і Радехівський) районах. Специфічним у цьому плані є Пустомитівський район, у ньому рівень урбанізації найнижчий – 14%.

На основі аналізу демогеографічної ситуації у Львівській області О.Перхач виокремлює у Львівській області шість демогеографічних районів: Центрально-Західний; Північно-Західний; Південний; Південно-Західний Східний; Південний гірський [5]. В межах виокремлених демогеографічних районів в табл.1 нами показано вплив рівня урбанізації на кількість закладів розміщення.

Таблиця 1

Розміщення міського населення та закладів розміщення в межах виокремлених у Львівській області демогеографічних районах (з містами обласного підпорядкування), на 1 січня 2014 р.

Демогеографічні райони	*Рівень урбанізації,%*	*Кількість закладів розміщення*
Центрально-Західний	80,6	110
Північно-Західний	54,4	17
Південний	65,2	80
Південно-Західний	33,9	22
Східний	37,7	19
Південний гірський	22,3	24

Найвищий рівень урбанізації в Центрально-Західному (80,6%) та Південному (65,2%) демогеографічних районах. На території Львівської області сформувалася моноцентрична Львівська агломерація та формується поліцентрична Дрогобицько-Трускавецька агломерації. Агломерації та міста разом із полімагістралями є основними елементами формування опорного каркасу розселення. Кількість закладів розміщення у даних районах нараховує 190 одиниць, що складає 69,9% від загальної кількості підприємств готельного господарства у Львівській області.

Застосування центрографічного аналізу у дослідженні дозволяє визначити та змістовно інтерпретувати центри ваги соціально-економічних явищ. Центр ваги має географічну природу, бо характеризується географічними координатами – характеристиками місцезнаходження явища. У випадку рівномірного розподілу явища територією його центр

ваги збігається з центром ваги території. У випадку, якщо явище розміщене на території пропорційно до іншого, то їх центри ваги збігаються. Територіальна близькість центрів ваги двох явищ засвідчує наявність зв'язків між ними.

Формули для обчислення координат центра ваги:

$$X = \frac{\sum_{i=1}^{M} p_i x_i}{P}, \qquad Y = \frac{\sum_{i=1}^{M} p_i y_i}{P},$$

де, <u>у першому випадку:</u>

$P = \sum_{i=1}^{M} p_i$, M – кількість адміністративних одиниць (міст обласного підпорядку-вання та адміністративних районів області), p_i – кількість юридичних/фізичних осіб закладів розміщення i-тої адміністративної одиниці, (x_i, y_i) – координати i-тої адміністративної одиниці.

<u>у другому випадку:</u>

$P = \sum_{i=1}^{M} p_i$, M – кількість адміністративних одиниць (міст обласного підпорядку-вання та адміністративних районів області), p_i – чисельність міського населення i-тої адміністративної одиниці, (x_i, y_i) – координати i-тої адміністративної одиниці.

Центр ваги географії закладів розміщення (2013 р.) припав на: **49º** 36´, 23º 47´, що відповідає координатам *с. Грімне* Городоцького району Львівської області (рис. 1, *маркер 1*);

Центр ваги географії закладів розміщення – юридичних осіб (2013 р.) припав на: **49º 39´, 23º 50´**, що відповідає координатам **смт Щирець** Пустомитівського району Львівської області (рис. 1, **маркер 2**);

Центр ваги географії закладів розміщення – фізичних осіб (2013 р.) припав на: **49º 33´, 23º 44´** коло **с. Грімне** Городоцького району Львівської області (рис. 1, **маркер 3**);

Обчислений центр ваги географії населення Львівської області (2013 р.) припав на: **49º 45´, 23º 55´**, що відповідає координатам **села Наварія** Пустомитівського району Львівської області (рисунок, **маркер 4**);

Центр ваги географії міського населення (2013 р.) припав на: **49º 46´, 23º 57´**, що відповідає координатам **села Сокільники** Пустомитівського району Львівської області (рисунок, **маркер 5**);

Центр ваги географії сільського населення (2013 р.) припав на: **49º 42´, 23º 52´**, що відповідає координатам **міста Пустомити** Пустомитівського району Львівської області (рисунок, **маркер 6**);

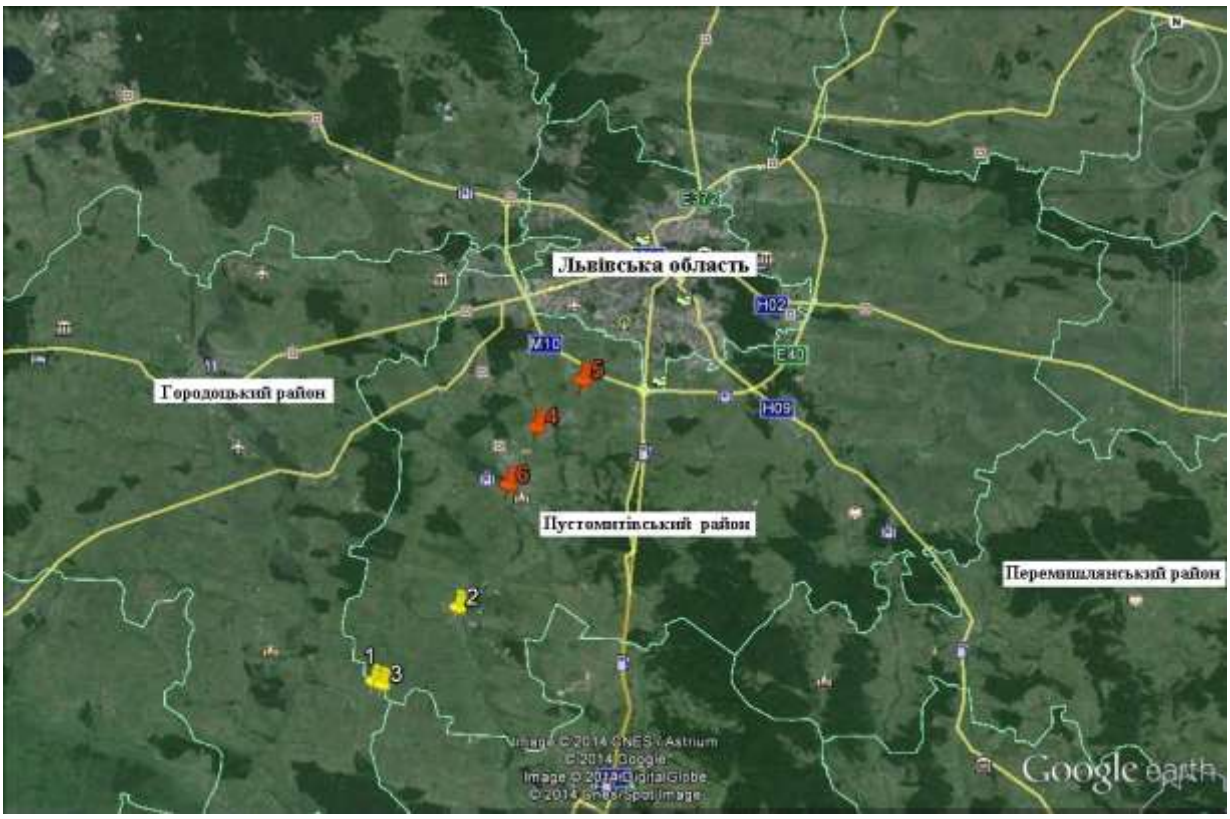

Рис. 1. Результати проведеного центрографічного аналізу між показниками кількості закладів розміщення та міського населення

Таким чином, географічний центр ваги закладів розміщення розташований на південний захід від географічного центра ваги населення. Це пояснюється двома причинами: формою області, яка витягнута з північного сходу на південний захід; кількісним переважанням закладів розміщення у Передкарпатті та Карпатах, порівняно з північно-східними районами, де рекреація розвинута слабо.

З іншої сторони, у межах області центри ваги обох досліджуваних показників характеризуються територіальною близькістю. Тому, констатуємо наявність очевидного взаємовпливу між рівнем урбанізації (кількістю міського населення) та географією закладів розміщення.

Раціональне розміщення мережі підприємств готельного господарства передбачає створення найбільших зручностей для населення за місцем роботи, відпочинку, а також забезпечення високої ефективності роботи самого підприємства. За умов конкуренції місце-розташування закладів розміщення має велике значення, тому додатково необхідно враховувати показники: наявності туристичного потенціалу, обсягів туристичних потоків, чинні нормативи розміщення підприємств готельного господарства.

Готелі часто виступають опорними елементами містопланувальної структури. Врахування містобудівних вимог часто потребує обмеження поверховості готелів і суттєво впливає на їх об’ємно-просторову композицію. Обмежувальними чинниками будівництва готелів у

центральних частинах міст є постійне зростання вартості землі, труднощі організації будівництва (ускладнені під'їзди, відсутність постійних паркувальних місць для транспорту тощо). На розташування готелів у планувальній структурі міста суттєво впливає їх функціональне призначення. С.І.Байлик виділяє кілька характерних прийомів розміщення готелів у планувальній структурі міста:

1) у центрі міста;
2) на територіях, прилеглих до центру;
3) у центрі житлових районів і мікрорайонів;
4) на межі міста;
5) поза межами міста [1, С. 81].

Практика експлуатації готелів показує, що найефективнішим є їх розміщення у центрі міст, оскільки саме центр будь-якого міста добре пов'язаний транспортом з усіма районами та головними комунікаційними осередками. У межах історичного центру міста сконцентровані основні архітектурні та історичні пам'ятки, що створює комфортні умови для туристів, оскільки об'єкти їхніх інтересів знаходяться у зоні пішохідної доступності.

Дедалі частіше готелі розташовують у зоні, прилеглій до центру. Тут значно більше придатних для будівництва територій, вартість землі нижча, комфортність середовища вища, шумове забруднення відносно невелике. Таке розміщення є оптимальним і поширеним. Водночас дещо погіршується транспортна доступність.

Свої переваги має розміщення готелів у центрі житлових районів та мікрорайонів: тут є вільні території для влаштування під'їздів і стоянок для пасажирських, екскурсійних автобусів, автомашин.

Свою специфіку має розміщення готелів на межі міста. Як правило, вони розташовуються в зоні в'їзду до міста на автомагістралях. Такі заклади розміщення призначені здебільшого для автотуристів. Невід'ємною умовою розміщення повинні бути зручні місця для з'їзду із транспортних артерій і добра видимість будівлі. Від готелів, що розташовані поза за межами міста, значно важче дістатися центру міста.

Основною закономірністю територіальної організації готельного господарства Львівської області є тяжіння до міст та автомагістралей.

Проблемою готельного господарства Львівської області є моноцентрична просторова організація; готелі та інші місця для короткотермінового проживання сконцентровані переважно в обласному центрі. Інші територіальні одиниці значно поступаються обласному центру за показниками розвитку готельної мережі.

Останнім часом активно розвивається діловий туризм. Цей напрям туризму охоплює поїздки, зумовлені професійною діяльністю і пов'язані з діловими зустрічами, конференціями, стажуванням тощо. Готелі насамперед орієнтуються на збут свого продукту. Досить актуальним є питання оцінки потенціалу певного готелю за місцем його розташування.

Наприклад, у виборі готелю діловими туристами фактор розташування у центрі міста є вирішальним.

Попередники сучасних бізнес-готелів розміщувались на шляху подорожуючих. Розвиток залізниць сприяв будівництву багатьох готелів поблизу вокзалів. Готелі центрі міста з часом стали не лише місцями розміщення приїжджих, а й суспільними центрами для місцевих жителів. Сучасні бізнес-готелі знаходяться в діловій або центральній частинах міста і обслуговують насамперед бізнес-туристів. Це найбільша група готельних підприємств, оскільки, за статистикою, більше половини поїздок здійснюється саме з діловою метою. Обслуговування в них спрямоване на створення відповідної атмосфери, умов в номері для професійної діяльності, тому, крім зони відпочинку, тут є спеціальні приміщення і обладнання для проведення ділових заходів (конференц-зали, переговорні кімнати і т. д.), пункти обміну валют і відділення банків, серед додаткових послуг надаються послуги пральні, хімчистки, спортивних центрів, прокат автомобілів тощо. Готелі, які обслуговують бізнес-клієнтів мають змогу точно прогнозувати завантаження і здійснювати бронювання.

Для розвитку ділового туризму в головних містах Львівської області потрібно розвивати комфортну готельну базу, обладнану сучасними конференційними залами.

При спорудженні фешенебельних готелів обов’язковими стали такі спортивно-розважальні елементи, як плавальні басейни сучасних конструкцій закритого і відкритого типу, сауни, солярії, гімнастичні і спортивні зали з кабінетами для масажу, косметичні салони, бари, нічні клуби.

Висновки. Готельне господарство, як одна з основних складових туристичної індустрії України, динамічно розвивається. Його розвиток впливає на розвиток індустрії туризму загалом, виробництво туристичних послуг і решту ключових секторів економіки, як транспорт, зв’язок, торгівля, будівництво, сільське господарство та ін., формуючи так званий мультиплікативний ефект впливу.

Формування готельного господарства як пріоритетної галузі розвитку економіки багатьох регіонів України та держави загалом обумовлює необхідність комплексного вивчення можливостей використання території для розвитку туристичної діяльності на ринку туристичних послуг. Прискорений розвиток сфери послуг, прагнення підприємств отримати найвищий прибуток та зростаюча платоспроможність споживачів сприяють розширенню та урізноманітненню діяльності готельних підприємств.

Список використаних джерел:

1. Байлик С.И. Гостинничное хозяйство. Проблемы, перспективы, сертификация / С.И.Байлик. – Киев: Альтерпрес, 2005. – 208 с.

2. Заставецький Т. Система міських поселень агропромислового регіону в умовах трансформації суспільства. Монографія / Т. Заставецький – Тернопіль: Ред.-вид. відділ ТНПУ, 2005. – 160 с.

3. Мальська М.П. Міжнародний туризм і сфера послуг: підручник / Мальська М.П., Антонюк Н.В., Ганич Н.М. – К.: Знання, 2008. – 661 с.
4. Мохначук С.С. Зміни у чисельності та розміщення населення Української РСР у період між Всесоюзними переписами 15.1.1959 та 15.1.1970 рр. / С.С.Мохначук, Є.Й.Шипович. — Київ: Вид-во Київського університету, 1972. – С.41-48.
5. Перхач О.Р. Демогеографія регіону в умовах депопуляції населення (на матеріалах Львівської області) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. геогр. наук : спец. 11.00.02 – економічна і соціальні географія/ О.Р.Перхач. – Львів, 1999. – 17 с.
6. Степаненко А.В. Социально-экономическое развитие городов [Тест] / А.В.Степаненко. – Киев: Наукова думка, 1988. – 206 с.
7. Тлумачний словник сучасної української мови: Близько 50000 сл. [Уклад. І.М.Забіяка]. – Київ: Арій, 2007. – С. 464.
8. Урбанізація. – [Електронний ресурс]. – режим доступу: http://uk.wikipedia.org/wiki/Урбанізація
9. Шаблій О.І. Суспільна географія: теорія, історія, українознавчі студії: монографія / О.І. Шаблій. – Львів: Видавничий центр ЛНУ ім. Івана Франка, 2001. – С.83.

Список использованных источников:

1. Байлик С.И. Гостинничное хозяйство. Проблемы, перспективы, сертификация / С.И.Байлик. – Киев: Альтерпрес, 2005. – 208 с.
2. Заставецкий Т. Система городских поселений агропромышленного региона в условиях трансформации общества. Монография / Т. Заставецкий – Тернополь: Ред.-изд. отдел ТНПУ, 2005. – 160 с.
3. Мальская М.П. Международный туризм и сфера услуг: учебник / Мальская М.П., Антонюк Н.В., Ганыч Н.М. – М .: Знание, 2008. – 661 с.
4. Мохначук С.С. Изменения в численности и размещения населения Украинской ССР в период между Всесоюзными переписами 15.1.1959 и 15.1.1970 гг. / С.С.Мохначук, Е.Й.Шипович. – Киев: Изд-во Киевского университета, 1972. – С.41-48.
5. Перхач О.Р. Демогеография региона в условиях депопуляции населения (на материалах Львовской области): автореф. дис. на соискание научн. степени канд. геогр. наук: спец. 11.00.02 – экономическая и социальная география / О.Р.Перхач. – Львов, 1999. – 17 с.
6. Степаненко А.В. Социально-экономическое развитие городов [Тест] / А.В.Степаненко. – Киев: Наукова думка, 1988. – 206 с.
7. Толковый словарь современного украинского языка: Около 50 000 сл. [Сост. И.М.Забияка]. – Киев: Арий, 2007. – С. 464.
8. Урбанизация. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://uk.wikipedia.org/wiki/Урбанізація
9. Шаблий О.И. Общественная география: теория, история, украиноведческие студии: монография / О.И. Шаблий. – Львов: Издательский центр ЛНУ им. Ивана Франка, 2001. – С.83.

References:

1. Bailyk S. The Hotel Industry. Problems, perspectives, certification. – Kyiv: Alterpress, 2005. – 208 pp.
2. Zastavetskyy T. System of the urban settlements of the agri-industrial region in the period of society transformation. Ternopil, 2005. – 160 pp.
3. Malska M. International Tourism and service industry / Malska M., Antonyuk N., Hanych N. – Kyiv: Znannya, 2008. – 661 pp.
4. Mokhnachuk S. Change in the number and settlement of the people in Ukrainian Soviet People's Republic in the period between census 15.01.1959 and census 15.01.1970. – Kyiv: 1972. – p. 41-48.
5. Perkhach O. Demogeography of the region in the conditions of depopulation (case of L'viv region). – L'viv, 1999. – 17 pp.
6. Stepanenko A. Social-economic development of the cities. – Kyiv: 1988, 206 pp.
7. Explanatory dictionary of the modern Ukrainian language. – Kyiv, 2007. – p. 464.
8. Urbanization. – [Electronic Resource]. – available at http://uk.wikipedia.org/wiki/Урбанізація
9. Shabliy O. Social geography: theory, history, Ukrainian studies. – L'viv, 2001. – p. 83.

УДК 658.64

Муха Інна Юріївна Національний університет харчових технологій, м. Київ, Україна. e-mail: mychainna@gmail.com

Лявинец Георгий Михайлович Національний університет харчових технологій, м. Київ, Україна. e-mail: lyavinets@gmail.com

Губеня В'ячеслав Олександрович Національний університет харчових технологій, м. Київ, Україна. e-mail: gubenya@inbox.ru

Гавриш Андрій Володимирович, кандидат технічних наук, доцент Національний університет харчових технологій, м. Київ, Україна. e-mail: aquaaqua2@ya.ru

ОСОБЛИВОСТІ НАДАННЯ ДОДАТКОВИХ ПОСЛУГ У ГОТЕЛЯХ ДІЛОВОГО ПРИЗНАЧЕННЯ

Метою написання даної статті було розглянути асортимент додаткових послуг у готелях ділового призначення та проаналізувати проблеми організації цих послуг.

Методика. При дослідженні проблематики статті використовувались аналітичний та статистичний методи, а також вивчення публіцистичних праць і видань.

Результати. Обґрунтовано необхідність диверсифікації послуг для бізнес-туристів.

Ключові слова: готельна послуга, готельний продукт, бізнес-готель, конгрес-готель.

УДК 658.64

Муха Инна Юрьевна Национальный университет пищевых технологий, г. Киев, Украина. e-mail: mychainna@gmail.com

Лявинец Георгий Михайлович Национальный университет пищевых технологий, г. Киев, Украина. e-mail: lyavinets@gmail.com

Губеня Вячеслав Александрович Национальный университет пищевых технологий, г. Киев, Украина. e-mail: gubenya@inbox.ru

Гавриш Андрей Владимирович, кандидат технических наук, доцент Национальный университет пищевых технологий, г. Киев, Украина. e-mail: aquaaqua2@ya.ru

ОСОБЕННОСТИ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫХ УСЛУГ В ГОСТИНИЦАХ ДЕЛОВОГО НАЗНАЧЕНИЕ

Целью написания данной статьи было рассмотреть ассортимент дополнительных услуг в гостиницах делового назначения и проанализировать проблемы организации этих услуг. *Методика.* При исследовании проблематики статьи использовались аналитический и статистический методы, а также изучения публицистических работ и изданий. *Результаты*. Обоснована необходимость диверсификации услуг для бизнес-туристов. *Ключевые слова:* гостиничная услуга, гостиничный продукт, бизнес-отель, конгресс-отель.

UDC 658.64

Mukha Inna Yuriivna National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine, e-mail: mychainna@gmail.com

Liavynets Georgii Myhailovych National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine, e-mail: lyavinets@gmail.com

Hubenia Viacheslav Oleksandrovych National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine, e-mail: gubenya@inbox.ru

Havrysh Andrii Volodymyrovych, Candidate of Engineering Sciences, Associate Professor National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine, e-mail: aquaaqua2@ya.ru

FEATURES PROVISION OF ADDITIONAL SERVICES IN THE HOTEL BUSINESS PURPOSES

The purpose of this article is consider a range of additional services in the hotels business purposes and problems of organization of this services.

Methods. At research of perspective articles used analytical and statistical methods, as well as the study of journalistic works and publications.

Results. As a result of the necessity of diversification of services for business travelers.

Keywords: hotel services, hotel product, business hotel, congress hotel.

Постановка проблеми. Діловий туризм є одним з пріоритетних і найперспективніших напрямків сучасного туризму. Він є найбільш прибутковим, адже подорожуючі – це зазвичай бізнесмени чи просто забезпечені люди, які можуть дозволити собі багато. Щорічно в світі здійснюється більше 100 млн. бізнес-турів [1]. Частка бізнес-туризму в світі, за оцінками експертів ВТО, становить майже 20%, а 50% доходів авіакомпаній та 60% доходів готелів становить обслуговування туристів саме цієї категорії [4].

Додаткові послуги є невід’ємною складовою діяльності будь-якого готелю. Тому орієнтація додаткових послуг готельного підприємства на бізнес-туристів і поліпшення їх якості є визначальним чинником у формування готельного продукту.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Проблеми й перспективи розвитку ділового туризму в Україні й світі досліджували в своїх працях такі вчені, як: В.К. Федорченко [6], А.Ю. Александрова [1], М.П. Мальська [3,4] та ін. Організації надання основних та додаткових послуг в готельних підприємствах присвятили роботи Г.Я. Круль [2] та Х.Й. Роглєв [5].

Постановка завдання. Дослідити особливості надання та перспективи розвитку додаткових послуг для бізнес-туристів.

Готельна послуга — це дія (операція) підприємства з розміщення споживача через пропозицію номера (місця) для тимчасового проживання у готелі, а також інша діяльність, пов'язана з розміщенням і тимчасовим перебуванням. Особливості готельних послуг полягають у нездатності до зберігання, мінливості якості їх надання та нерозривності процесу виробництва і споживання послуг.

Діловий туризм також має свою сезонність. Спад ділової активності припадає на літо і в новорічні свята. Тому у ці періоди готелі можуть отримувати доходи від інших своїх ресурсів, в тому числі і додаткових послуг. Так наприклад, від ресторанів, салонів краси, в які ходять і місцеві жителі. Притік відвідувачів ззовні, що не проживають в готелі, вважається основним критерієм успішності готелю. Крім того, непоганий дохід дає організація новорічних, різдвяних корпоративних заходів та інших святкових програм.

Асортимент додаткових послуг закладу розміщення безпосередньо залежить від його типу та категорії. Більш опосередковано на перелік послуг може впливати територіальне розміщення, місткість та контингент потенційних споживачів. Готелі категорії 4* і 5* повинні надавати весь комплекс додаткових послуг, що потребує від них розвиненої інфраструктури (наявності закладів ресторанного господарства, конференц-залів, бізнес-центру, тренажерного залу, spa-центру, салону-перукарні, торговельних кіосків, відділень зв'язку і банку, квиткових кас, відділень побутового обслуговування тощо). Диверсифікація додаткових послуг дозволяє не лише розширювати перелік пропозицій для гостей готелю, але і залучати до відвідування готельного комплексу місцевих жителів.

Асортимент додаткових послуг поділяють на групи, що мають загальні риси з точки зору задоволення попиту споживачів:

1) Полегшують перебування туристів у готелі та туристичному районі:

- інформаційні;
- комунально-побутові;
- посередницькі;
- послуги автотуристам;
- надання друкованої продукції;
- продаж товарів;
- прокат спортивного, пляжного інвентарю, автомобілів, техніки та ін.;
- зберігання кореспонденції, цінностей.

2) Збагачують знання туристів про район, країну (організація екскурсій, зустрічей, перегляду фільмів, урочистостей з нагоди національних свят).

3) Підвищують рівень комфорту в номерах (послуги room-service, медичні та косметичні процедури, встановлення додаткового обладнання в номері, організація спортивно-оздоровчих послуг, створення умов для проведення конференцій тощо).

4) Задовольняють особливі вимоги гостей – діячів мистецтва, спортсменів, бізнесменів та ін. (надання музичних інструментів, послуг особистого екскурсовода, перекладача, секретаря тощо). [2]

У наш час вже недостатньо надати гостю звичайний номер з сніданком. Запити бізнес-туристів щодо комфортності перебування у

готелі стають все вище, і, щоб задовольнити їх, готельним підприємствам доводиться організовувати безліч додаткових послуг. Адже ділові туристи бережуть свій час і бажають, щоб засідання і ділові зустрічі проходили як можна ближче до місця їх мешкання – тобто отримати всі можливі послуги не виходячи з готелю. Переважна більшість організаторів різноманітних заходів обирають для своїх цілей комфортабельні готелі категорії 4*, трохи рідше – 5*. Серед критеріїв, найбільш важливих при виборі готелю, зазвичай пріоритетними є місцеположення (часто у центрі міста), ціни, якість обслуговування безпеку, високий рівень технічного забезпечення і наявність конференц-залів та кімнат для переговорів.

Структура ділового туризму за метою поїздок зображена на діаграмі. (рис. 1).

Рис.1 Сегментування ділового туризму за метою подорожі

З діаграми видно, що третину всіх турів займають індивідуальні ділові поїздки, які організовують промислові й торговельні корпорації. Поодинокі конгресмени на відміну від звичайних групових туристів в основному віддають перевагу більш дорогим одномісним номерам підвищеної комфортності. Тому номерний фонд готелів ділового призначення повинні налічувати не менше 70% одномісних номерів. А обслуговування таких корпоративних бізнес-туристів може принести готелю до 40-50% доходів. Перевага розміщення корпоративних груп над індивідуальними бізнес-туристами для готелю полягає у тому, що можна відразу заповнити готель на 60-65%. Аналогічне навантаження лягає на конференц-зали і ресторани. Що правда, орієнтація готелю на обслуговування корпорацій не передбачає формування широкого кола постійних клієнтів.

Система додаткових послуг на відміну від інших частин готельного бізнесу вимагає нестандартних підходів до розв'язання багатьох питань. Правильна організація процесу впровадження і надання додаткових послуг обумовлює можливість розширення переліку пропозицій для клієнтів готелю і залучення додаткових категорій споживачів. Найбільший додатковий дохід готелям на даний момент приносить організація конгрес-центру, що залучає бізнес-клієнтів, які мають в своєму розпорядженні значні грошові кошти. Для таких подорожуючих готелі обладнують номери, що створюють ілюзію домашнього затишку, і навіть «творчі

номери-люкс» зі спеціальними дошками у душових кімнатах, на яких можна записувати ідеї, з великою кількістю ігор-головоломок, міні-барами, заповненими «їжею для мозку», а також найсучаснішим електронним обладнанням, необхідним мандрівним бізнесменам. Іноземні туристи часто обирають мережеві готелі, що зарекомендували себе в усьому світі високим рівнем комфорту і якістю обслуговування. В Україні вони представлені мережами Хілтон, Marriott, IHG, Radisson, Global Hyatt Corporation. Це готелі, що пропонують своїм гостям наступні додаткові послуги:

- оренда концеренц-залів і кімнат для переговорів;
- оренда мультимедійного технічного обладнання;
- послуги перекладачів і гідів;
- послуги секретаря-референта;
- послуги бізнес-центру;
- організація кава-брейку, welcome-cocktail тощо;
- трансфер;
- замовлення та доставка квитків;
- послуги міжміського та міжнародного зв'язку тощо.

Найголовнішими вимогами, які бізнес-туристи висувають до готельних послуг, все ж залишаються: швидкість обслуговування (поселення та виїзду), комфортність проживання (наявність достатньої кількості розеток у номері, хороша звукоізоляція, що сприяє міцному сну, можливість замовити їжу в номер тощо), надійність і пунктуальність транспортних послуг, зручне територіальне розташування готелю.

Висновки. Диверсифікація асортименту додаткових готельних послуг дозволяє готельному підприємству отримати значні переваги у складній конкурентній боротьбі в індустрії гостинності. Вони не лише забезпечують значну частину доходу готельного підприємства, а й сприяють створення позитивного іміджу та залученню постійних гостей закладу.

Список використаних джерел:

1.Александрова А.Ю. Міжнародний туризм: підручник / А.Ю. Александрова. - М.: Аспект Пресс, 2004. - 185 с.
2.Круль Г.Я. Основи готельної справи: навч. посіб. / Г.Я. Круль - К.: Центр навчальної літератури, 2011 - 368с.
3.Мальська М.П. Міжнародний туризм і сфера послуг: підручник / М.П. Мальська, Н.В. Антонюк, Н.М. Ганич. - К.: Знання, 2008. - 661 с.
4.Мальська М.П. Основи туристичного бізнесу: навч. посіб. / М.П. Мальська, В.В. Худо, В.І. Цибух. - К.: Центр навчальної літератури, 2004. - 272 с.
5.Роглєв Х.Й. Основи готельного менеджменту: навч. посіб. / Х.Й. Роглєв - К.: Кондор, 2005. - 408 с.
6.Федорченко В.К. Готельне господарство: основні показники, оцінка якості послуг: навч. посіб. / В.К. Федорченко, І.М. Мініч. - К.: Логос, 1999. - 76 с.

Список использованных источников:

1. Александрова А.Ю. Международный туризм: учебник / А.Ю. Александрова. - М .: Аспект Пресс, 2004. - 185 с.

2. Круль Г.Я. Основы гостиничного дела: учеб. пособие. / Я. Круль - К.: Центр учебной литературы, 2011 - 368с.
3. Мальская М.П. Международный туризм и сфера услуг: учебник / М.П. Мальская, Н.В. Антонюк, Н.М. Ганич. - К.: Знание, 2008. - 661 с.
4. Мальская М.П. Основы туристического бизнеса: учеб. пособие. / М.П. Мальская, В.В. Худо, В.И. Цыбух. - К.: Центр учебной литературы, 2004. - 272 с.
5. Роглев Х.Й. Основы гостиничного менеджмента: учеб. пособие. / Х.Й. Роглев - К.: Кондор, 2005. - 408 с.
6. Федорченко В.К. Гостиничное хозяйство: основные показатели, оценка качества услуг: учеб. пособие. / В.К. Федорченко, И.М. Минич. - К.: Логос, 1999. - 76 с.

References:

1. Aleksandrova A. Y. (2004), International tourism , Aspect Press, Moscow.
2. Krul` G.Y. (2011), Fundamentals hotel business, Textbooks Center, Kyiv.
3. Mal`s`ka M.P. (2008), International tourism and service industry, in Mal`s`ka M.P., Antoniuk N.V., Ganych N.M. (Ed.), Knowledge, Kyiv.
4. Mal`s`ka M.P. (2004), Tourist Business Fundamentals, in Mal`s`ka M.P., Khudo V.V., Tsybukh V.I. (Ed.), Textbooks Center, Kyiv.
5. Rohlyev H.Y. (2005), Basics of Hotel Management, Condor, Kyiv.
6. Fedorchenko V.K. (1999), Hospitality: basic indicators, assessment of quality of services, in Fedorchenko V.K., Minich I.M. (Ed.), Logos, Kyiv.

УДК 640.4:621.31

Арпуль Оксана Володимирівна,
кандидат технічних наук, доцент
Національний університет харчових технологій, м. Київ, Україна, e-mail: kseniya_arp@mail.ru

Цирульнікова Віта Валентинівна,
кандидат технічних наук
Національний університет харчових технологій, м. Київ, Україна
e-mail: Vita-Niki@mail.ru

Любачевська Надія Сергіївна
Національний університет харчових технологій, м. Київ, Україна
e-mail: Lubachevskanadia@mail.ru

СУЧАСНА СИСТЕМА ЕНЕРГОЗБЕРЕЖЕННЯ В ГОТЕЛЯХ

Мета. Обґрунтування доцільності впровадження і використання пристроїв системи INNCOM компанії Honeywell, що спеціалізується на енергозбереженні, у вітчизняних закладах готельного господарства.

Методика. В даній статті використано наступні методи дослідження: аналіз, порівняння та аналогія.

Результати. Ефективне використання енергетичних ресурсів є надзвичайно актуальним питанням. Для вітчизняних готельних комплексів комунальні платежі є одним з основних витратних статей, що становить до 40% всіх експлуатаційних витрат. Неухильне зростання тарифів на комунальні послуги перед власниками готелів гостро ставить за мету зменшення енерго- і ресурсовитратності, підштовхують до активного пошуку можливостей економії ресурсів для збереження рентабельності готельного бізнесу. Система INNCOM компанії Honeywell є ефективним та вигідним інноваційним рішенням в готельному господарстві. Встановивши дану систему, власник готелю економить на витратах за енергоносії та повертає витрачені кошти протягом 2…3 років.

Наукова новизна. Впровадження системи INNCOM компанії Honeywell в закладах готельного господарства в Європі є досить розповсюдженим, а на території України це не є популярним. Та досліджуючи витрати за енергоносії готельними комплексами впровадження даної системи є досить актуальним.

Практична значимість. У статті розглянуто сучасну систему енергозбереження в готелях та можливість заощадження коштів на витратах за комунальні послуги закладами готельного господарства в Україні, за допомогою впровадження пристроїв системи INNCOM компанії Honeywell.

Ключові слова: пристрої системи INNCOM, компанія Honeywell, енергозбереження, заклади готельного господарства, зменшення витрат.

УДК 640.4:621.31

Арпуль Оксана Владимировна,
кандидат технических наук, доцент
Национальный университет пищевых технологий, г. Киев, Украина.
e-mail: kseniya_arp@mail.ru

Цырульникова Вита Валентиновна,
кандидат технических наук
Национальный университет пищевых технологий, г. Киев, Украина.
e-mail: Vita-Niki@mail.ru

Любачевская Надежда Сергеевна
Национальный университет пищевых технологий, г. Киев, Украина.
e-mail: Lubachevskanadia@mail.ru

СОВРЕМЕННАЯ СИСТЕМА ЭНЕРГОСБЕРЕЖЕНИЯ В ОТЕЛЯХ

Цель. Обоснование целесообразности внедрения и использования устройств системы INNCOM компании Honeywell, которая специализируется на энергосбережении, в отечественных заведениях гостиничного хозяйства.

Методика. В данной статье использованы следующие методы исследования: анализ, сравнение и аналогия.

Результаты. Эффективное использование энергетических ресурсов является чрезвычайно актуальным вопросом. Для отечественных гостиничных комплексов коммунальные платежи являются одним из основных расходных статей, составляет до 40% всех эксплуатационных расходов. Неуклонный рост тарифов на коммунальные услуги перед владельцами гостиниц остро ставит целью уменьшение энерго- и ресурсозатратности, подталкивают к активному поиску возможностей экономии ресурсов для сохранения рентабельности гостиничного бизнеса. Система INNCOM компании Honeywell является эффективным и выгодным инновационным решением в гостиничном хозяйстве. Установив данную систему, владелец отеля экономит на расходах за энергоносители и возвращает потраченные средства в течение 2 ... 3 лет.

Научная новизна. Внедрение системы INNCOM компании Honeywell в заведениях гостиничного хозяйства в Европе является достаточно распространенным, а на территории Украины это не является популярным. И исследуя расходы за энергоносители гостиничными комплексами внедрения данной системы является весьма актуальным.

Практическая значимость. В статье рассмотрены современную систему энергосбережения в гостиницах и возможность экономии средств на расходах за коммунальные услуги учреждениями гостиничного хозяйства в Украине, с помощью внедрения устройств системы INNCOM компании Honeywell.

Ключевые слова: устройства системы INNCOM, компания Honeywell, энергосбережение, учреждения гостиничного хозяйства, уменьшение затрат.

UDC 640.4:621.31

Arpul Oksana Volodymyrivna,
candidate of sciences (technology)
National University Of Food Technologies, Kyiv, Ukraine, e-mail: kseniya_arp@mail.ru

Tsyrulnikova Vita Valentynivna,
National University Of Food technologies, Kyiv, Ukraine, e-mail: Vita-Niki@mail.ru

Candidate of Technology Sciences
Liubachevska Nadia Serhiivna National University Of Food Technologies, Kyiv, Ukraine, e-mail: Lubachevskanadia@mail.ru

MODERN ENERGY SYSTEM IN HOTELS

Purpose. Justification feasibility of implementation and use of system devices INNCOM company Honeywell, specializing in energy saving, in domestic hotel management schools.

Methods. This article uses the following methods: analysis, comparison and analogy.

Results. Efficient use of energy is an extremely important issue. For domestic hotel complexes utilities is a major expenditure items, representing 40% of operating costs. The steady growth in utility tariffs to the owners acutely hotel aims to reduce energy and resursovytratnosti, pushing to actively search for opportunities to conserve resources to preserve the profitability of the hotel business. INNCOM company Honeywell system is effective and profitable innovative solutions in the hotel industry. By installing this system, saving on hotel costs for energy and return the money spent for 2 ... 3 years.

Scientific innovation. Implementation of INNCOM company Honeywell facilities in the hotel industry in Europe is quite common, and in Ukraine it is not popular. And exploring energy costs for hotel complex implementation of this system is very important.

The practical significance. The article deals with modern energy saving rates and the possibility of saving on costs for utilities institutions of Hotel Management in Ukraine by implementing system devices INNCOM company Honeywell.

Keywords: device system INNCOM, company Honeywell, energy saving, hotel enterprises, reducing costs.

Постановка проблеми. В сучасному світі при постійному зростанні матеріальних і духовних потреб суспільства, динамічному розвитку науково-технічного прогресу питання ефективного використання енергетичних ресурсів є надзвичайно актуальним. Для України зниження витрат на енергозабезпечення промислових об’єктів та населення є ще більш актуальним у зв’язку з суттєвою залежністю економічної і політичної стабільності держави від вартості енергоносіїв та їх кількості, значна частина яких імпортується [3].

Темпи зростання споживання енергії перевищують нині темпи зростання чисельності населення Землі. Так, 6 млрд. людей на планеті споживають більше 12 млрд. кВт·год енергії за рік, тобто у середньому 2 кВт·год на людину. Енергію отримують переважно з: нафти (42 %), вугілля (26 %), газу (20 %), ядерної енергії (5 %), гідроенергії (4 %), інших джерел (3 %). Тобто, майже 90 % енергії з органічних видів палива – нафти, вугілля, газу. Ці джерела енергії називають невідновлюваними, бо швидкість їх накопичення в надрах Землі набагато менша від швидкості їх витрачання людством (приблизно у 106 разів) [1].

Нераціональне використання природних ресурсів та енергії – це проблема без державних кордонів, яка викликає велике занепокоєння людства. В нашій країні постійне скорочення існуючих видів невідновлюваного палива (нафта, газ, вугілля) і суттєве зростання цін на енергоносії, за яким не встигають збільшуватись заробітні плати, пенсії та

інші соціальні виплати зумовлюють неабияку актуальність питання підвищення ефективності та відповідальності за використання енергетичних ресурсів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. В Україні ґрунтовні наукові дослідження щодо забезпечення енергозбереження та енергоефективності припадають на початок 1990-х рр., після здобуття незалежності. Дослідження здійснювалися низкою наукових установ та організацій, органами державної влади і місцевого самоврядування. Значний внесок у розвиток енергозбереження і енергоефективності, поштовх до подальших досліджень зробили праці вітчизняних та зарубіжних фахівців, зокрема Г. Бабієва, С. Бевза, В. Бодрова, С. Денисюка, О. Дідука, В. Жовтянського, М. Ковалка, М. Кулика, О. Єрохіна, В. Микитенко, І. Розпутенка, Г. Ситника, В. Степаненка, О. Суходолі, А. Шидловського та ін.

Постановка завдання. Нині енергозбереження – це одне з пріоритетних завдань держави, що пов'язано з поступовим виснаженням основних енергоресурсів, зростаючою вартістю їх видобутку, а також з глобальними екологічними проблемами. Економія енергії – це ефективне використання енергоресурсів за рахунок застосування інноваційних рішень, здійсненних технічно, обґрунтованих економічно, які прийнятні з екологічної та соціальної точок зору і не змінюють звичного способу життя. По суті, енергозбереження в будь-якій сфері зводиться до зменшення втрат енергії. На сьогоднішній день одним з найдорожчих видів енергії – є тепло. Зниження його втрат за рахунок застосування сучасних енергозберігаючих систем призводить до суттєвого заощадження коштів [5].

Виклад основного матеріалу. Нині складно переоцінити важливість проектів енергоефективності для української економіки в цілому і сфери обслуговування зокрема. В умовах подорожчання традиційних енергоресурсів, нестабільності їх поставки, одним із шляхів збереження успішного готельного бізнесу і його подальшого розвитку є зменшення споживання енергії та раціональне управління інфраструктурою.

Для більшості готелів витрати на електроенергію, опалення і кондиціонування становлять не менше 40 % всіх експлуатаційних витрат. Впровадження в готелях інноваційних рішень дозволяє скоротити споживання енергоресурсів, забезпечити автономне енергозабезпечення та раціональне управління готельною інфраструктурою, що є невід’ємною ефективною складовою бізнесу. Тому власники готельних підприємств повинні активно шукати й впроваджувати інновації для економії ресурсів [2].

Логічною вершиною оптимізації енергоспоживання готелю вважається застосування енергозберігаючого обладнання та систем.

В даній статті розглядається питання сучасної системи енергозбереження. Дуже часто, два поняття, «розумний будинок» та «система енергозбереження», плутають, або, взагалі, сприймають як одне й те ж. Та це не так.

На Заході програмно-апаратне рішення, так званий «smart house» або «розумний будинок», користується все більшою популярністю в готельному бізнесі. Так, для готелів, що входять в найбільші міжнародні мережі (Marriott, Sheraton, Hilton тощо), по суті, це стало корпоративним стандартом. Такі системи дозволяють досягти 20% економії енергоресурсів, а також істотно економлять час і трудовитрати обслуговуючого персоналу [4].

«Розумний будинок» (*smart house, smart home, intelligent building*) – будинок, дача або приміщення комерційного призначення (бутік, офіс, будь-яка установа), які мають якісні системи забезпечення та операційний multi-room. За допомогою останнього, функціонально пов'язуються між собою усі електроприлади будівлі, якими можна керувати централізовано – з пульта-дисплею. Прилади можуть бути під'єднані до комп'ютерної мережі, що дозволяє керувати ними за допомогою ПК та надає віддалений доступ до них через Інтернет. Завдяки інтеграції інформаційних технологій, усі системи та прилади узгоджують виконання функцій між собою, порівнюючи задані програми та зовнішні показники (обстановку).

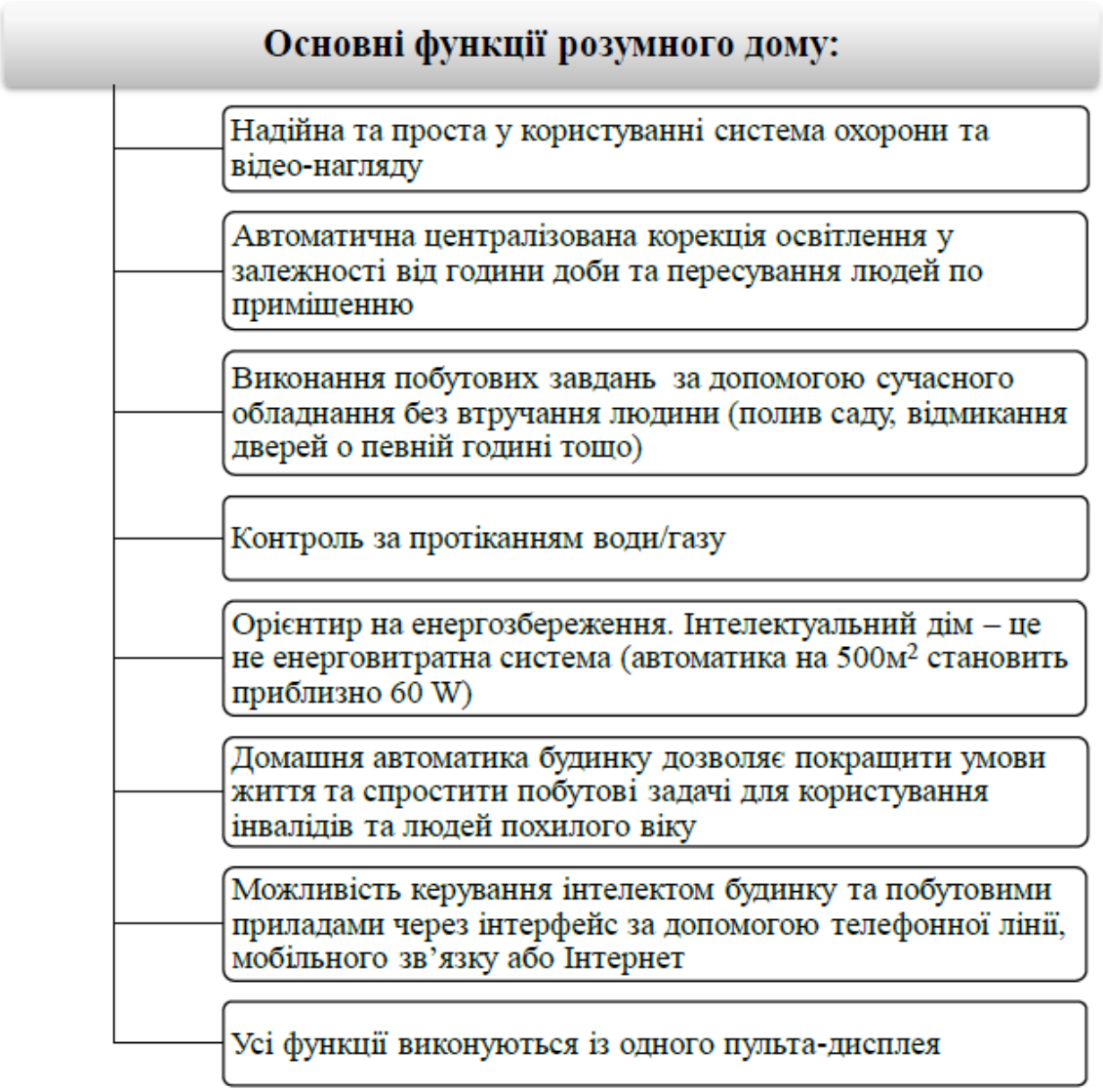

Рис. 1. Основні функції «розумного дому»

Розумний будинок створюється за допомогою професійного проектування та програмування компаніями, що займаються розробкою проектів smart-home. Програми, що вводяться до алгоритмів multi-room розумного дому, розраховані на певні потреби мешканців та ситуації, пов'язані із зміною середовища або безпекою. Особливістю smart-home є керування з пульта, на котрому людина може натиснути одну-єдину клавішу з метою створення певної обстановки. При цьому, сама система multi-room аналізує навколишню ситуацію та параметри усередині приміщення, та, керуючись власними висновками, виконує задані користувачем команди із відповідними налаштуваннями [6]. Функції, які виконує розумний будинок, зображені на рис. 1. З рис. 1 можна зробити висновок, що терміном «розумний будинок» зазвичай називають інтеграцію в єдину автоматизовану систему управління будівлею таких систем як: управління і зв'язку; опалення, вентиляції та кондиціонування; освітлення; електрозабезпечення будівлі; безпеки і моніторингу. Тобто «розумний будинок» це система, яка забезпечує ресурсозбереження,безпеку і комфорт для всіх користувачів, розпізнаючи та реагуючи відповідно на конкретні ситуації, які відбуваються в будівлі, по напрацьованим алгоритмам. Крім того, від автоматизації декількох підсистем забезпечується синергетичний ефект всього комплексу.

Ціна такої системи в межах України коливається від 1000 євро за базову комплектацію і до 5000…7000 євро за преміум. На українському ринку сьогодні існує безліч фірм та компаній, які займаються розробкою проектів, створенням та побудовою «розумних будинків». Це «MiMi smart», «Gravity», «Home cinema», «Smart House», «Умный дом», «Розумний дім» та інші компанії [7].

Honeywell International – велика американська корпорація, що виробляє електронні системи управління та розробляє інноваційні технології автоматизації [8]. Продукція цієї компанії представлена в Україні понад 20 років. INNCOM – це готельний напрямок даної корпорації з розроблення сучасних програмних засобів інтегрованих систем кімнатної автоматизації контролю кліматичних факторів у закладах готельного господарства. Системи INNCOM встановлені в більш ніж 1 млн. кімнат готелів по всьому світу, і на сьогоднішній день це найкраще рішення на ринку готельної індустрії.

Система INNCOM дозволяє керувати освітленням, опаленням, вентиляцією та кондиціонуванням готелю і, як підтверджує практичний досвід їх використання в готельній індустрії, заощаджувати до 30 % коштів за енергоресурси.

Устаткування і датчики INNCOM непомітні й приховані від людей, але їх численні компоненти постійно працюють: фіксують відкривання і зачинення дверей, сканують кімнату на наявність руху й тепла, присутність гостя в номері. Коли гість в номері готелю система активує термостат та інше устаткування, регулюючи мікроклімат, а якщо номер вільний, то мікроклімат автоматично підтримується на рівні,

встановленому менеджерами готелю. Якщо гість залишив кімнату і забув вимкнути світло, датчики реагують, подають сигнал і світло вимикається. Система фіксує наявність герметичності зачинення балконних дверей у номері і повідомляє гостю про необхідність їх зачинення. При ігноруванні цього кондиціонер вимикається.

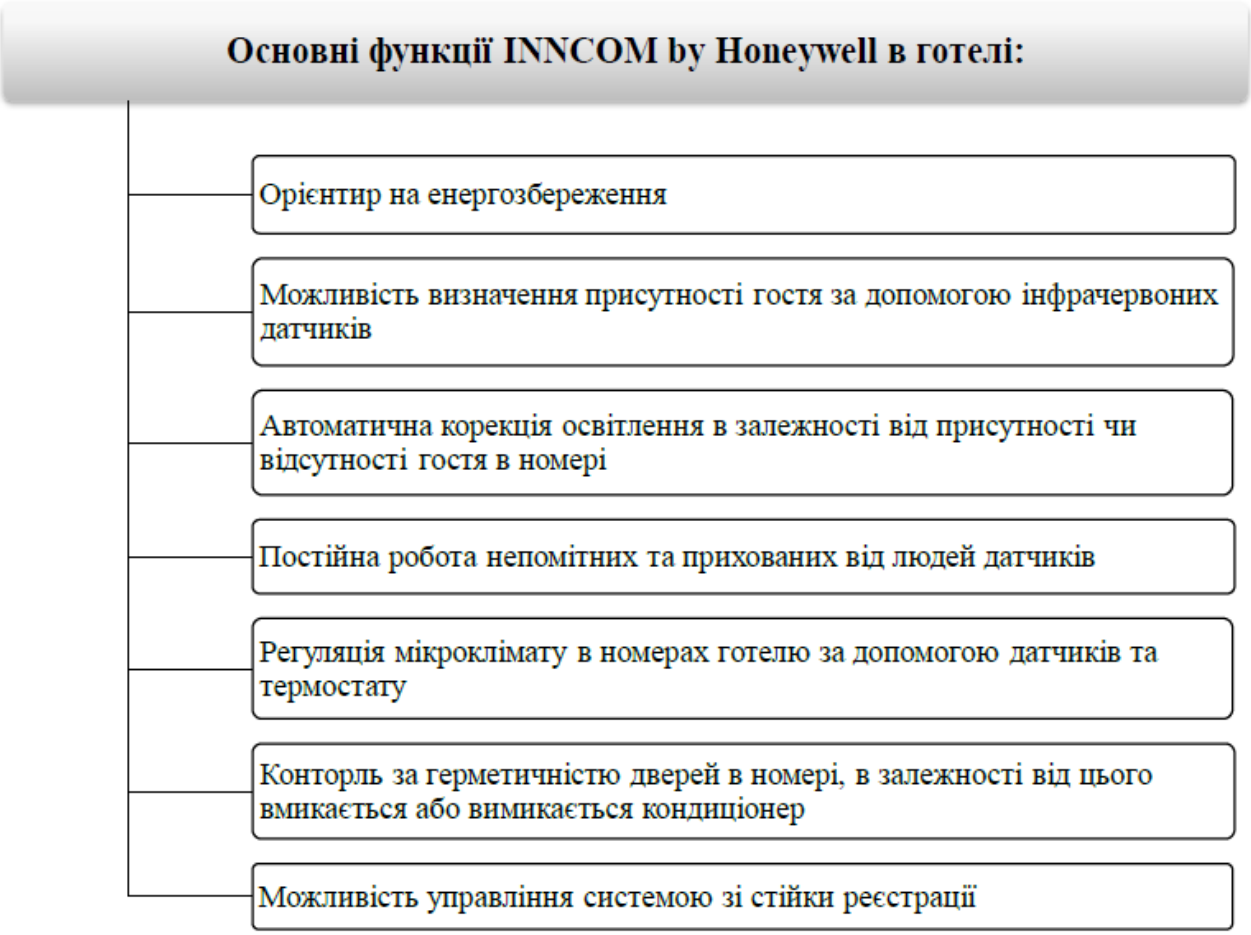

Рис. 2. Основні функції INNCOM by Honeywell в готелі

Система INNCOM автоматизована та інтегрована в систему управління готелем на стійці реєстрації (рис. 2).

Аналізуючи дані рис. 1 та рис. 2 можна зробити висновок, що система INNCOM компанії Honeywell – це елемент «розумного будинку», який більш орієнтований на енергозбереження. Тобто, різниця між поняттями «розумний будинок» і «система енергозбереження» є і досить помітна.

Для закладів готельного господарства система INNCOM компанії Honeywell має ряд переваг у порівнянні з системами «розумний будинок». По-перше, система легша й простіша у встановленні та експлуатації, включає меншу кількість елементів і обладнання. По-друге, ціна енергозберігаючої системи менша, й більшість готелів може собі дозволити таке впровадження. По-третє, невеликий термін окупності. По-четверте, система більш ефективніша з точки зору економії та енергозбереження, що є важливим для готель'єрів, а розумний будинок

розрахований в першу чергу на комфорт, що не завжди є економним. По-п'яте, заощадження до 30% коштів за опалення, кондиціонування, освітлення.

Як свідчать маркетингові дослідження, витрати на облаштування елементами системи одного номеру становлять близько 300 $ і, при заощадженні коштів у 30 %, термін окупності складає 2…3 роки.

За даними корпорації Honeywell дана система встановлена в 1 млн. номерів готелів Sheraton, Four Seasons, Hyatt і DoubleTree по всьому світу.

The Grand Hotel Minneapolis встановив системи INNCOM в 140 номерах, Carlson's Radisson Hotels і Country Inns & Suites в 50 готелях своїх мереж. Система INNCOM в 2014 році в США була встановлена у військових частинах, гуртожитках та казармах [9].

Висновки. Комплекс енергозберігаючих заходів, що включають приладовий облік ресурсів, використання енергоефективного обладнання та гнучке автоматичне регулювання роботи інженерних систем будівлі, може істотно знизити експлуатаційні витрати готелів і, відповідно, підвищити рентабельність бізнесу. Досвід комплексного підходу до енергозбереження, що є стандартом у європейських готелях, у міру зростання цін на енергоресурси стає хорошим прикладом і для вітчизняних закладів готельного господарства.

Проаналізувавши систему INNCOM компанії Honeywell, її характеристики, можливості та практичний досвід використання, можна зробити висновок, що дана система є ефективним та вигідним інноваційним рішенням в готельному господарстві. Встановивши дану систему, власник готелю економить на витратах за енергоносії та повертає витрачені кошти протягом 2…3 років.

Список використаних джерел:

1. Дідук О.В. Альтернативна енергетика – шлях до енергонезалежності [Електронний ресурс]. – Офіційний сайт компанії «Альянс «Нова енергія України», розділ «Блоги», стаття «Альтернативна енергетика – шлях до енергонезалежності».
2. Ковалко М. П. Енергозбереження – досвід, проблеми, перспективи. / М. П. Ковалко. – К., 1997. – 152 с.
3. Заремба І. М. Проблеми оптимізації енергозабезпечення України та шляхи їх вирішення : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук / І. М. Заремба; Національний інститут проблем міжнародної безпеки при Раді національної безпеки і оборони України. – К., 2006. – 20 с.
4. Стаття начальника служби автоматизації ТОВ «ІК – Клімат контроль» Мальцева Андрія, 2012 звідкіля вона взята
5. http://ukreferat.com/98268-Tehnologii-energosberezheniya-v-sovremennyh-gostinicah.html
6. http://uk.wikipedia.org/wiki/
7. http://www.schneider-electric.ru/sites/russia/ru/solutions/energy-efficiency/by-business-segments/energy-efficiency-hotels.page
8. http://www.honeywell-ec.ru/about/
9. http://www.polel.ru/all_news/jarn/inncom-honeywell

Список использованных источников:

1. Дидук А.В. Альтернативная энергетика - путь к энергонезависимости [Электронный ресурс]. - Официальный сайт компании «Альянс« Новая энергия Украины », раздел« Блоги », статья« Альтернативная энергетика - путь к энергонезависимости ».

2. Ковалко М. П. Энергосбережение - опыт, проблемы, перспективы. / М. П. Ковалко. - М., 1997. - 152 с.
3. Заремба И. М. Проблемы оптимизации энергообеспечения Украины и пути их решения: Автореф. дис. на получение наук. степени канд. экон. наук / И. М. Заремба; Национальный институт проблем международной безопасности при Совете национальной безопасности и обороны Украины. - М., 2006. - 20 с.
4. Статья начальника службы автоматизации ООО «ИК - Климат контроль» Мальцева Андрея, 2012 откуда она взята
5.http://ukreferat.com/98268-Tehnologii-energosberezheniya-v-sovremennyh-gostinicah.html
6. http://uk.wikipedia.org/wiki/
7.http://www.schneider-electric.ru/sites/russia/ru/solutions/energy-efficiency/by-business-segments/energy-efficiency-hotels.page
8. http://www.honeywell-ec.ru/about/
9. http://www.polel.ru/all_news/jarn/inncom-honeywell/

References:

1. Diduk O.V. Alternative Energy - the path to energy independence [electronic resource]. - Official site of "The Alliance" New Energy of Ukraine ", section" Blogs "article" Alternative energy - the path to energy independence. "
2. Kovalko M.P. Energy saving - experience, problems, prospects. / MP Kovalko. - K., 1997. - 152 p.
3. Zaremba I.M. optimize energy Ukraine Problems and Solutions: Author. Thesis. for obtaining sciences. degree candidate. Econ. Science / IM Zaremba; National Institute of International Security Problems under the National Security and Defense Council of Ukraine. - K., 2006. - 20 p.
4. The Head of Automation Ltd. "IC - Climate Control" Andrey Maltsev, 2012 from where it was taken.
5. http://ukreferat.com/98268-Tehnologii-energosberezheniya-v-sovremennyh-gostinicah.html
6. http://uk.wikipedia.org/wiki/
7. http://www.schneider-electric.ru/sites/russia/ru/solutions/energy-efficiency/by-business-segments/energy-efficiency-hotels.page
8. http://www.honeywell-ec.ru/about/
9. http://www.polel.ru/all_news/jarn/inncom-honeywell/

УДК 640.4

Коротка Ірина Олександрівна — Національний університет харчових технологій, м. Київ, Україна
e-mail: korotkaya_irina@i.ua

Бондар Наталія Петрівна, кандидат технічних наук, доцент — Національний університет харчових технологій, м. Київ, Україна

Павлюченко Олена Станіславівна, кандидат технічних наук, доцент — Національний університет харчових технологій, м. Київ, Україна

Губеня В'ячеслав Олександрович — Національний університет харчових технологій, м. Київ, Україна

ВИКОРИСТАННЯ СУЧАСНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ОЗЕЛЕНЕННЯ В УРБАНІСТИЧНОМУ ГОТЕЛІ

Мета. Стаття присвячена концепції відкритого простору готелю та способу її створення за допомогою сучасних методів озеленення.

Методика. У статті використовувались загальнонаукові методи досліджень: аналізу і узагальнення літературних джерел.

Результати. Розглянуто метод створення концепції вільного простору за допомогою мінімалізму в інтер'єрі, лоджій та еркерів в номерах та коридорах готелю, вертикального озеленення внутрішнього простору, а також саду на даху готелю.

Поєднання технологій озеленення, скління, опалення та втілення нових архітектурних тенденцій вигідно виділить заклад готельного господарства з-поміж інших.

Наукова новизна. Комплексне використання методів озеленення готелю в урбаністичному стилі.

Практична значимість. Наведені характерні риси урбаністичного інтер'єру готелю, методи розширення простору, шляхи озеленення приміщень готелю Запропоновані поєднання методів для створення простого та лаконічного інтер'єру, і в той час затишного та теплого. Впровадження таких технологій в готелі Києва або будівництві такого готелю.

Ключові слова: готель, озеленення, урбаністичний стиль, відкритий простір.

УДК 640.4

Короткая Ирина Александровна — Национальный университет пищевых технологий, г. Киев, Украина e-mail: korotkaya_irina@i.ua

Бондарь Наталия Петровна, кандидат технических наук, доцент — Национальный университет пищевых технологий, г. Киев, Украина

Павлюченко Елена Станиславовна, кандидат технических наук, доцент — Национальный университет пищевых технологий, г. Киев, Украина

Губеня Вячеслав Александрович — Национальный университет пищевых технологий, г. Киев, Украина

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СОВРЕМЕННІХ ТЕХНОЛОГИЙ ОЗЕЛЕНЕНИЯ В УРБАНИСТИЧЕСКОМ ОТЕЛЕ

Цель. Статья посвящена концепции открытого пространства отеля и способа ее создания с помощью современных методов озеленения.

Методика. В статье использовались общенаучные методы исследований: анализа и обобщения литературных источников.

Результаты. Рассмотрен метод создания концепции свободного пространства с помощью минимализма в интерьере, лоджий и эркеров в номерах и коридорах отеля, вертикального озеленения внутреннего пространства, а также сада на крыше отеля. Сочетание технологий озеленения, остекление, отопление и внедрения новых архитектурных тенденций выгодно выделит заведение гостиничного хозяйства от других.

Научная новизна. Комплексное использование методов озеленения отеля в урбанистическом стиле.

Практическая значимость. Приведенные характерные черты урбанистического интерьера отеля, методы расширения пространства, пути озеленения помещений гостиницы Предложенные сочетания методов для создания простого и лаконичного интерьера, и в то время уютного и теплого. Внедрение таких технологий в гостинице Киева или строительстве такого отеля.

Ключевые слова: отель, озеленение, урбанистический стиль, открытое пространство.

UDC 640.4

Korotka Irina Aleksandrovna — National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine, e-mail: korotkaya_irina@i.ua

Bondar Nataliya Petrovna, PhD, Associate Professor — National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine

Pavluchenko Elena Stanislavovna, — National University of Food Technologies,

PhD, associate professor
Gubenya Vyacheslav Aleksandrovich
Kyiv, Ukraine
National University of Food Technologies,
Kyiv, Ukraine

USING MODERN GARDENING TECHNOLOGIES IN URBAN HOTELS

Purpose. The article is devoted to conception of open-space of hotel and way of its creation by means of modern methods of gardening.

Methods. The paper used general scientific methods of research, analysis and synthesis of the literature.

Results. It is considered the method of creation of the concept of free space by means of minimalism in an interior, loggias and bay windows in rooms and corridors of hotel, vertical gardening of internal space, and also garden on the roof. Combination of technologies of gardening, glazing, heating and embodiment of new architectural tendencies will profitably distinguish establishment of hotel economy among others.

Scientific novelty is a complex use of methods of gardening of hotel in urban style.

The practical importance. Characteristic features of urban interior of hotel, methods of expansion of space, ways of gardening of premises of hotel are given in the article. Combinations of these methods for creation of simple and laconic interior and in that time comfortable and warm, are offered. The practical importance consists in introduction of the offered technologies in a hotel of Kiev or construction of such hotel.

Keywords: gardening, urban hotel, open-space.

Постановка проблеми. Урбаністичний стиль динамічний, відповідає сучасності, мотивує і не дає розслабитися. Йому характерні чіткі лінії і яскраві фарби. Такий інтер'єр ідеально підходить для тих, хто ніколи не зупиняється на досягнутому, для тих, чиї амбіції надзвичайно високі. Саме такими є гості бізнес-готелів. На сьогоднішній день, склалась категорія бізнес-подорожуючих, які вже не обирають типові готелі зі стандартним набором послуг, а шукають затишний комфортний готель з неповторним стилем. Вирішити це завдання допоможе також озеленення, що разом з відкритими терасами та внутрішнім садом створять атмосферу відкритого простору, яка ідеально підходить для тих, хто цінує спокій та комфорт.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання ландшафтного дизайну та озеленення приміщень вивчають дослідники з напрямів ландшафтної архітектури і дизайну, комп`ютерного і ландшафтного проектування, паркознавства, декоративного рослинництва – А.В. Кущ, А.Д. Жирнов, В.В. Пушкар, Ю.О. Клименко, Н.В. Коляденко, В.П. Ієвлева, О.Ф. Бровко, М.Н. Цивін, С.М. Ворошнов, Л.П. Голубєв, С.В. Чирчик та ін., автори наукових монографій і навчальних посібників, члени дизайнерських, архітектурних і художніх спілок України.

На сьогодні переважаюча більшість готельних номерів демонструють консервативний підхід дизайнерів до організації простору. Тому серйозну конкурентну перевагу отримують ті об'єкти, в яких застосовані більш свіжі і сміливі рішення організації простору готельного номера. Одним з таких рішень є «відкритий простір». Мова йде про створення номера, в якому відсутні звичні межі між спальної зоною і ванною кімнатою [9].

Відкритий простір − досить перспективний напрям для готельного бізнесу. Проте, деяких гостей подібна «прозорість» може бентежити. Тому необхідно втілювати нові рішення для створення максимальної легкості, прозорості та екологічності номеру, що можна досягти за допомогою поєднання новітніх архітектурних рішень та сучасних методів озеленення.

Для досягнення поставленої мети визначені наступні завдання:

- Охарактеризувати особливості дизайну урбаністичного готелю;
- Охарактеризувати переваги та навести відомі способи створення атмосфери відкритого простору в готелі;
- Висвітлити особливості та переваги створення еркерів та лоджій;
- Дослідити технологію вертикального озеленення та створення саду на даху готелю.

Виклад основного матеріалу. Урбанізм в інтер'єрі наочно демонструє вплив міста на людину. Цей стиль сповнений динаміки, модних новинок, але в той же час, він неймовірно функціональний. Урбаністичний дизайн відмінно імпонує сучасним молодим і енергійним людям, які просто жити не можуть без шаленого ритму величезного міста [1].

Цей інтер'єр є лаконічним і простим, характеризується мінімумом обробки та наявністю звичайних меблів. Він органічно вписується в номера з вільним плануванням і великими вікнами від підлоги до стелі. «Більше простору і менше декору»− під таким гаслом просувається цей стиль у свідомість і саме цими рисами характеризується готель в урбаністичному стилі [2].

Проте, приміщення в індустріальному стилі найчастіше бувають холодними, та можуть здаватися не зовсім затишними. Є вдалий спосіб «оживити» атмосферу такого приміщення та зробити його теплішим. В основу концепції вільного простору покладена наявність внутрішнього саду, представленого не стандартними квітами та рослинами, а справжніми деревами та кущами, які вирощуються в даному регіоні. З будь-якого місця такого номеру погляд завжди охоплює живий куточок, який найкращим чином прикрашає та доповнює простір.

Відкритий простір представлений декількома зонами – для відпочинку, роботи, сну, які плавно перетікають одна в одну. Концепція відкритого планування житлових приміщень характеризується практично повною відсутністю ізольованих приміщень −за винятком туалету і ванної кімнати. Грамотна гра світла і фарб, безмежні можливості декорування приміщення − все це сьогодні не лише цікаво, незвично і привабливо, але й надзвичайно модно [1].

Створити таку концепцію можна за допомогою:

- Мінімалізму в інтер’єрі (меблі максимально прості та функціональні, кольори переважно спокійних і холодних відтінків, великі вікна, практично повна відсутність декору);
- Відкритого планування, практично повної відсутності перегородок. Всі функціональні зони розділяються за допомогою

різних видів зонування (колірні контрасти, акцентування світлом або ж скляні перегородки, які не порушують основну концепцію відкритого простору);

- Номерів з еркерами − виступаючою частиною будівлі зі стіни, яка може бути засклена. Головна їх функція полягає у розширенні внутрішнього простору приміщення. Важливу роль також відіграє і можливість збільшення доступу денного світла. З цією метою еркери необхідно склити по всьому периметру. Наявність скла також візуально розширює простір;
- Вертикального озеленення номерів та інших приміщень готелю. Вертикальне розташування рослин нині широко використовується при поділі великих приміщень на зони. «Живі» стіни зі швидкозростаючих кучерявих рослин, а також декоративні ширми з розташованими на них квітами застосовують не тільки в житлових приміщеннях, а й для оформлення фойє і холів;
- Облаштування саду на даху. Зелений дах, на якому замість звичайного шиферу або м'якої покрівлі росте газон або справжній пишний сад, сьогодні стає все більш популярним варіантом облаштування покрівлі будівель.

Еркер являє собою архітектурну споруду, що виходить за межі фасаду. Від звичних всім балконів його відрізняє відсутність внутрішньої стіни, що відокремлює виступ від кімнати. Безперечно, еркер додає будинку індивідуальності, роблячи його оригінальним як зовні, так і всередині. Простір, займаний балконом-еркером, може являти собою природне продовження кімнати або обмежену функціональну зону.

Чудово освітлений простір можна перетворити в оранжерею або зимовий сад. Правильний підбір рослин, вигідне розташування і дбайливий догляд перетворяюють такий архітектурний елемент як еркер у справжню родзинку кімнати.

Існує безліч варіантів виконання еркера: це і застосування суворих гострих кутів, і класичний, і бізнес стиль, і, навпаки, використання тільки м'яких і плавних переходів. Але в будь-якому разі завданням оформлення еркера в інтер'єрі є збільшення приміщення і, як правило, підвищення освітленості в кімнаті. Еркерне вікно може бути будь-яким по конфігурації за розміром. Однак, якщо еркер обладнаний панорамними вікнами, то потрібно бути готовим до того, що в холодну пору року він стане додатковим джерелом холоду. Тому, потрібно приділити особливу увагу якості скління, утеплення та обігріву.

Найпоширеніший вид вертикального озеленення − це рослини, які в’ються вздовж стін. Використовуючи підвісні вазони, можна з легкістю змінити інтер’єр холу, коридору чи номера готелю. Правильно підібравши рослини і висадивши їх у горщики або кашпо, можна отримати чудовий результат, який при цьому є вельми економічним [3].

Найбільш розкішним видом вважається вертикальне озеленення за методом французького ботаніка Патріка Бланка. Ця технологія найбільш

дорога, але має ряд переваг перед іншими видами озеленення [10]. До стіни кріпиться каркас з металу або пластику, на якому розташовують спеціальний войлок з системою капілярного зрошення, де циркулює вода з необхідними, обраним рослинам, добривами. До цієї субстанції висаджуються проросли насіння рослин.

Вертикальне озеленення за методом Бланка стало найпопулярнішим видом вертикального озеленення. З його допомогою можна значно заощадити і розділити робочий простір. Шикарні смарагдові стіни підкреслять загальний інтер'єр, хороший смак і самовіддачу готелю [10].

Зимовий сад − це максимально засклене приміщення, з безліччю рослин та інших елементів декору, що підкреслюють природну атмосферу штучного оазису.

Облаштування зимового саду необхідно починати з вибору приміщення, найчастіше якими є мансарди, лоджії, тераси або спеціальні архітектурні споруди з видом на сад, двір або інший мальовничий пейзаж. Головне правило вибору приміщення − це наявність максимального природного освітлення і дотримання температурного режиму. Визначившись з приміщенням і створивши всі умови, підбирають всі необхідні рослини, елементи декору і займаються власне озелененням, тобто висадкою рослин та декоруванням [4].

Наявність зимового саду в приватних умовах задоволення не з дешевих, і дозволити собі таку розкіш може далеко не кожен. Саме тому, широкою популярністю користуються ресторани, які мають власний «шматочок літа». Зимовий сад в ресторані створює неповторну атмосферу домашнього затишку, усамітнення і разом з тим розкоші. Всі витрати на створення власної казки компенсуються вдячними посмішками відвідувачів які повертатимуться знову і знову.

Вільного простору багато не буває. Тераса на даху − це, в першу чергу, архітектурне рішення, а по друге модний міні-сад, навіть в умовах мегаполісу. Створення такого саду – це прекрасний спосіб розширити житловий простір за рахунок площі, що раніше не використовувалась.

Створюючи терасу на даху, слід пам'ятати, що необхідно застосовувати лише матеріали та конструкції невеликої ваги. Доцільною та необхідною умовою є створення даху або ж навісу над терасою для захисту від спеки чи непогоди. Стаціонарна покрівля в деякому розумінні непрактична, тому що вимагає певних витрат для монтажу, при цьому повністю поглинає природнє освітлення кімнат. Як альтернативу можна влаштувати зсувну маркізу або ж невелику парасолю. Однак ці варіанти менш практичні, ніж розсувний дах, який можна його з легкістю встановлювати, прибирати і міняти форму і знімати без демонтажу каркаса. Як інший варіант дах на терасі можна комбінувати, наприклад, в одній частині встановлювати розсувну маркізу або тент, а в іншій − стаціонарне покриття. Таке поєднання дозволить зробити простір більш функціональним і зручним для відпочинку [6].

Навіс – покриття з матеріалів невеликої ваги, що може розбиратися. Така конструкція відмінно поєднується з терасою і вносить своєрідний колорит в її дизайн. Бажано, щоб навіс мав схожий стиль з дахом будинку за розмірами, формою і обраними матеріалами, як у основної покрівлі, або має незначні відмінності [6].

Маркіза − це покрівля, яка забезпечує не лише тінь, але і дає можливість підтримувати необхідну температуру в кімнатах, вікна яких виходять на освітлену сторону, а також допомагає захищати терасу від дощу. Конструкція маркіз дозволяє використовувати їх і в якості даху для зимового саду. У випадку з терасами маркізи можна регулювати за допомогою шарнірної системи, завдяки чому їм можна надати необхідний кут нахилу [6]. У конструкцію також можуть входити вітрозахисні засувки. Управліня може бути як автоматичне, так і ручне. На даху також можна обладнати різні датчики, які допомагають у випадку дощу автоматично закривати маркізами простір над терасою, а за сильного вітру прибирати покрівлю.

Першочерговим етапом при розробці саду на даху будівель є визначення максимально допустимого навантаження, що може витримати конструкція експлуатованої покрівлі. Залежно від цього обирається схема створення саду. Таким чином, необхідно провести розрахунок сумарної сили навантаження (вага дренажної системи, вага ґрунту, вага самих рослин, вага малих архітектурних форм). Далі проводять вибір комплексної системи створення саду: гідроізоляції, теплоізоляції, корнезахисного шару, дренажу, фільтруючого шару, субстрату для посадки рослин [5].

За кордоном існує декілька найбільш часто використовуваних варіантів комплексних систем створення садів на дахах, наприклад:

- система Greenscape ROOF GARDEN SYSTEM – передбачає використання надзвичайно легкого субстрату, що зменшує навантаження на покрівлю в 2 рази;
- система Floradrain успішно випробувана на дахах гаражних споруд Газпрому – витримує надзвичайно високі навантаження до 1500кг/м^2 і має спеціальні дренажні ємності, що запобігає пересиханню ґрунтового шару;
- система ONDULIN − передбачає спеціальну прокладку, яка утримує вологу в дренажному шарі;
- система ENKADRAIN – монтується по вертикальних поверхнях нижніх частин стін будівель [11].

Кожна з перерахованих систем має свої переваги і недоліки. В умовах вітчизняного клімату слід акцентувати увагу на першочергових проблемах, які необхідно врахувати при влаштуванні садів на дахах, а саме:

- можливе пересихання ґрунтового шару в спекотний літній період;
- захист рослин під час зимових морозів;
- можливі сильні пориву вітру та зливи.

Для створення зимового саду та саду на даху, який буде дарувати насолоду гостям впродовж року, необхідно продумати системи опалення та скління еркерів, лоджій та даху.

Останнім часом популярним є панорамне скління, що дозволяє повною мірою використовувати денне світло. Таким чином, забезпечується додатковий доступ сонячного світла, ізоляція і захист від зовнішніх факторів довкілля. В той же час людина має можливість милуватися прекрасним видом за вікном. Проте, в зимовий період панорамне скління не забезпечить повноцінного тепла і затишку, як металопластикові профілі. Крім того, стіни, підлога і поріг лоджії також є місцями швидкого відходу тепла з приміщення.

Одним з можливих варіантів вирішення цього питання є фінське безрамне скління лоджій. Пристрій безрамного скління являє собою конструкцію зі спеціальних направляючих і набору скла, що рухаються в них. Механізм, закріплений на склі, має фіксатор і коліщатка, які забезпечують легкий рух по направляючих. Пластикові втулки і заклепки надійно фіксують скло в накладках, а еластичне кріплення нейтралізує можливі механічні та звукові вібрації [7].

Вся кріпильна конструкція зроблена з сучасних нержавіючих матеріалів. При доскональному монтажі системи безрамного скління відсутні щілини, забезпечений високий рівень шумоізоляції та захисту житла від вітру, опадів, що абсолютно не заважає насолоджуватися видом, що відкривається, оскільки відсутність рамної конструкції візуально розширює простір, надає йому легкість і невагомість [7].

Використовувати безрамне скління можна як у помірних, так і в суворих кліматичних зонах. Не випадково лідерами у виробництві та використанні подібних конструкцій є скандинавські країни, а клімат там не самий м'який.

Кращим способом обігріву балконів є системи теплої підлоги. Переважає використання інфрачервоної плівки, яку можна монтувати не лише в підлогу, а також на стіни або стелю. Зовнішня сторона парапету, може бути утеплена пінополістиролом, обшита вагонкою або оштукатурена. Слід зазначити, що утеплення панорамної лоджії має бути якісним, оскільки нерівні стики і зазори в теплоізоляції в поєднанні з великими і просторими вікнами не дадуть бажаного результату [7].

Висновки. Щоб успішно розвивати свій готельний бізнес власники сучасних готелів і готелів, які проектуються, повинні враховувати вимоги потенційних гостей своїх закладів, створювати щось нове, інноваційне, що вигідно вирізняє свій готель з-поміж інших. Сучасні номери готелів розширюють за рахунок великих балконів, терас і палуб з максимальним використанням натуральних матеріалів і елементів природи в дизайні. Кам'яні прикраси, дерев'яні панелі, пишна зелень, мініатюрні водоспади – це лише невелика частка можливих елементів, які використовують нині для комфортного відпочинку гостей готелю. Поєднання нових архітектурних рішень з великими вікнами, природним освітленням і

натуральними оздоблювальними матеріалами разом з зеленими рослинами зроблять інтер'єр і багатшим, і кориснішим для людей. З метою створення концепції вільного простору в готельному комплексі та наданні інтер’єру легкості, свіжості та затишку, необхідно використовувати в комплексі сучасні технології озеленення, скління, опалення, та, звичайно, втілювати останні модні тенденції.

Список використаних джерел:

1. Архитектура, строительство, дизайн / Под общей редакцией Лазарева А.Г. - Ростов н/Дону: Феникс, 2005. – 320 с
2. Гуль Н. Ремонт и дизайн квартиры своими руками. Ростов-на Дону: Издательство "Феникс",1999.-384 с.
3. Завадская Л.В. Вертикальное озеленение. – М.: Изд. Дом МСП, 2005. - 128 с.
4. Кизима Г. А. Зимние сады: справочное пособие. – М.: СтройИнформ, 2008. – 190 с.;
5. Мочалов И. Сады на крыше // Архитектура, строительство, дизайн. – 2006. – № 2. С.66–69.
6. www.interiorplus.ua/
7. www.myhouse.ru/interer-i-dizayn
8. www.remont-faq.ru/
9. www.hotelexecutive.ru
10. www.verticalgardenpatrickblanc.com./
11. www.zinco.ca/

Список использованных источников:

1. Архитектура, строительство, дизайн / Под общей редакцией Лазарева А. - Ростов н / Дону: Феникс, 2005. - 320 с
2. Гуль Н. Ремонт и дизайн квартиры своими руками. Ростов-на Дону: Издательство "Феникс", 1999.-384 с.
3. Завадская Л.В. Вертикальное озеленение. - М .: Изд. Дом МСП, 2005. - 128 с.
4. Кизима Г. А. Зимние сады: справочное пособие. - М .: Стройинформ, 2008. - 190 с .;
5. Мочалов И. Сады на крыше // Архитектура, строительство, дизайн. - 2006. - № 2. С.66-69.
6. www.interiorplus.ua/
7. www.myhouse.ru/interer-i-dizayn
8. www.remont-faq.ru/
9. www.hotelexecutive.ru
10. www.verticalgardenpatrickblanc.com. /
11. www.zinco.ca/

References:

1. Architecture, construction, design / Edited Lazarev AG - Rostov n / Donu: Phoenix, 2005. - 320
2. Hull N. repair and design of the apartment with his hands. Rostov-on-Don: Publishing "Phoenix", 1999.-384 with.
3. LV Zavadskaja Vertical gardening. - M .: Publishing House. House of SMEs, 2005. - 128 c.
4. Kizima GA Conservatories: handbook. - M .: STROYINFORM, 2008. - 190 p .;
5. Motchalov I. Roof gardens // Architecture, construction, design. - 2006. - № 2. S.66-69.
6. www.interiorplus.ua/
7. www.myhouse.ru/interer-i-dizayn
8. www.remont-faq.ru/
9. www.hotelexecutive.ru
10. www.verticalgardenpatrickblanc.com. /
11. www.zinco.ca/

ІІ. АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ГЕОГРАФІЇ

УДК 911.33
Кириченко Яна Сергіївна — Київський національний університет імені Тараса Шевченка, м. Київ, Україна
Стафійчук Валентин Іванович, кандидат географічних наук, доцент — Київський національний університет імені Тараса Шевченка, м. Київ, Україна, e-mail: valikosta@ukr.net

ПРІОРИТЕТНІ НАПРЯМИ ЗОВНІШНЬОЇ ПОЛІТИКИ ЧЕСЬКОЇ РЕСПУБЛІКИ В ЦЕНТРАЛЬНІЙ ЄВРОПІ

Мета роботи полягає у дослідженні стратегій суспільно-політичних взаємодій Чехії з регіональними угрупуваннями та окремими європейськими країнами, виявленні загальних особливостей у розвитку цих відносин, з'ясуванні пов'язаних з ними актуальних політико-географічних проблем, що потребують подальшого вивчення.

Методика дослідження. Для досягнення поставленої мети використовувались загальнонаукові принципи. Серед них, найбільшу роль відіграли наступні: системності, історизму та науковості. Реалізація принципів здійснювалася за допомогою застосування наступних методів: порівняльний, описовий, літературний, статистичний,бальних оцінок, системний аналіз.

Результати дослідження. Виявлено найвагоміші вектори розвитку регіональної зовнішньої політики Чехії. Проаналізована співпраця з регіональними європейськими об'єднаннями країн з точки зору вигідності і відповідності чеським інтересам. Зроблено відповідні висновки на підставі аналізу політико-економічних взаємовідносин Чехії з регіональними угрупуваннями та окремими європейськими країнами. Визначено перспективи подальшого дослідження теми.

Наукова новизна обумовлена самою темою, адже політико-географами приділяється недостатня увага вивченню питань, що стосуються зовнішньої політики країн Центральної Європи, в особливості взаємовідносин Чехії з регіональними угрупуваннями країн.

Практична значимість. Основні положення та зроблені висновки роботи можуть бути використані в подальших поглиблених дослідженнях проблем, що пов'язані із регіональними аспектами зовнішньої політики Чеської Республіки. Досвід політичної трансформації Чехії може стати прикладом і для України як суб'єкта міжнародних політико-економічних відносин. Корисними будуть результати досліджень і для доповнення змісту дисциплін, що викладаються політико-географами, міжнародниками і політологами.

Ключові слова: Чеська Республіка, зовнішня політика, ЄС, регіональне ПГП, Центральна Європа.

УДК 911.33
Кириченко Яна Сергеевна — Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко, г. Киев, Украина
Стафийчук Валентин Иванович, кандидат географических наук, доцент — Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко, г. Киев, Украина, e-mail: valikosta@ukr.net

ПРИОРИТЕТНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ВНЕШНЕЙ ПОЛИТИКИ ЧЕШСКОЙ РЕСПУБЛИКИ В ЦЕНТРАЛЬНОЙ ЕВРОПЕ

Цель работы заключается в исследовании стратегий общественно-политических взаимодействий Чехии с региональными группировками и отдельными европейскими странами, выявлении общих особенностей в развитии этих отношений, выяснении связанных с ними актуальных политико-географических проблем, требующих дальнейшего изучения.

Методика исследования. Для достижения поставленной цели использовались общенаучные принципы. Среди них, наибольшую роль сыграли следующие: системности, историзма и научности. Реализация принципов осуществлялась посредством применения следующих методов: сравнительный, описательный, литературный, статистический, балльных оценок, системный анализ.

Результаты исследования. Выявлены наиболее весомые векторы развития региональной внешней политики Чехии. Проанализировано сотрудничество с региональными европейскими объединениями стран с точки зрения выгодности и соответствия чешским интересам. Сделаны соответствующие выводы на основании анализа политико-экономических взаимоотношений Чехии с региональными группировками и отдельными европейскими странами. Определены перспективы дальнейшего исследования темы.

Научная новизна обусловлена самой темой, ведь политико-географами уделяется недостаточное внимание изучению вопросов, касающихся внешней политики стран Центральной Европы, в особенности взаимоотношений Чехии с региональными группировками стран.

Практическая значимость. Основные положения и сделанные выводы работы могут быть использованы в дальнейших более глубоких исследованиях проблем, связанных с региональными аспектами внешней политики Чешской Республики. Опыт политической трансформации Чехии может стать примером и для Украины как субъекта международных политико-экономических отношений. Полезными будут результаты исследований и для дополнения содержания дисциплин политико-географами, международниками и политологами.

Ключевые слова: Чешская Республика, внешняя политика, ЕС, региональное ПГП, Центральная Европа.

УДК 911.33

Kyrychenko Yana Serhiivna

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv, Ukraine

Stafiichuk Valentyn Ivanovych,
Candidate of Geography Sciences, Associate Professor

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv, Ukraine, e-mail: valikosta@ukr.net

PRIORITY DIRECTIONS OF CZECH REPUBLIC'S FOREIGN POLICY IN CENTRAL EUROPE

The aim of this work is the analysis of Chech Republic's strategies of human-geographic interactions with regional country groups and individual European countries, revealing specific features of these relations, identifying related current political-geographic problems, requiring further investigations.

Research methods. In order to achieve the above goal general scientific principles were used. Among these, the following ones were most important: systemic, historical and scientific. Those principles were implemented by using the following methods: comparative, descriptive, literary, statistical, score evaluation, systems analysis.

Research results. The most powerful vectors of Czech Republic's regional foreign policy are identified. Cooperation with regional European country groups as analyzed in terms of meeting Czech national interests. The relevant conclusions are made based upon the

analysis of Czech Rpublic's political and economic relations with regional country groups and individual European countries. Further research directions are identified.

The academic novelty is conditioned by the topic itself, since political geographers pay little or no attention to the issues related to foreign policy of Central European countries and especially to Czech Republic's relations with regional country groups.

Practical significance. The major arguments and conclusions of this work can be used in further in-depth investigations of the problems related to the regional aspects of Czech Republic foreign policy. Czech Republic's experience of political transformation can be an example for Ukraine as an actor in international economic and political relations. Also, the results can be useful for expanding university disciplines taught by political geographers, international relations experts and political scientists.

Key words: Czech Republic, foreign policy, EU, regional political geographic position, Central Europe.

Постановка проблеми. Зовнішньополітичні пріоритети Чеської республіки на сьогоднішній день постають у трансформованому вигляді, що є результатом розпаду Чехословацької федерації та створення суверенної держави (1993 р.) на тлі краху біполярного світу. Основні напрямки зовнішньої політики Чехії у регіональному розрізі мають наступний вигляд: результативна діяльність в рамках європейських та євроатлантичних інтеграційних об'єднань, продовження взаємовигідного співробітництва з постсоціалістичними країнами центральноєвропейського регіону, розвиток політико-економічних взаємин з сусідніми державами, розробка та впровадження концепцій щодо ефективного забезпечення національної безпеки, активна участь у міжнародних організаціях, зовнішня торгівля та ін. Незважаючи на те, що Чехія прагне стати одним із впливових гравців у Європі, її спроби не є повністю вдалими. Дослідження найбільш вигідних для чеської сторони міжнародних стосунків є актуальним питанням, адже його вирішення сприятиме політико-економічному покращенню позицій держави та підвищенню її міжнародного авторитету [4].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Окремі аспекти досліджуваної теми певною мірою висвітлюються у працях зарубіжних і вітчизняних дослідників. Зокрема, серед чеських авторів варто відзначити наступних науковців, які займаються вивченням політичних аспектів розвитку Чехії: К.Водічку [8, 1997], В.Гандла [6, 1998], Й.Кучеру [7, 1992] та ін. Наприклад, відомий професор Чеського інституту міжнародних відносин В.Гандл займається дослідженням актуальних проблем європейської інтеграції та розширення ЄС на Схід, він також дає об'єктивну оцінку і рекомендації щодо вирішення проблем Чеської Республіки в Європейському регіоні на сучасному етапі. Окрім зарубіжних науковців, дослідженням політичних проблем Чеської Республіки займаються і українські науковці Р.Корсак [2,2015], Є. Бевзюк [3, 2010], Л. Кіцила [5, 2011] та ін.. Проте вони більшою мірою приділяють увагу вивченню чесько-українських взаємовідносин [1].

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Вітчизняні дослідники розглядають Чехію суто як політико-економічного

партнера України, аналізуючи вигідність взаємин, в першу чергу, для української сторони. У той же час, зарубіжні науковці не надають комплексної характеристики найбільш ефективному сучасному політичному спрямуванню Чеської Республіки на регіональному рівні, більшою мірою розглядаючи окремо співпрацю з різними організаціями чи країнами, не даючи рекомендацій щодо покращення становища Чехії як політичного гравця. Виходячи з цього, комплексне дослідження стану і тенденцій регіональної політики Чехії відіграє важливу роль у політико-географічних дослідженнях, адже від рівня загального політичного та економічного розвитку цієї країни залежить, подальша співпраця з Україною та іншими міжнародними суб'єктами.

Тож головною метою статті є всебічне висвітлення сучасного регіонального політико-географічного положення Чехії.

Цілі статті. Для досягнення поставленої мети, необхідно вирішити наступні завдання:

- проаналізувати співпрацю Чехії з регіональними європейськими інтеграційними об'єднаннями;
- визначити найважливіші вектори її зовнішньої політичної співпраці в Центральній Європі;
- провести ранжування країн Центральної Європи в контексті їх пріоритетності для Чехії;
- окреслити недостатньо вивчені зарубіжними та вітчизняними науковцями аспекти політичних взаємовідносин Чехії з суб'єктами політики в Центральній Європі.

Виклад основного матеріалу. Чеська Республіка перебуває у Європейському регіоні системи країн Євразійського континенту та є типовою континентальною країною. Стосовно визначення положення країни на основних транспортних геопросторових осях регіону та рівня центральності чи периферійності положення країни щодо основних зон економічної активності регіону, то Чехія займає центральне положення. Центральність пояснюється ще й тим, що три європейські транспортні коридори проходять по території Чехії. Чехія бере активну участі у міжнародних транспортних перевезеннях, що свідчить про високий рівень можливості транзиту в плані вигідного ПГП через дану територію та доцільность прокладення міжнародних транспортних коридорів безпосередньо через Чехію [9].

Чехія приймає активну участь у роботі міжнародних об'єднань та організацій (ООН, Європейський Союз, Північноатлантичний альянс, Організація з безпеки і співробітництва в Європі, Організація економічного співробітництва та розвитку, Вишеградська група, Рада Європи та ін.), що підвищує загальний авторитет країни на міжнародному рівні та сприяє всебічному її розвитку як індивідуального суб'єкта, так і політичного гравця на міжнародній арені в плані групових взаємодій країн.

Враховуючи те, що у Європі налічується значна кількість регіональних об'єднань країн, з якими у Чехії встановлюються відносини

безпосередні (як учасниця) або опосередковані (не будучи членом певної організації, Чехія може співпрацювати із країнами, що входять до цього співтовариства), то актуальним буде дослідження взаємодії Чехії лише з деякими міжнародними організаціями, які становлять найбільший інтерес для неї та сприяють підвищенню її авторитету.

Чеська Республіка увійшла до складу Європейського співтовариства 1 травня 2004 р. Таким чином, вона завершила довготривалий період зміцнення стосунків з ЄС, який розпочався ще секторною торгівельною домовленістю та поступово розширювався у напрямку більш тісної торгівельної та політичної співпраці. Розвиток поглиблених контактів з Євросоюзом в усіх областях став характерним, в першу чергу, для незалежної Чехії, котра визнала вступ до ЄС (разом з членством у НАТО) одним з головних зовнішньополітичних пріоритетів. Європейська інтеграція була та залишається одним із ключових факторів економічного та соціального зростання за останні роки (зростання закордонних інвестицій, ВВП, доходів та ін.), а головне — «якорем» та гарантією для демократичного розвитку країни, а також зовнішнім стабілізуючим фактором для трансформації суспільства [12].

Співробітництво Чехії та НАТО розпочинається із 1994 р. і діє в рамках програми «Партнерство заради миру». 12 березня 1999 р. Чехія офіційно стала членом Північноатлантичного альянсу. Офіційні цілі вступу Чехії в Альянс — остаточна інтеграція в європейську спільноту і турбота про власну безпеку. Крім відправки своїх солдат в гарячі точки світу, постачання міжнародних місій та операцій військовою та медичною технікою, Чехія отримала і деякі вигоди. Зараз, наприклад, межі Чеської Республіки перебувають під постійним контролем літаків НАТО. На території Чехії також розташовується спеціальний протиракетний радар, місія якого — захистити країни Європи, Америки та Канади від потенційних загроз, що виходять від таких країн, як, наприклад, Росія та Іран. Завдяки вступу в НАТО Чехія змогла скасувати загальний військовий обов'язок і створити професійну армію, що складається з людей, готових служити добровільно. НАТО також вирішує проблему зменшення фінансування армій окремо взятих держав. Таким чином, Чехія служить прикладом вдалої інтеграції в Північноатлантичний союз, як з військової, так і з економічної точок зору [11].

Також Чехія зацікавлена у співробітництві з Вишеградською четвіркою. Вишеградська група (Вишеградська четвірка) була сформована 15 лютого 1991 р. і являє собою угрупування чотирьох центральноєвропейських країн: Польщі, Чехії, Угорщини і Словаччини. Після вступу вишеградських країн до Євросоюзу структури «четвірки» не припинили існування, а стали неформальними інститутами взаємодії у випадках, коли регіональні інтереси вступали в протиріччя із позиціями Брюсселя. Також у травні 2004 р країни-учасниці підписали декларацію, покликану надати нового імпульсу Вишеградській співпраці. Акцент переносився зі сфери соціально-економічних взаємовідносин всередині

«четвірки» в область зовнішньої політики Вишеградського об'єднання та ЄС. Сьогодні можна стверджувати, що склалася своєрідна вишеградська модель міжнародного співробітництва, що поєднує інтеграційні і коопераційні завдання і не припускає жорстких зобов'язань, так що всі учасники, зокрема і Чехія, залишаються відносно вільними у своїх зовнішньополітичних орієнтирах. Все більшого значення в рамках Вишеградської групи набуває не міждержавне, а транскордонне співробітництво в межах так званих єврорегіонів.

Один із пріоритетів Чехії — регіональне співробітництво з країнами Центральної Європи, яке вона використовує для зміцнення своїх позицій в ЄС [10]. Для більш глибокого аналізу теми вивчення, була проведена дослідницька робота стосовно виділення найбільш важливих в плані співробітництва для Чехії країн Центральної Європи.

Таблиця 1

Рівень зацікавленості Чехії у співробітництві з центральноєвропейскими державами (за [13, 14])

Країна	Економічний інтерес		Дипломатичний інтерес		Військово-стратегічн. інтерес	Політ. інтерес	Разом
	ВВП	об'єм торг.	дип. стос.	ческа діаспора			
Албанія	1	1	3	1	3	1	10
Білорусь	2	1	3	1	2	1	10
Болгарія	2	1	3	1	3	2	12
Боснія і Герцеговина	1	1	3	2	2	1	10
Естонія	1	1	3	1	3	2	11
Латвія	1	1	3	1	3	2	11
Литва	1	1	3	1	3	2	11
Македонія	1	1	1	1	2	1	7
Молдова	1	1	2	2	1	1	8
Польща	3	3	3	1	3	3	16
Румунія	2	2	3	3	3	2	15
Сербія	1	1	3	2	2	1	10
Словаччина	2	3	3	1	3	3	15
Словенія	1	1	3	1	3	2	11
Угорщина	2	2	3	1	3	3	14
Хорватія	1	1	3	2	3	2	12
Чорногорія	1	1	2	1	2	1	8
Україна	2	2	3	3	1	1	12

Зважаючи на нинішню зацікавленість і фактичний стан співпраці в політичній, економічній, культурній сферах найбільш важливими регіональними партнерами Чеської Республіки є Польща, Словаччина, Румунія, Угорщина, а також Україна, Хорватія і Болгарія [покомпонентна бальна оцінка зацікавленості подана у таблиці 1].

Посилення співпраці з ними, напрацювання спільної позиції можуть стати підґрунтям для підвищення ролі Чехії та її партнерів у Європі та світі

загалом. Упродовж свого незалежного існування Чеська Республіка досягла помітних результатів по багатьох важливих напрямках зовнішньої політики, проте існує і низка внутрішніх протиріч країни, які стають бар'єрами на шляху досягнення лідерських позицій в Європейському регіоні. Незважаючи на те, що Чехія — це держава з розвиненою економікою та усталеною політичною структурою, вона не є достатньо впливовою в регіональному аспекті, що пояснюється великою конкуренцією з боку інших центральноєвропейських держав. Динамічно рухаючись перспективним шляхом європейського та світового співробітництва, Чехія стала повноправним загальновизнаним суб'єктом міжнародних відносин на політичній арені, проте найбільш впливовою і рівноправною на сьогоднішній день вона є лише у вишеградській співпраці. Саме Вишеградська четвірка — це об'єднання країн, в якому Чеська Республіка відіграє одну із провідних ролей.

Висновки. Чехія займає досить вигідне регіональне ПГП стосовно як території Європи в цілому, так і можливості співпраці із різноманітними європейськими об'єднаннями. Зокрема, Чехія бере участь у роботі масштабних міжнародних організацій, що є надзвичайно важливим не лише з точки зору їх статутних цілей, але і як засіб підвищення престижу та авторитету країни на міжнародному рівні, для Чехії відкривається широкий спектр можливостей подальшого успішного розвитку.

Проте, Чехія на сьогоднішній день не має достатнього потенціалу, щоб корегувати загальний європейський курс та впливати на світову або європейську у політику. Значно кращі передумови для підвищення ваги нині країна має в Центральній Європі. Виходячи з цього, вигідною буде більш тісна співпраця Чеської Республіки з країнами Вишеградської групи, в діяльності якої вона може себе достатньою мірою проявити. Також значний потенціал має східний політичний вектор, що сприятиме зближенню в різних політичних аспектах країн Вишеградської четвірки та європейських держав пострадянського простору.

Роль Чеської Республіки як міжнародного суб'єкта в Європі сучасними науковцями недостатньою мірою вивчена, тому тема потребує подальшого поглибленого дослідження для вирішення таких важливих проблем як: підвищення авторитету Чехії в сучасному світі, шляхи підвищення політико-економічної взаємодії держави, налагодження вигідних взаємин із регіональними лідерами, розробка політичного курсу з комплексним урахуванням всіх деталей подальшої трансформації та ін.

Список використаних джерел:

1. Герасимчук Т. Ф. Країни Центральної Європи в політиці Європейського Союзу (1989–2004) / Т. Ф. Герасимчук, М. В. Герасимчук // Європейські інтеграційні процеси і транскордонне співробітництво. – Луцьк : Вєжа, 2006. – С. 32–34.
2. Корсак Р. В. Концепція європеїзації чеського суспільства [Текст] // Гілея: науковий вісник: Збірник наукових праць. – Київ : ПП „Видавництво „Гілея", 2015. − Вип. 97. – С. 123 – 126.
3. Країни Центрально-Східної Європи в умовах глобалізації: історико- методологічний, політико-правовий та економічний аспекти". Монографія [Текст] / [Бевзюк Є.В., Вергун В.А., Виноградов Ю.

Л., Грін О.О., Ерфан В.Й. та ін.]: за заг. ред. Є.В. Бевзюка, О.О. Гріна. – Ужгород : Видавництво ЗакДУ, 2010. – 368 с.
4. Мотрук С. Трансформація зовнішньої політики Чеської Республіки на межі XX-XXI ст. // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. – 2008. – №94-95. – С. 27-32
5. Пріоритетні напрями зовнішньої політики Чеської Республіки на сучасному етапі / Л.Ю. Кіцила // Держава і право. — 2011. — Вип. 52. — С. 663-666. — Бібліогр.: 5 назв. — укр.
6. Handl V. The Czech-German Declaration from 1997: A political end of difficult historical capital? // Welt Trends. – 1998. – № 19. – P.
7. Kucera J. Tschechien // Informationen zur politischen Bildung. – 2002. – H.276. – S. 35; Starэ B., Vнtkovб M. Joint Ventures in CSFR // Osteuropa Wirtschaft. – 1991. – № 1. – S. 55
8. Vodiиka K. Tschechisch-deutsche Beziehungen und die Versцhnungserklдrung // Osteuropa. – 1997. – 47.Jg. – Oktober. – S. 975
9. Европа идет на стройку: где пройдут новые транспортные коридоры за четверть триллиона евро [Електронний ресурс] // Центр транспортных стратегий [сайт]. – Режим доступу: http://cfts.org.ua/articles/evropa_idet_na_stroyku_gde_proydut_novye_transportnye_koridory_za_chetvert_trilliona_evro_494
10. Ориентиры внешней политики Чехии [Електронний ресурс] // Сетевое издание Центра исследований и аналитики Фонда исторической перспективы [сайт]. – Режим доступу: http://www.perspektivy.info/rus/gos/orijentiry_vneshnej_politiki_chehii_2008-09-17.htm
11. Пятнадцать лет со дня вступления Чехии в НАТО [Електронний ресурс] // Информационный портал о Чехии [сайт]. – Режим доступу: http://420on.cz/news/politics/43263-15-let-so-dnya-vstupleniya-chehii-v-nato
12. ЧР та Європейский [Електронний ресурс] // Посольство Чеської республіки в Києві [сайт]. – Режим доступу: http://www.mzv.cz/kiev/uk/x2001_09_21/x2001_09_21_3/x2010_10_14.html
13. Central Intelligence Agency [Електронний ресурс] // Central Intelligence Agency[сайт]. – Режим доступу: https://www.cia.gov/index.html
14. Trade statistics for international business development [Електронний ресурс] // Trade Map [сайт]. – Режим доступу: http://www.trademap.org/

Список использованных источников:

1. Герасимчук Т.Ф. Страны Центральной Европы в политике Европейского Союза / Т.Ф. Герасимчук, М.В. Герасимчук // Европейские интеграционные процессы и трансграничное сотрудничество. – Луцк: Вежа, 2006. – С. 32–34.
2. Корсак Р.В. Концепция европеизации чешского общества / Р.В.Корсак // Гилея: научный вестник: Сборник научных трудов. – Киев : ПП „Издательство „Гилея”, 2015. − Вып. 97. – С.123-126.
3. Страны Центрально-Восточной Европы в условиях глобализации: историко-методологический, политико-правовой и экономический аспекты. Монография [Текст] / [Бевзюк Е.В., Вергун В.А., Виноградов Ю.Л., Грин О.О., Ерфан В.Й. и др.]: под. общ. ред. Е.В. Бевзюка, О.О. Грина. – Ужгород : Издательство ЗакГУ, 2010. – 368 с.
4. Мотрук С. Трансформация внешней политики Чешской Республики на стыке XX-XXI в. // Вестник Киевского национального университета имени Тараса Шевченко. – 2008. – №94-95. – С.27-32
5. Приоритетные направления внешней политики Чешской Республики на современном этапе / Л.Ю. Кицила // Государство и право. – 2011. – Вып.52. – С.663-666.
6. Handl V. The Czech-German Declaration from 1997: A political end of difficult historical capital? // Welt Trends. – 1998. – № 19. – P.9 – 26
7. Kucera J. Tschechien // Informationen zur politischen Bildung. – 2002. – H.276. – S. 35
8. Vodiиka K. Tschechisch-deutsche Beziehungen und die Versuchnungserdnung // Osteuropa. – 1997. – 47.Jg. – Oktober. – S. 975
9. Европа идет на стройку: где пройдут новые транспортные коридоры за четверть триллиона евро [Электронный ресурс] // Центр транспортных стратегий [сайт]. – Режим доступа: http://cfts.org.ua/articles/evropa_idet_na_stroyku_gde_proydut_novye_ transportnye_koridory_za_chetvert_trilliona_evro_494
10. Ориентиры внешней политики Чехии [Электронный ресурс] // Сетевое издание Центра исследований и аналитики Фонда исторической перспективы [сайт]. – Режим доступа:http://www.perspektivy.info/rus/gos/orijentiry_vneshnej_politiki_chehii 2008-09-17.htm
11. Пятнадцать лет со дня вступления Чехии в НАТО [Электронный ресурс] // Информационный портал о Чехии [сайт]. – Режим доступа: http://420on.cz/news

/politics/43263-15-let-so-dnya-vstupleniya-chehii-v-nato
12. ЧР и Европейский Союз [Электронный ресурс] // Посольство Чешской Республики в Киеве [сайт]. – Режим доступа: http://www.mzv.cz/kiev/uk/x2001_09_21/x2001_09_21_3/x2010_10_14.html
13.Central Intelligence Agency [Электронный ресурс] // Central Intelligence Agency[сайт]. – Режим доступа: https://www.cia.gov/index.html
14.Trade statistics for international business development [Электронный ресурс] // Trade Map [сайт]. – Режим доступа: http://www.trademap.org/

References:

1. Herasymchuk T.F. Central European countries in the policy of the European Union / T.F. Herasymchuk, M.V. Herasymchuk T.F. // European integration processes and cross-border cooperation. – Lutsk: Vezha, 2006. – P.32–34.
2. Korsak R.V. The concept of Europeanization of Czech society / Korsak R.V. // Hileia: Scientific Bulletin: Collection of scientific papers. – Kyiv: PP Edition „ Hileia", 2015. – №97. – P.123-126.
3. Countries of Central and Eastern Europe in the context of globalization: historical and methodological, political, legal and economic aspects. Monograph [Text] / [Bevziuk Ye.V., Verhun V.A., Vynohradov Yu.L., Hrin O.O., Erfan V.I. и др.]: for general ed. Bevziuk Ye.V., Hrin O.O. – Uzhhorod: Edition ZakHU, 2010. – 368 p.
4. Motruk S. Transformation of Foreign Policy of the Czech Republic on the border of XX-XXI centuries. / S.Motruk // Bulletin of Kyiv National Taras Shevchenko University. – 2008. – №94-95. – P.27-32
5. Priority directions of foreign policy of the Czech Republic at present / L.Iu. Kytsila // State and Law. – 2011. – №52. – P.663-666.
6. Handl V. The Czech-German Declaration from 1997: A political end of difficult historical capital? // Welt Trends. – 1998. – № 19. – P. 9 – 26
7. Kucera J. Tschechien // Informationen zur politischen Bildung. – 2002. – H.276. – S.35
8. Vodиka K. Tschechisch-deutsche Beziehungen und die Versuchnungserdnung // Osteuropa. – 1997. – 47.Jg. – Oktober. – S. 975
9. Europe is on the scene where will be the new transport corridors for a quarter of a trillion euros [Electronic resource] // Centre of transport of strategies [website]. – Access mode: http://cfts.org.ua/articles/evropa_idet_na_stroyku_gde_proydut_novye_ transportnye_koridory_za_chetvert_trilliona_evro_494
10. Reference points Czech foreign policy [Electronic resource] // Network edition the Center for Research and analytics Fund's historical perspective [website]. – Access mode:http://www.perspektivy.info/rus/gos/orijentiry_vneshnej_politiki_chehii 2008-09-17.htm
11. Fifteen years after the entry of the Czech Republic into NATO [Electronic resource] // Information Portal about the Czech Republic [website]. – Access mode: http://420on.cz/news/politics/43263-15-let-so-dnya-vstupleniya-chehii-v-nato
13. The Czech Republic and the European Union [Electronic resource] // Embassy of the Czech Republic in Kyiv [website]. – Access mode: http://www.mzv.cz/kiev/uk/x2001_09_21/x2001_09_21_3/x2010_10_14.html
13.Central Intelligence Agency [Electronic resource] // Central Intelligence Agency[сайт]. – Access mode: https://www.cia.gov/index.html
14.Trade statistics for international business development [Electronic resource] // Trade Map [website]. – Access mode: http://www.trademap.org/

УДК 504:114(477.6)

Кисельов Юрій Олександрович,
доктор географічних наук, доцент

Уманський національний університет садівництва, м. Умань, Україна,
e-mail: kyseljov@ukr.net

ЕКОЛОГО-ГЕОСОФІЧНІ АСПЕКТИ ВИВЧЕННЯ ЛЮДСЬКОГО ПРОСТОРУ СТАРОПРОМИСЛОВИХ РЕҐІОНІВ РЕСУРСНОГО ТИПУ (НА ПРИКЛАДІ ДОНБАСУ)

Мета. Схарактеризовано еволюцію людського простору старопромислових реґіонів ресурсного типу (на прикладі Донбасу).

Методика. При роботі над статею використані методи історико-географічного та еколого-географічного аналізу, застосовано екологічний та історичний підходи.

Результати. Старопромисловим реґіонам найбільш властиві антропогенні зміни духовної сфери ландшафтів. Зауважено, що такі зміни відбулися не лише через притаманне їм гірничопромислове природокористування, а й у зв'язку з характерними для них особливостями формування етнонаціонального складу населення та його соціальної структури. Відзначено, що ці риси проявляються на Донбасі, який упродовж останніх двох сторіч масово заселявся вихідцями з інших реґіонів, що суттєво знизило частку корінних мешканців краю – носіїв первісного духу придінцевих ландшафтів. Закономірним наслідком цих геодемографічних тенденцій стало поширення сепаратизму.

Наукова новизна. З екогеософічних позицій суспільно-географічні проблеми Донбасу проаналізовано вперше. При характеристиці реґіону враховано особливості, пов'язані із сучасною українсько-російською війною.

Практична значущість. Практичне здійснення реінтеграції Донбасу до українського національного геопростору можливі лише за докорінної структурної перебудови його економіки після відновлення Україною політичного контролю над ним. Наголошено на необхідності подолання депресивності Донбасу через запровадження сучасних виробництв і новітніх технологій, властивих постіндустріальному суспільству.

Ключові слова: людський простір, ландшафт, старопромислові реґіони, Донбас, гірничопромислове природокористування.

УДК 504:114(477.6)

Киселёв Юрий Александрович,
доктор географических наук, доцент

Уманський национальный университет
садоводства, г. Умань, Украина,
e-mail: kyseljov@ukr.net

ЭКОЛОГО-ГЕОСОФИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИЗУЧЕНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО ПРОСТРАНСТВА СТАРОПРОМЫШЛЕННЫХ РЕГИОНОВ РЕСУРСНОГО ТИПА (на примере Донбасса)

Цель. Охарактеризована эволюция человеческого пространства старопромышленных регионов ресурсного типа (на примере Донбасса).

Методика. При работе над статьёй использованы методы историко-географического и эколого-географического анализа, применены экологический и исторический подходы.

Результаты. Старопромышленным регионам наиболее свойственны антропогенные изменения духовной сферы ландшафтов. Отмечено, что такие изменения произошли не только из-за присущей таким территориям практики горнопромышленного природопользования, но и в связи с характерними для них особенностями формирования этнонационального состава населения и его социальной структуры. Отмечено, что эти черты проявляются на Донбассе, который на протяжении последних двух столетий массово заселялся выходцами из других регионов, что существенно снизило долю коренных жителей края – носителей первозданного духа придонецких ландшафтов. Закономерным последствием этих геодемографических тенденций стало распространение сепаратизма.

Научная новизна. С экогеософических позиций общественно-географические проблемы Донбасса проанализировано впервые. При характеристике региона учтены особенности, связанные с современной украинско-российской войной.

Практическая значимость. Практическое осуществление реинтеграции Донбасса в украинское национальное геопространство возможно только при коренной

структурной перестройке экономики региона после восстановления Украиной политического контроля над ним. Обращено внимание на необходимости преодоления депрессивности Донбасса благодаря внедрению современных производств и новейших технологий, свойственных постиндустриальному обществу.

Ключевые слова: человеческое пространство, ландшафт, старопромышленные регионы, Донбасс, горнопромышленное природопользование.

UDC 504:114(477.6)

Kyselov Iurii Olexandrovych,
Doctor of the Geography Sciences, Associate Professor

Uman National University of Horticulture, Uman, Ukraine, e-mail: kyseljov@ukr.net

ECOLOGICAL AND GEOSOPHICAL ASPECTS OF STUDYING HUMAN SPACE OF THE OLD INDUSTRIAL REGIONS OF THE RESOURCE TYPE (at the example of Donbas)

Goal. At the example of Donbas the evolution of the human space of the old industrial regions of the resource type is characterized.

Methods. Methods of the historical and geographical analysis and ecological and geographical analysis and also the ecological and historical approaches are used.

Results. Anthropogenic changes of the spiritual sphere of landscapes are the most native for the old industrial regions. It is accented that those changes were realized not only through the practice of the mine-industrial nature using what is native to such territories, but also through the peculiarities of shaping ethnical and national contingent of the popularity and its social structure which is native to them too. It is marked that these features evince in Donbas that was settled in mass order by migrants from other regions during two last centuries. This feature made lower the part of the native settlers of that land who are the carriers of the primary spirit of the landscapes of the Donets land. The spread of separatism became a natural result of those geodemographical trends.

Scientific originality. From the ecogeosophical point of view, the social and geographical problems of Donbas are analyzed for the first time. Characteristics of the region is made by means of contextual analysis of the peculiarities linked to the current war between Ukraine and the Russian Federation are taken into consideration.

Practical significance. The practical realization of the reintegration of Donbas to the Ukrainian national geographical space is possible only after the radical structure reconstruction of the regional economics which must take place after resuming the political control by Ukraine over its territory. It is stressed on the necessity of overcoming the depressive state of Donbas through the initialization of modern industries and the newest technologies that are common to the post-industrial society.

Key words: human space, landscape, old industrial regions, Donbas, usage of mine-industrial nature.

Постановка проблеми та її актуальність. Тимчасова втрата Україною державно-політичного контролю над окремими її реґіонами спонукає до різнобічного наукового аналізу й пошуку причин ситуації, що склалася. Крім традиційно характеризованих історичних, геополітичних, етнографічних, соціологічних чинників поширення та реалізації сепаратистських ідей, слід відзначити й суспільно-географічні та геософічні (пов’язані не лише з просторовими відношеннями на земній

поверхні, а й намаганнями людських спільнот по-своєму осмислити «внутрішню сутність» (Е. Банзе [4, с. 68]) геооб'єктів і відносин між ними.

Однією з проблемних в аспекті реалізації державного суверенітету України її територій на цей час є так звана «зона АТО», приурочена переважно до Придінцевого краю (Придінців'я), що з початком розроблення й експлуатації вугільних родовищ одержав загальновживану назву «Донбас» (Донецький басейн). Особливості природно-ресурсного потенціалу, історико-географічного розвитку, етнічного складу населення та структури економіки зумовлюють необхідність проведення комплексних досліджень реґіону з якомога повнішим урахуванням наслідків воєнно-політичних подій, що розпочалися в 2014 р.

Серед чинників формування людського простору Донбасу особливе місце належить екологічному. Саме він упродовж останніх 100 – 150 років суттєво змінив вигляд земної поверхні. Антропогенна модифікованість матеріальних компонентів ландшафтів супроводжується корекцією їхньої духовної сфери, яка сьогодні відрізняється від тієї, що існувала на початку освоєння краю задовго до відкриття кам'яновугільного басейну. Тому, на нашу думку, поряд із власне геософічними, значної актуальності набули й еколого-геософічні (екогеософічні) дослідження старопромислових реґіонів ресурсного типу, одним із яких і є сучасне (перетворене господарською діяльністю) Придінців'я, тобто Донбас.

Огляд попередніх публікацій. Проблему формування людського простору Південно-Східної України, в межах якої локалізований Донбас, порушено нами в монографічній роботі [1] та низці статей [2; 3 та ін.].

Мета статті – схарактеризувати еволюцію людського простору Придінцевого краю (Донбасу) у зв'язку з промисловим освоєнням його території.

Завдання статті: окреслити основні риси людського простору старопромислових реґіонів; висвітлити еколого-геософічне значення особливостей заселення та господарського освоєння Донбасу; з екогеософічних позицій виявити причини поширення сепаратистських і проросійських тенденцій на Донбасі та перетворення його на територію новітніх воєнних дій; визначити можливі перспективи подальших змін у людському просторі в межах Донбасу.

Виклад основного матеріалу. Старопромислові реґіони посідають особливе місце в людському просторі, Антропогенні модифікації матеріальних компонентів ландшафтів, викликані довготривалою промисловою діяльністю, позначаються й на їхній духовній сфері, яка з часом стає дедалі менш виразною, проте, не зазнає повної нівеляції та остаточного зникнення. Дух ландшафту, навіть спотворений, є незнищенним і зберігає здатність до самовідновлення через природовідповідну життєдіяльність вміщеного до нього етносу.

Однією зі знакових рис старопромислових районів є притаманна їм поліетнічність, зумовлена різновекторністю імміграції під час заснування поселень навколо створюваних підприємств. Зазначений демографічний

процес міг відбуватися як стихійно (через притік робітників із числа обезземелених недавніх селян), так і адміністративним шляхом (внаслідок запрошення інженерно-технічних працівників з різних частин країни та із-за кордону).

Яскравим прикладом спонтанного заселення старопромислового району ресурсного типу може бути освоєння Донбасу вихідцями з усієї колишньої Російської імперії, які й формували робітниче середовище. Водночас адміністративно керований характер мало залучення на підприємства того ж таки Донбасу зарубіжних фахівців-інженерів.

Зазначений реґіон увійшов у промисловий етап свого розвитку наприкінці XVIII ст. До того часу Південно-Східна Україна (Старобільщина, Придінців'я, Кальміуська паланка Війська Низового Запорозького) не мала суттєвих відмінностей у культурі щодо суміжних українських земель, разом із якими становила єдину територію козацького освоєння. Відповідно, дух людського простору на Південному Сході України характеризувався певними спільними рисами, пов’язаними з відкритістю території, а сам згаданий вище реґіон становив єдність із усією північностеповою підзоною.

Але згодом, переважно впродовж XVIII ст., після відкриття кам’яновугільних родовищ Донбасу та низки воєнних і політичних подій, наслідком яких стала ліквідація автономії України у складі Російської імперії та просуванння на південь її кордонів, виникли дедалі суттєвіші відмінності в характері заселення Слобожанщини, з одного боку, та Придінців’я, з іншого (в тому числі сучасних лівобережного й правобережного фрагментів території Луганської області). Зокрема, вже в середині XVIII ст. козацькі зимівники перетворювалися на «роти» так званої Слов'яносербії, наприкінці того ж сторіччя засновувалися нові поселення навколо промислових об’єктів – Лисичанськ, Луганський Завод та ін. Саме з цього часу почалася істотна корекція духу геопростору Південно-Східної України, викликана зміною основних видів природокористування, антропогенною модифікацією матеріальних компонентів ландшафтів і поліетнізацією реґіону за одночасного швидкого зростання чисельності населення.

Упродовж XIX ст. процеси урбанізаціії в Південно-Східній Україні виразно посилювалися. Саме в цьому сторіччі були засновані такі міста, як Юзівка (тепер – Донецьк), Горлівка, Єнакієве, Макіївка, Кадіївка (Стаханов), Алчевськ тощо. Галузями спеціалізації економіки цих міст ставали вугільна та чорна металургія. Загалом, усе Придінців’я (Донбас) набуло яскраво виражених індустріальних (із функціонального погляду), етнічно нечітко визначених (з етнографічної точки зору) і пролетарських (за соціально-класовою ознакою) рис. Роль природних чинників у формуванні людського простору в містах у цей час значно зменшилася, але й надалі залишалася досить суттєвою в сільській місцевості. Зокрема, зумовлена духовною сферою ландшафту степова селянська стихія вже на

початку XX ст. визначила появу Махновщини, а сам дух Степу лишався непереборним, принаймні, до Голодомору-геноциду 1932-33 рр.

XX сторіччя позначилося, в основному, продовженням і розвитком тенденцій, властивих попередньому сторіччю. Разом із тим, виникли соціально-політичні чинники, що викликали їх штучне посилення. З одного боку, це запроваджена більшовиками адміністративно-командна економічна система; з іншого боку – їхнє ж прагнення за будь-яку ціну створити «новую историческую общность людей – советский народ».

Про характер еволюції людського простору Південно-Східної України в постголодоморний час свідчать основні напрями імміґрації. По-перше, населення інтенсивно поповнювалося вихідцями практично з усієї території колишнього СРСР, що було спровоковано державною політикою, яка була спрямована на змішування націй та мала наслідком поступове усунення етнічних відмінностей. По-друге, значну частину імміґрантів становили уродженці західних теренів України, в тому числі члени ОУН і воїни УПА – недавні політв'язні, що були позбавлені права повертатися на Галичину та Волинь. Зазначений чинник, діючи на противагу першому, навпаки, сприяв формуванню осередків української національної свідомості, що виразно проявилося наприкінці 80-х рр. під час нового етапу боротьби за державну самостійність України.

Загальним наслідком етнічних процесів у Південно-Східній Україні у XIX – XX ст. стало формування досить строкатого національного складу населення переважно з низьким рівнем етнонаціонального самоусвідомлення. Не бувши вкоріненими в ландшафт, властивий їхній новій батьківщині, й одночасно засвоюючи його степовий дух, який, на нашу думку, є "анархічним" і "кочовим", більшість нових мешканців міст і селищ Донбасу не змогли визначитися національно. Наведений етнопсихологічний чинник зумовив несприйняття багатьма з цих людей, які ментально ніби й надалі жили в СРСР після фактичного розпаду останнього, ідеї незалежності України. Інтеграція населення Донбасу до української політичної нації, що одержала імпульс на початку 90-х рр., виявилася лише частковою, непослідовною та нестійкою. Наслідком цього стало поширення сепаратистських тенденцій у реґіоні з початком російської військової експансії навесні 2014 р., які спровокували новітню українсько-російську війну й утворення прокремлівських маріонеткових "народних республік".

Важливо відзначити негативні тенденції в соціально-економічному розвиткові, що найяскравіше позначилися в 90-х рр. і проявлялися в кількаразовому падінні промислового виробництва, масовому зубожінні населення та утвердженні на провідних позиціях в економіці Донбасу низькотехнологічних галузей (вугільна промисловість, чорна металургія). Ця риса структури господарського комплексу не лише гальмувала соціально-економічний прогрес, а й зумовлювала подальше погіршення екологічної ситуації в реґіоні (особливо це стосується чорної металургії, підприємства якої діяли навіть у часи загального занепаду виробництва).

Останнім часом відзначені вище тенденції у функціонуванні економіки Донбасу посилилися прямими руйнуваннями внаслідок бойових дій та вивезення обладнання підприємств до Росії. Це, з одного боку, неодмінно уповільнить процеси відродження господарства краю після відновлення контролю України над ним; з іншого боку, сьогоднішня руїна спонукає до впровадження сучасних високотехнологічних виробництв, які дозволили б Південно-Східній Україні подолати риси депресивності й реально утвердити себе як неодмінна складова всієї нашої держави, що активно розбудовує постіндустріальне суспільство.

Здійснення окреслених вище бажаних змін структури економіки Донбасу має докорінно змінити його місце в людському просторі України. В умовах переважання промислового, особливо гірничопромислового, природокористування в реґіоні утвердився так званий штучний (антиекологічний, дисгармонійний) спосіб людського «буття-в-ландшафті». Як наслідок, антропогенного перетворення зазнали не лише практично всі матеріальні компоненти ландшафту, але, на нашу думку, також і його духовна сфера. Тому свідома зміна людиною характеру природокористування має зумовити не лише видиме поліпшення екологічного стану довкілля, а й відновлення суб'єктності етнічної спільноти у взаємодії людини з ландшафтом.

Висновки. Антропогенні зміни духовної сфери ландшафтів (так само, як і матеріальних компонентів) найбільш властиві старопромисловим регіонам ресурсного типу не лише через притаманний їм провідний вид природокористування – гірничопромисловий, а й у зв'язку з характерними для таких реґіонів особливостями формування етнонаціонального складу населення та його соціальної структури. Саме ці риси проявляються на Донбасі, який упродовж останніх двох сторіч масово заселявся вихідцями з інших реґіонів, що суттєво знизило частку корінних мешканців краю – носіїв первісного духу придінцевих ландшафтів. Закономірним наслідком зазначених геодемографічних тенденцій стало поширення сепаратизму за доби незалежної України, який спровокував новітню українсько-російську війну. Істотні зміни людського простору Донбасу та його реінтеграція до українського національного геопростору можливі лише за докорінної структурної перебудови економіки краю після відновлення Україною політичного контролю над ним. Ідеться, зокрема, про подолання депресивності вуглепромислових районів і запровадження сучасних виробництв і новітніх технологій, властивих постіндустріальному суспільству.

Список використаних джерел:

1. Кисельов Ю. О. Основи геософії: проблеми теорії та методології / Ю. О. Кисельов. – Луганськ : ДЗ „ЛНУ імені Тараса Шевченка", 2011. – 208 с.

2. Кисельов Ю. О. Про місце старопромислових реґіонів у людському геопросторі (на прикладі Донбасу) / Ю. О. Кисельов // Суспільно-, фізико-географічні та геоекологічні проблеми старопромислових районів : матеріали Всеукр. наук.-практ. конф., присвяченої 75-річчю утворення кафедри географії Луганського національного університету імені Тараса Шевченка (17 – 19 жовт. 2011 р., м. Луганськ) / відп. ред. І. Г. Мельник. – Луганськ : Вид-во ДЗ „ЛНУ імені Тараса Шевченка", 2011. – С. 36–37.

3. Кисельов Ю. О. Український фронтир як пульсуючий межовий простір Європи / Юрій Кисельов // Часопис соціально-економічної географії. – 2014. – Вип. 17 (2). – С. 37 – 40.
4. Banse E. Die Seele der Geographie. Geschichte einer Entwicklung / Ewald Banse. – Braunschweig : Georg Westermann, 1924. – 96 S.

Список использованных источников:

1. Киселёв Ю. А. Основы геософии: проблемы теории и методологии / Ю. А. Киселёв. – Луганск : ГУ «ЛНУ имени Тараса Шевченко», 2011. – 208 с. (на укр. яз.).
2. Киселёв Ю. А. О месте старопромышленных регионов в человеческом геопространстве (на примере Донбасса) / Ю. А. Киселёв // Общественно-, физико-географические и геоэкологические проблемы старопромышленных районов : материалы Всеукр. науч.-практ. конф., посвящённой 75-летию основания кафедры географии Луганского национального университета имени Тараса Шевченко (17 – 19 окт. 2011 г., г. Луганск) / отв. ред. И. Г. Мельник. – Луганск : Изд-во ГУ «ЛНУ имени Тараса Шевченко», 2011. – С. 36 – 37 (на укр. яз.).
3. Киселёв Ю. А. Украинский фронтир как пульсирующее пограничное пространство Европы / Юрий Киселёв // Журнал социально-экономической географии. – 2014. – Вып. 17(2). – С. 37 – 40 (на укр. яз.).
4. Банзе Э. Душа географии. История развития / Эвальд Банзе. – Брауншвейг : Георг Вестерманн, 1924. – 96 с. (на нем. яз.).

References:

1. Kyselov Iu. O. Fundamentals of geosophy: issues of theory and methodology / Iu. O. Kyselov. – Luhansk : SI “LNU named after Taras Shevchenko”, 2011. – 208 p. (in Ukrainian).
2. Kyselov Iu. O. About the place of the old industrial regions in the human geographical space (at the example of Donbas) / Iu. O. Kyselov // Social, natural and geographical and geoecological problems of the old industrial regions : Materials of the All-Ukrainian scientific and practical conference dedicated to the 75-th anniversary of the chair of geography at the Luhansk National University named after Taras Shevchenko (17-19 Oct., Luhansk) / resp. red. I. H. Melnyk. – Luhansk : SI “LNU named after Taras Shevchenko”, 2011. – P. 36-37. (in Ukrainian).
3. Kyselov Iu. O. Ukrainian frontier as a pulsing boundary space of Europe / Iurii Kyselov // Journal of the social and economical geography. – 2014. – Ed. 17(2). – P. 37 – 40. (in Ukrainian).
4. Banse E. The soul of geography. History of a development / Ewald Banse. - Braunschweig : Georg Westermann, 1924. – 96 S. (in German).

УДК 39:911.3 (=161.2:1-87)

Зубик Андрій Ігорович Львівський національний університет імені І. Франка, Львів, Україна, e-mail: andrsi_zubik@mail.ru

ДЖЕРЕЛА СУСПІЛЬНО-ГЕОГРАФІЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ УКРАЇНСЬКОЇ ДІАСПОРИ

Мета. Здійснити аналіз найважливіших джерел суспільно-географічного дослідження діаспори, загалом як наукового концепту та української діаспори, зокрема.

Методика. Пошук джерел здійснювався у процесі написання дисертації на тему “Сучасна українська діаспора: розселення, соціо- і демогеографічні процеси”.

Результати. Здійснено групування джерел, присвячених діаспоральній проблематиці та українській діаспорі. Виділено найважливіші наукові праці, в яких найґрунтовніше досліджено теоретичні та практичні аспекти життєдіяльності української діаспори.

Наукова новизна. Діаспоральна проблематика широко репрезентована у наукових працях вітчизняних і зарубіжних науковців. У середовищі українських науковців найчастіше досліджуються історія української еміграції і формування

української діаспори в різних країнах, інституційні засади поширення та функціонування української мови у світі, діяльність українських установ і організацій за кордоном. Значною проблемою є відсутність комплексного суспільно-географічного дослідження, присвяченого українській діаспорі, у якому було б детально розкрито питання розселення українців у світі, просторові особливості їх діяльності.

Практична значимість. Складено список наукових праць, призначений для студентів та аспірантів, яких цікавить діаспоральна тематика.

Ключові слова: діаспора, зарубіжне українство, українська діаспора, джерела дослідження.

УДК 39:911.3 (=161.2:1-87)

Зубык Андрей Игоревич Львовський национальный университет имени И. Франко, Львов, Украина, e-mail: andrsi_zubik@mail.ru

ИСТОЧНИКИ ОБЩЕСТВЕННО-ГЕОГРАФИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ УКРАИНСКОЙ ДИАСПОРЫ

Цель. Анализ важнейших источников общественно-географического исследования диаспоры, в общем как научного концепта и украинской диаспоры, в частности.

Методика. Поиск источников осуществлялся в процессе написания диссертации на тему “Современная украинская диаспора: расселение, социо- и демогеографические процессы”.

Результаты. Осуществлено группирование источников, посвященных диаспоральной проблематике и украинской диаспоре. Выделены важнейшие научные работы, в которых обстоятельнее исследованы теоретические и практические аспекты жизнедеятельности украинской диаспоры.

Научная новизна. Диаспоральная проблематика широко представлена в научных трудах отечественных и зарубежных ученых. В среде украинских ученых зачастую исследуются история украинской эмиграции и формирование украинской диаспоры в разных странах, институциональные основы распространения и функционирования украинского языка в мире, деятельность украинских учреждений и организаций за рубежом. Значительной проблемой является отсутствие комплексного общественно-географического исследования, посвященного украинской диаспоре, в котором было бы подробно раскрыты вопросы расселения украинской диаспоры в мире, пространственные особенности их деятельности.

Практическая значимость. Составлен список научных трудов, предназначен для студентов и аспирантов, интересующихся диаспоральной тематикой.

Ключевые слова: диаспора, зарубежное украинство, украинская диаспора, источники исследования.

УДК 39:911.3 (=161.2:1-87)

Zubyk Andrii Ihorovych Lviv national university named after I. Franko, Lviv, Ukraine, e-mail: andrsi_zubik@mail.ru

THE SOURSE OF HUMAN-GEOGRAPHICAL RESEARCHING UKRAINIAN DIASPORA

Purpose. The article analyzes the most important sources of social and geographical research diaspora as a scientific concept in general and the Ukrainian diaspora in particular.

Methods. A search source was carried out in the process of writing a dissertation on “Modern Ukrainian Diaspora: resettlement and socio- and demogeographical processes”.

Results. Done grouping sources dedicated diaspora issue and Ukrainian diaspora. Highlight the most important scientific work in which described the theoretical and practical aspects of life Ukrainian diaspora.

Scientific novelty. Diaspora problems are widely represented in scientific works of domestic and foreign scientists. Among Ukrainian scientists often studied history of Ukrainian immigration and the formation of the Ukrainian diaspora in different countries, spreading the institutional framework and functioning of the Ukrainian language in the world, the activities of Ukrainian institutions and organizations abroad. A major problem is the lack of a comprehensive socio-geographical study on the Ukrainian Diaspora, which would have solved the issue in detail Ukrainian settlement in the world, spatial features of their activities.

The practical significance. A list of scientific papers designed for students who are interested of diaspora theme.

Keywords: diaspora, foreign Ukrainians, Ukrainian diaspora, source study.

Постановка проблеми. Українська держава нерозривно поєднана найрізноманітнішими суспільними зв'язками з українською діаспорою, яка проживає у багатьох країнах світу. В Аргентині, Бразилії, Канаді та США українська діаспора має більш як столітній досвід існування та розвитку, тоді як у Греції, Іспанії, Італії та Португалії українці лише починають самоорганізовуватись у діаспори.

Діаспоральна тематика попри здобуття Україною незалежності не втрачає своєї актуальності. Важливими і першочерговими залишаються проблеми етнічної, культурної та мовної асиміляції українців поза межами України. В кожній країні склалися специфічні умови, які впливають на збереження/втрату української національної ідентичності.

Тематика української діаспори є предметом наукових досліджень та дискусій різних наукових дисциплін, проте, географічні аспекти функціонування української діаспори є недостатньо дослідженими. Тому актуальним завданням для сучасної української географії є активізація суспільно-географічних досліджень української діаспори. Використання географії у дослідженнях діаспори необхідне передусім для просторового аналізу розселення, вивчення соціальних та демографічних особливостей. Потребують детального аналізу регіональні відмінності у розселенні сучасної української діаспори, їхній вплив на чисельність українців, етногеографічні процеси в українській діаспорі.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблематика діаспор стає об'єктом наукових інтересів багатьох вітчизняних та зарубіжних науковців. Теоретична розробка поняття "діаспора", типізація діаспор, роль діаспори у міжнародних зв'язках, канали комунікації між діаспорами в різних країнах, економічні, культурні та соціальні аспекти життя діаспор, особливості адаптації діаспор до іноетнічного середовища, дослідження у сфері етногеографії, етнодемогеографії, етнічної статистики є у працях М. Алієвої [9, С. 63–68],Дж. Армстронга [1, С. 393–408], С. Арутюнова [10, С. 74–78], М. Аствацатурової [11, С. 41–46], В. Білецького [15, С. 29–34], С. Вдовенка [18], М. Винницького [19, С. 17–22], І. Винниченка [20–21], Д. Горєлова [28, С. 32–38; 29, С. 50–58], М. Дністрянського [30–32], М. Есмана [3, С. 333–349], В. Євтуха [33–36], Ф. Заставного [38],

О. Казьміної [45], З. Канукової [46, С. 23–28], А. Кіма [50], Дж. Кліффорда [2, С. 302–338], І. Ключковської [51, С. 70–75], Т. Кондратьєвої [53], У. Коннора [55, С. 40–51], Д. Коткіна [56, С. 26–28], С. Лаллукки [61, С. 81–89], Б. Лановика [62, С. 17–19], А. Лобжанідзе [64], Р. Лозинського [66–68], В. Лопуха [69, С. 65–75], З. Лєвіна [63], П. Мазуки [70–71], А. Машавець [74], О. Мілітарьова [77, С. 24–33], В. Попкова [84, С. 7–22], А. Прохорової [88, С. 7–10], Ю. Семенова [93, С. 64–73], С. Стрельченка [97, С. 65–68], Ж. Тощенко [98, С. 37–45], Н. Хабібуліної [103], Г. Шеффера [107, С. 162–184].

Варто зазначити, що більшість праць присвячених теоретичному осмисленню феномену діаспори авторства зарубіжних науковців. Першочерговим завданням для української науки є уточнення концепту "українська діаспора".

Численнішими є дослідження практичних аспектів функціонування української діаспори, зокрема дослідження розселення української діаспори, історії еміграції українців, поширення української мови у світі, правових аспектів функціонування української діаспори, розселення українців на українських етнічних землях у складі інших держав тощо. Цьому присвячені праці Л. Ази [8], М. Бабути [12, С. 214–217; 13, С. 76–80], С. Брука [16, С. 16–31], Л. Васильєвої [17, С. 54–62], О. Воловини [7, 22–23], П. Гаврилишина [24], О. Газізової [25, С. 45–48], О. Годованської [26], Л.-І. Горват [27, С. 87–98], В. Ідзя [41], В. Кабузана [44], В. Карпенко [47], С. Качараби [49], В. Коник [54, С. 22–29], В. Куреляка [58], Ю. Лагутова [60, С. 53–63], В. Лопуха [69, С. 65–75], Ю. Макара [72, С. 30–31], М. Марунчака [73], Г. Мельничук [75], Н. Мерфі [76], В. Моцок [79, С. 30–35], В. Наулка [82], А. Попка [85], О. Пронюк [86], Т. Рендюка [89], В. Романцова [90], О. Сапеляк [91–92], С. Семенюка [94], В. Сергійчука [95], М. Сополиги [96], В. Трощинського [99–100], Т. Шпараги [108, С. 192–199].

Ціллю статті є аналіз джерельної бази присвяченої теоретичним та практичним аспектам діаспори в цілому та української діаспори зокрема.

Вирішення невирішених раніше частин загальної проблеми. Історія еміграції українців, проблеми формування та функціонування української діаспори донедавна були "білою плямою", а аналіз сучасної наукової літератури з проблематики української діаспори засвідчує відсутність єдиного комплексного дослідження, що яскраво підтверджує наведений наприкінці статті список літератури. Проте, з огляду на значний список літератури можна з впевненістю говорити, що діаспоральна тематика є актуальною.

Виклад основного матеріалу. На думку, українського професора О. Воловини, який працює в США обмежувальними чинниками, які впливають на дослідження української діаспори є використання застарілих даних щодо чисельності української діаспори, особливо в країнах Латинської Америки та колишнього СРСР, брак інформації про наявність детальних статистичних даних про українців в різних країнах [23, с. 171].

Загалом джерельну базу дослідження української діаспори можна поділити на сім головних груп: а) праці написані українськими науковцями; б) праці авторства зарубіжних науковців українського походження; в) праці зарубіжних науковців у яких здійснено дослідження української діаспори; г) результати переписів населення у країнах проживання українців, дані імміграційних служб тощо; д) нормативно-правові документи, які регулюють правові норми проживання етнічних меншин, іммігрантів, міждержавні договори, резолюції міжнародних організацій тощо; е) картографічні матеріали; є) інші.

Значний внесок у дослідження української діаспори зробили географи В. Садовський, Т. Олексіюк, В. Кубійович, Й. Шимонович, які проаналізували демографічні втрати українського народу в часи Першої світової війни, у т. ч. і внаслідок міграції та депортації, а також асиміляційної політики держав, проблем фальсифікації результатів переписів населення та розселення українців поза межами української етнічної території.

Основним здобутком української етногеографії 20–30 рр. XIX ст. стала підготовка та видання за редакцією В. Кубійовича таких фундаментальних комплексних праць з географії недержавної на той час України, як “Географія українських та сумежних земель” (Львів, 1933), “Атлас України і сумежних країв” (Львів, 1937), які детально і на високому науковому рівні відобразили основні демогеографічні та етнодемогеографічні параметри України [30, с. 45].

При дослідженні української діаспори В. Кубійович виділяв два основних вектори міграцій: східний і західний, що призвели в кінцевому підсумку до формування, відповідно, східної і західної діаспори, здійснено наукові узагальнення міграційних процесів на зламі 60–70 рр. XX ст. Вивчаючи східну діаспору науковець вивчав історичні особливості її формування, географічні аспекти розміщення, соціальний склад, що призвело до виявлення закономірності – зростання чисельності українців у субполярних і заполярних регіонах СРСР, а також у посушливих регіонах Середньої Азії. При дослідженнях західної діаспори особливу увагу науковець приділяв українцям, які проживали у безпосередній близькості до української етнічної території – Польщі, Словаччині, країнах колишньої Югославії.

Дослідження діаспори знайшло своє відображення у роботі науковця над Енциклопедією Українознавства. На думку, В. Кубійовича основними завданнями Енциклопедії Українознавства є: а) бути головним довідником українознавства для української діаспори поза межами СРСР і його сателітів; б) бути джерелом знань про Україну і український народ для іноземців; в) бути джерелом об’єктивної інформації для українців, що проживають на батьківщині [87, С. 30–34].

Дослідженнями української діаспори та популяризацією інформації про неї займаються українці, які проживають поза межами України. Так, за ініціативою науковців О. Воловини та В. Лопуха, які працюють в США

при американській філії Наукового Товариства ім. Шевченка в США у 2009 р. відкрито Центр демографічних та соціоекономічних досліджень українців у США. Основними завданнями Центру є: а) збирати і систематизувати наявні статистичні дані про українців у США; б) полегшити доступ до цих даних для дослідників, політиків, громадських лідерів та інших; в) сприяти академічним та прикладним дослідженням, базованим на цих даних. Інтегрована база даних є виведена на веб-сайті Центру: www.shevchenko.org, або за прямою адресою: www.inform-decisions.com/ukrstat і є доступною для усіх, хто цікавиться статистикою про українців в Америці [23, С. 171–174].

У першу чергу ця інформація адресується науковцям, які вивчають демографічні, соціально-економічні характеристики українських іммігрантів та їх житлово-побутові умови. Створена база даних дає можливість забезпечити об'єктивний дані щодо українців у США: їх чисельність і географічне розселення у різних містах, демографічний склад та соціально-економічні характеристики, зміни, які відбулися у діаспорі внаслідок прибуття іммігрантів 4-ої хвилі з України, кількість україномовних та російськомовних, змішані шлюби, характеристики житла і т.д. На думку засновників Центру, такий досвід буде служити як модель для створення аналогічних центрів у Канаді та Австралії, де програми перепису населення дуже схожі до американської [104].

До найважливіших джерел інформації про українську діаспору відносяться монографічні видання "Ukraine a Concise Encyclopedia" [5], "Ukraine and Ukrainians throughout the World" [4], "Зарубіжні українці" [37], "Украинцы в мире" [44], "Українці в світі" [100]. В цих дослідженнях розкриті політичні, соціально-економічні причини еміграції з України, подано демографічну характеристику, описано роль та місце українців у соціально-економічній структурі в країнах проживання, проаналізовано зміни у етнічній території України.

В Україні функціонують три інститути діяльність яких спрямована на вивчення української діаспори: Інститут дослідження української діаспори при Національному університеті "Острозька академія", Інститут досліджень діаспори та Міжнародний Інститут освіти, культури та зв'язків з діаспорою при національному університеті "Львівська політехніка".

Метою діяльності Інституту дослідження української діаспори при Національному університеті "Острозька академія" є дослідження громадського, політичного, культурного та наукового життя української діаспори, а також розширення й поглиблення наукових та культурних зв'язків із українською громадськістю [42].

Метою діяльності Інституту досліджень діаспори є організація та здійснення дослідження закордонного українства та діаспор в Україні для висвітлення питань їхніх історії та сьогодення, надання українцям зарубіжжя та представникам національних меншин в Україні допомоги в задоволенні їхніх національно-культурних та інформаційних потреб.

Діяльність працівників Інституту втілилась у створенні різноманітних довідникових видань з діаспорної тематики [43].

Основними завданнями діяльності Міжнародного Інституту освіти, культури та зв'язків з діаспорою (МІОК) є підтримка роботи українських громад та розвиток українського шкільництва у діаспорі. У зв'язку з цим МІОК працює над створенням підручників, укладанням серії збірників лінгвокраїнознавчих текстів для навчання, розробкою програм та методичних рекомендацій з українознавчих курсів, проведенням мовних шкіл для інтенсивного вивчення української мови [78].

Значним науковим здобутком стала публікація у 1993 р. атласу "Українці. Східна діаспора" який став першим картографічним виданням присвяченим українцям поза межами української етнічної території. Незважаючи на те, що інформаційною основою карт стали результати переписів 1897, 1926, 1959, 1970, 1979 і 1989 рр., які не завжди коректно відтворювали розселення українців на прикордонних з Україною територіях атлас є вагомим джерелом етногеографічної інформації про українську східну діаспору [101].

Виокремити українців серед представників інших національностей можна за мовою, країною походження чи національністю. Таку змогу дає опрацювання переписів населення. Переписи населення проводять майже в усіх країнах світу, їхні дані публікують на сайтах управлінь статистики чи електронних ресурсах, які присвячені перепису. Не менш важливими джерелами даних виступають друковані статистичні видання за матеріалами переписів [39, С. 166–169].

Загалом майже в усіх країнах, де проживає численна українська діаспора переписи населення відбуваються з періодичністю раз у десять років. Виняток становлять Канада й Австралія, де перепис населення відбувається що п'ять років. Програми переписів населення в деяких країнах не передбачають етнокультурних показників. Це, зокрема, такі країни, як Аргентина, Бразилія, Парагвай, Уругвай та Франція. Це зумовлено конкретними причинами: нечисленністю/багаточисельністю національних меншин, усталеною традицією проведення переписів населення, політичними обставинами тощо. У країнах, що були союзними республіками колишнього СРСР, програми переписів здебільшого успадкували етнокультурні показники з програм переписів колишнього СРСР, зокрема, перепису населення 1989 р. Це показники: "національність", "рідна мова", "інша мова, якою володіє респондент".

Отже, на наш погляд, на підставі аналізу інформаційної основи дослідження етногеографічних процесів у країнах, де проживає численна українська діаспора, за особливостями етнокультурних критеріїв у програмах переписів, можна розподілити на три групи:

1. Країни, в яких за даними переписів кількість українців можна визначити точно. Зазвичай, це країни, у програмах переписів яких є прямий етнічний критерій, а в переліку етнічних груп у переписному листі є українці. Крім того, часто є також інші критерії (мовний, релігійний), що

дає змогу детальніше проаналізувати українську діаспору в країні. Цю групу можна розподілити на дві підгрупи:

– країни, де в програмах переписів етнічний критерій сформульовано як “етнічна належність”;

– країни, де в програмах переписів етнічний критерій сформульовано як “національність”.

2. Країни, де за даними переписів кількість українців можна визначити приблизно, з більшим чи меншим ступенем точності. Зазвичай це країни, програми переписів яких критерію етнічності (національності) не мають, проте введено мовний критерій. У переліку мов у переписному листі є українська. Тут, у разі визначення кількості українців, потрібно враховувати, що можливо їхня частина зберегла етнічну ідентичність, проте не володіє українською мовою. Цю групу розподілено на три підгрупи:

– країни, де в програмах переписів мовний критерій сформульовано як “рідна мова”. Зокрема, це такі країни: Австралія, Азербайджан, Білорусь, Велика Британія, Вірменія, Грузія, Естонія, Казахстан, Киргизстан, Литва, Молдова, Польща, Російська Федерація, Румунія, Словаччина, США, Таджикистан, Туркменістан, Узбекистан, Чехія;

– країни, де в програмах переписів мовний критерій сформульовано як “володіння іншими мовами”. Цей етномовний критерій використовують такі країни: Австралія, Білорусь, Вірменія, Грузія, Естонія, Казахстан, Канада, Киргизстан, Литва, Молдова, Російська Федерація, Туркменістан;

– країни, де в програмах переписів мовний критерій сформульовано “мова (и) найбільш використовувана вдома і/або на роботі”. Країни, у переписних листах яких використовують цей критерій: Білорусь, Канада, Латвія, Молдова, Нова Зеландія, Польща, Словаччина, США, Таджикистан.

3. Країни, де за даними переписів кількість українців визначити немає змоги. Тобто це країни, у яких або взагалі немає етнокультурної переписної статистики, або ж у матеріалах етнокультурної статистики не виділено окремої групи “українці”, або окремо носіїв української мови. Зокрема, це такі країни як Аргентина, Бразилія, Парагвай, Уругвай, Франція.

Не менш важливою є тематика діаспори та зарубіжного українства у дисертаційних дослідженнях. Серед авторефератів дисертаційних досліджень розміщених у електронній базі бібліотеки В. Вернадського проблематика зарубіжного українства та української діаспори порушується у 49 дослідженнях. Із загальної кількості цих досліджень 41 з них на здобуття кандидата наук, 8 – доктора. Більшість досліджень української діаспори здійснили історики – 25 кандидатських та три докторських дисертаційних дослідження. Вісім дисертаційних досліджень присвячених українській діаспорі подано на здобуття кандидата політологічних наук [81]. Незважаючи на певний ажіотаж навколо діаспоральної тематики, серед молодих географів ця проблематика не користується популярністю.

З географічних дисертаційних досліджень варто виділити працю В. Куреляка "Українці Румунської Мараморощини". Це комплексне регіональне дослідження української етнічної меншини повіту Марамуреш у Румунії. У дослідженні висвітлено історико-географічні особливості заселення у Мараморощині, виділені основні етапи освоєння цієї території. Особлива увага приділена соціально-політичним та природно-ресурсним чинникам, які мали вплив на формування етнічної меншини [58].

На нашу думку, тематика української діаспори недостатньо представлена у навчальних дисциплінах, що читаються студентам на географічних факультетах вищих навчальних закладів. Нагальною є потреба створення окремої навчальної дисципліни, предметом якої була б українська діаспора, розробка єдиної методики дослідження, здійснення комплексного географічного дослідження української діаспори. Очевидно, що на ці завдання в першу чергу мають орієнтуватися існуючі кафедри географії України (у Києві, Львові, Тернополі, Одесі, Мелітополі). Це має знайти своє відображення у написанні студентами курсових робіт, магістерських робіт, дисертаційних досліджень. Теоретичні та прикладні суспільно-географічні дослідження у вищих навчальних закладах повинні стати фундаментом практичних рішень і заходів з боку влади у питаннях української діаспори [40, С. 45–46].

Висновки. Діаспоральна тематика є доволі поширеною серед зарубіжних та українських науковців, про що свідчить значна кількість наукових праць, в яких розкриваються теоретичні та прикладні аспекти проблематики. Актуальним завданням для української географії є розвиток суспільно-географічних досліджень української діаспори, адже більшість дисертаційних досліджень присвячених діаспорі та зарубіжному українству здійснено істориками. Зважаючи на здобутки українських географів у дослідженнях української діаспори актуальним завданням для молодих географів є продовження традицій закладених В. Кубійовичем, Т. Олексіюком, С. Рудницьким, В. Садовським, І. Теслею та Й. Шимоновичем, підтриманих у дослідженнях І. Винниченка, М. Дністрянського, В. Євтуха, Ф. Заставного, Р. Лозинського, А. Шлепакова та ін.

Список використаної літератури

1. Armstong J. A. Mobilized and proletarian diasporas / J. A. Armstrong // American political sciences review. – Washington. – 1976. – Vol. 70. – №2. – P. 393–408.
2. Clifford J. Diasporas / J. Clifford // Cultural Anthropology. – Washington. – 1994. – Vol. 9. – №3. – P. 302–338.
3. Esman M. J. Diasporas an international relations / M. J. Esman // Modern diasporas in international politics – N.Y. – 1986. – P. 333–349.
4. Lencyk-Pawliczko A. Ukraine and Ukrainians throughout the World: A Demographic and Sociological Guide to the Homeland and Its Diaspora / A. Lencyk-Pawliczko // University of Toronto Press. – 1994. – 509 p.
5. Markus V. Ukrainians in the United States / V. Markus // Ukraine a Consise Encyclopedia. – Toronto – 1971. – Vol. 2. – 1300 p.
6. Sheffer G. A new field of study: modern diasporas in international politics / G. Sheffer // Modern diasporas in international politics. – London. – 1986. – P. 1–15.

7. Wolowyna O. Some consequences of the new wave immigration from Ukraine for the Ukrainian diaspora in the United States / O. Wolowyna // Діаспора як чинник утвердження держави Україна у міжнародній спільноті: сучасний вимір, проекція у майбутнє (Третя міжнародна науково-практична конференція, 23–25 червня 2010 р., м. Львів). – Львів: Видавництво Львівської політехніки. – 2010. – 591 с. – С. 56–66.
8. Аза Л. О. Українці Румунії: сучасний стан та перспективи етнокультурного розвитку / Л. О. Аза, А. А. Попок, О. В. Швачка // К.: Соціс. – 1999. – 88 с.
9. Алієва М. Різні тлумачення терміну "діаспора" / М. Алієва // Етнічна історія народів Європи: Зб. наук. праць. – Київ: УНІСЕРВ. – 2008. – Вип. 24. – С. 63–68.
10. Арутюнов С. А. Диаспора – это процесс / С. А. Арутюнов // Этнографическое обозрение. – М. – 2000. – №2. – С. 74–78.
11. Аствацатурова М. А. Современные диаспоры: сложности теоретического осмысления / М. А. Аствацатурова // Этнические проблемы современности. – Ставрополь. – 2001. – Вып. – 7. – С. 41–46.
12. Бабута М. Н. Украинские этнолокальные группы в Восточной Европе (конец XIX–XX вв.) / М. Н. Бабута // Известия Томского политехнического университета. – 2012. – №6. – С. 214–217.
13. Бабута М. Н. Формирование украинской диаспоры в Западной Европе (конец XIX–XX вв.) / М. Н. Бабута. – Вестник ТГПУ. – Вип. 3(118). – 2012. – С. 76–80.
14. Бачинський Ю. Українська імміграція в Сполучених Штатах Америки / Ю. Бачинський, В. Маркусь // К. – 1995. – 342 с.
15. Білецький В. Українська діаспора сьогодні: перспективи і реалії співпраці з Україною / В. Білецький. – Культурні зв'язки Донеччини з українським зарубіжжям (матеріали науково-практичної конференції, м. Донецьк, 17 грудня 2004 р.). – Донецьк. – 110 с. – С. 29–34.
16. Брук С. И. Численность и расселение украинского этноса в XVIII – начале XX столетия/ С. И. Брук, В. М. Кабузан // Советская этнография. – 1981. – №5. – С. 16–31.
17. Васильєва Л. Д. Українська діаспора у Польщі / Л. Д. Васильєва // Український історичний журнал – 1992. – №10. – С. 54–62.
18. Вдовенко С. М. Закордонне українство в національно державотворчому процесі ідентифікації і взаємовідносин / С. М. Вдовенко. – Чернігів, ЧДПУ 2004. – 209 с.
19. Винницький М. Україна і діаспора – можливості формування світового українства / М. Винницький. – Культурні зв'язки Донеччини з українським зарубіжжям (матеріали науково-практичної конференції, м. Донецьк, 17 грудня 2004 р.). – Донецьк. – 110 с. – С. 17–22.
20. Винниченко І. І. Українці в державах колишнього СРСР: історико-географічний нарис / І. І. Винниченко. – Житомир: Льонок. – 1992. – 112 с.
21. Винниченко І. І. Закордонне українство/ І. І. Винниченко // Культурні зв'язки Донеччини з українським зарубіжжям (матеріали науково-практичної конференції, м. Донецьк, 17 грудня 2004 р.). – Донецьк. – 110 с.. – С. 8–14.
22. Воловина О. Аналіз даних перепису українців у Сполучених Штатах, 1980–1990 рр. / О. Воловина // Українська діаспора. – 1993. – №4. – С. 20–30.
23. Воловина О. Нові можливості для дослідження української діаспори в США / О. Воловина, В. Лопух // Діаспора як чинник утвердження держави Україна у міжнародній спільноті : сучасний вимір, проекція у майбутнє (Третя міжнародна науково-практична конференція, 23–25 червня 2010 р., м. Львів). – Львів: Видавництво Львівської політехніки. – 2010. – 591 с. – С. 171–174.
24. Гаврилишин П. М. Українська трудова міграція в Італії (1991–2011 рр.) / П. М. Гаврилишин. – Івано-Франківськ: Вогонь з неба. – 2012. – 246 с.
25. Газізова О. Українська мова як фактор збереження національної ідентичності підростаючого покоління зарубіжних українців / О. Газізова // Українознавчий альманах. – Вип. 7. – С. 45–48.
26. Годованська О. М. Новітня українська діаспора: трудові мігранти в Італії, Іспанії, та Португія / О. М. Годованська // Національна академія України, Ін-т народознавства НАН України. – Львів. – 2011. – 191 с.
27. Горват Л.-І. Етнічна та мовна ідентичність українців повітів Марамуреш та Сату Маре / Л.-І. Горват, Я.-О. Колотило // Діаспора як чинник утвердження держави Україна у міжнародній спільноті : сучасний вимір, проекція у майбутнє (Третя міжнародна науково-практична конференція, 23–25 червня 2010 р., м. Львів). – Львів: Видавництво Львівської політехніки. – 2010. – 591 с. – С. 87–98.
28. Горєлов Д. М. Вплив організації української діаспори на розвиток громадянського суспільства в Україні / Д. М. Горєлов // Стратегічні пріоритети. – 2011. – №3(20). – С. 32–38.
29. Горєлов Д. М. Інституційна інтеграція української діаспори в громадянське суспільство у державах поселення / Д. М. Горєлов // Стратегічні пріоритети. – 2009. – №3(12). – С. 50–58.

30. Дністрянський М. С. Етногеографія України / М. С. Дністрянський. – Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка. – 2008. – 232 с.
31. Дністрянський М. С. Політична географія та геополітика України / М. С. Дністрянський. – Тернопіль: Навчальна книга – Богдан. – 2010. – 344 с.
32. Дністрянський М. С. Порівняльний аналіз етнодемографічних процесів у різних групах зарубіжного українства / М. С. Дністрянський, Б. Жулканич // Вісник Львівського ун-ту. Сер. геогр. – Вип. 36. – 2009. – С. 127–138.
33. Євтух В. Б. Українці в Канаді / В. Б. Євтух, О. О. Ковальчук // Київ "Будівельник". – 1993. – 143 с.
34. Євтух В. Б. Українська діаспора Соціологічні та історичні студії / В. Б. Євтух, В. П. Трощинський, О. В. Швачка. – К.: Фенікс, 2003. – 228 с.
35. Євтух В. Б. Українські канадці: проблеми соціально-демографічної інтеграції / В. Б. Євтух, О. О. Ковальчук // Український історичний журнал – 1991. – №8. – С. 64–74.
36. Євтух В. Феномен діаспори в дзеркалі науки / В. Євтух, В. Маркусь, В. Трощинський // Віче. – 1993. – №11. – С. 109–119.
37. Зарубіжні українці / С. Ю. Лазебник, Л. О. Лещенко, Ю. І. Макар. – К.: "Україна". – 1991. – 352 с.
38. Заставний Ф. Д. Східна українська діаспора / Ф. Д. Заставний. – Львів: Світ. – 1992. – 176 с.
39. Зубик А. І. Етнокультурні показники у програмах переписів населення (для потреб етногеографічних досліджень) / А. І. Зубик // Географічна наука і практика: виклики епохи: матеріали міжнародної наукової конференції, присвяченої 130-річчю географії у Львівському університеті (м. Львів, 16–18 травня 2013 р.) / У 3-ох томах. – Львів: Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2013. – Том 1. – С. 166–169.
40. Зубик А. І. Наукові проблеми дослідження української діаспори в контексті розвитку географічної освіти в державі / А. І. Зубик // Фундаментальні та прикладні дослідження в географічній, екологічній та хімічній освіті: Матеріали Міжнар. наук.-практ. інтернет-конф. (м. Умань, 14–15 листопада 2013 р.). – Умань: ВПЦ "Візаві", 2013. – 132 с.
41. Ідзьо В. Українська діаспора в Росії. Українсько-російські взаємовідносини: історія, наука, релігія / В. Ідзьо. – Львів: Бак, 2002. – 304 с.
42. Інститут дослідження української діаспори [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.oa.edu.ua/ua/institutes/diaspora.
43. Інститут досліджень діаспори [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://mihrantua.narod.ru/xvila5.htm.
44. Кабузан В. М. Украинцы в мире: динамика численности и расселения. 20-е годы XVIII века–1989 год: формирование этнических и политических границ украинского этноса / В. М. Кабузан // Ин-т рос. истории РАН. – М.: Наука. – 2006. – 658 с.
45. Казьмина О. Е. Основы этнодемографии / О. Е. Казьмина, П. И. Пучков. – Москва: "Наука". – 1994. – 256 с.
46. Канукова З. В. Диаспора: функциональный анализ термина / З. В. Канукова // Вестник Владикавказского научного центра. – 2011. – № 4. – С. 23–28.
47. Карпенко В. Українці в Казахстані [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://ukrlife.org/main/karp/5.htm.
48. Карпова Ю. Этнодемографические аспекты миграционных процесов в России и Украине / Ю. Карпова // Социс. – 2005. – № 12. – С. 94.
49. Качараба С. Еміграції з західної України 1919–1939 рр. / С. Качараба // Львів. – 2003. – 416 с.
50. Ким А. С. Этнополитическое исследование современных диаспор (Конфликтологический аспект): Автореф. дис. на соискание ученой степени д. полит. н. – СПб., 2009. – Електронный ресурс. – Режим доступу: http://vak.ed.gov.ru/common/img/uploaded/files/vak/annocements/politich/2009/06-04/KimAS.rtf
51. Ключковська І. Нова українська присутність у світі. Контекст східної діаспори та "четвертої хвилі еміграції" / І. Ключковська // Діаспора як чинник утвердження держави Україна у міжнародній спільноті: сучасний вимір, проекція у майбутнє (Третя міжнародна науково-практична конференція, 23–25 червня 2010 р., м. Львів). – Львів: Видавництво Львівської політехніки. – 2010. – 591 с. – С. 70–75.
52. Козлов В. И. Национальности СССР / В. И Козлов // М.: Статистика. – 1975. – 263 с.
53. Кондратьева Т. Диаспоры в современном мире: эволюция явления и понятия. – [Електронний ресурс].– Режим доступу: http://www.perpectivy.info.
54. Коник В. Процес формування сучасної української діаспори Естонії та її характеристики / В. Коник. – Українці в Естонії: вчора, сьогодні, завтра (матеріали між нар. наук. конф., м. Таллін, 7–8 падолиста 2008 р.). – К.: Геопринт. – 2008. – 100 с. – С. 22–29.

55. Коннор У. Диаспоры: транснациональное самосознание и политика в странах исхода / У. Коннор // Диаспоры. – 1999. – №2–3. – С. 40–51.
56. Коткин Д. Диаспора: главное действующее лицо на мировой экономической сцене / Д. Коткин // Новое время – 1993. – №5. – С. 26–28.
57. Кубійович В. М. Українська діаспора в СРСР в світлі переписів населення / В. М. Кубійович // Сучасність. – 1979. – Ч. 6. (210). – С. 60–74.
58. Куреляк В. Українці румунської Мараморощини / В. Куреляк // Львів. – 2001. – 183 с.
59. Кушнер (Кнышев) П. И. Этнические территории и этнические границы / П. И. Кушнер. – М.: Изд-во Акад. Наук СССР. – 1951. – 256 с.
60. Лагутов Ю. Українці в Росії та росіяни в Україні: особливості національного розвитку в контексті етнополітики держав проживання / Ю. Лагутов, А. Попок. // Українські варіанти. – 1998. – № 3–4. – С. 53–63.
61. Лаллукка С. Диаспора. Теоретический и прикладной аспекты / С. Лаллукка // Социс. – 2000. – № 7. – С. 91–98.
62. Лановик Б. Роль української діаспори у становленні української незалежної держави / Б. Лановик // Діаспора як чинник утвердження держави Україна у міжнародній спільноті. Перша наукова конференція (8–10 березня 2006 р., Львів): тези доповідей. – Львів, 2006 р. – С. 17–19.
63. Левин З. И. Менталитет диаспоры (системный и социокультурный анализ)/ З. И. Левин // М. – 2001. – 170 с.
64. Лобжанидзе А. А. Этногеография и география религий / А. А. Лобжанидзе, С. А. Горохов, Д. В. Заяц. – М.: Издательський центр "Академия". – 2005. – 176 с.
65. Лозинський А. Основні питання діаспори до України / А. Лозинський // Друга міжнародна науково-практична конференція "Діаспора як чинник утвердження держави Україна у міждержавній спільноті", 18-20 червня 2009 р. – Львів. – 2009 р. – С. 28–31.
66. Лозинський Р. М. Етнолінгвістичні показники в суспільно-географічних дослідженнях / Р. М. Лозинський // Історія укр. географії. – Вип. 12. – 2005. – С. 68–71.
67. Лозинський Р. М. Етномовний напрямок у суспільній географії / Р. М. Лозинський. – Теоретичні та методологічні проблеми суспільної географії. – Львів: Видавничий центр ЛНУ ім. І. Франка. – 2006. – 432 с.
68. Лозинський Р. М. Географія мов в Україні: навч. посіб. / Р. М. Лозинський. – Львів: Вид-во "ЛІГА Львів". – 2012. – 146 с.
69. Лопух В. "Нова хвиля" еміграції до США: економічно-соціальні аспекти / В. Лопух // Діаспора як чинник утвердження держави Україна у міжнародній спільноті : сучасний вимір, проекція у майбутнє (Третя міжнародна науково-практична конференція, 23–25 червня 2010 р., м. Львів). – Львів: Видавництво Львівської політехніки. – 2010. – 591 с. – С. 65–75.
70. Мазука Л. І. Закордонне українство в Казахстані: історія та сучасність / Л. І. Мазука // Стратегічні пріоритети. – №3(8). – 2008. – С. 68–75.
71. Мазука П. Українська діаспора в Росії: актуальні проблеми збереження національної ідентичності / П. Мазука // Стратегічні пріоритети. – 2007. – №4(5). – С. 91–102.
72. Макар Ю. І. Розселення українців у світі / Ю. І. Макар, О. Ю. Макар // Трибуна. – 1991. – №2. – С. 30–31.
73. Марунчак М. Українці в СССР поза кордонами УРСР / М. Марунчак. – Вінніпег. – 1974. – 256 с.
74. Машавець А. Роль української діаспори у розбудові сильної незалежної держави [Текст]. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.narodna.pravda.com.ua/history/4b502fac58872
75. Мельничук Г. Україна-Молдова: проблеми та перспективи двосторонніх відносин (90-ті рр. XX – початок XXI ст.) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://cheremosh30.org.ua/ukraina-i-susidy.html
76. Мерфі Н. Г. Українці в США: збереження національних та культурних традицій / Н. Г. Мерфі. – Донецьк: вид-во "Ноулідж". – 2010. – 247 с.
77. Милитарев А. Ю. О содержании термина "диаспора" (К разработке дефиниции) / А. Ю. Милитарев // Диаспоры. – 1999. – №1. – С. 24–33.
78. Міжнародний інститут освіти, культури та зв`язків з діаспорою [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://miok.lviv.ua/
79. Моцок В. Особливості динаміки чисельності українського етносу в Естонії на межі століть / В. Моцок. – Українці в Естонії: вчора, сьогодні, завтра (матеріали між нар. наук. конф., м. Таллін, 7–8 падолиста 2008 р.). – К.: Геопринт. – 2008. – 100 с. – С. 30–35.
80. Мыльников М. А. Современные диаспоры в глобальном коммуникационном пространстве / М. А. Мыльников // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 18. Социология и политология. – М. – 2007. – №2. – С. 45–56.

81. Національна бібліотека України імені В. І. Вернадського [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis64r_81/cgiirbis_64.exe?C21COM=F&I21DBN=ARD_EX&P21DBN=ARD&S21FMT=&S21ALL=&Z21ID=.
82. Наулко В. І. Динаміка чисельності і розміщення українців у XVIII–XX ст./ В. І. Наулко, Н. В. Чорна // Народна творчість та етнографія. – 1990. – № 5. – С. 16.
83. Петров В. Н. Влияние этнических миграций на процессы социальных изменений в регионе / В. Н. Петров // Вестник Московского ун-та. – Сер. 18. – 2004. – №2. – С. 116–129.
84. Попков В. Д. "Классические диаспоры": к вопросу о дефиниции понятия / В. Д. Попков. – Диаспоры. – №1. – 2002. – С. 7–22.
85. Попок А. Новітня еміграція з України : проблеми інтеграції в нові суспільства та співпраці з історичною батьківщиною / А. Попок // Вісник НАДУ. — 2006. — № 1. — С. 307–313.
86. Пронюк О. Стан сучасної української трудової еміграції: Італія / О. Пронюк // Івано-Франківськ: Нова Зоря. – 2007. – 24 с.
87. Професор Володимир Кубійович / Упоряд. О. Шаблій. – Львів: Видавничий центр ЛНУ імені І. Франка. – 2006. – 378 с.
88. Прохорова А. Роль диаспоры в развитии страны происхождения / А. Прохорова // Миграция XXI. – №6(9). – 2011. – С. 7.
89. Рендюк Т. Г. Українці в Румунії та румуни в Україні: проблеми минулого та сучасне становище / Т. Г. Рендюк // НАН України, Ін-т історії України. – К. – 2011. – 293 с.
90. Романцов В. О. Українці на одвічних землях (XVIII – початок XXI століття). – К.: Видавництво імені О. Теліги. – 2004. – 200 с.
91. Сапеляк О. Парагвайці українського походження: церковно-громадянське життя / О. Сапеляк // Львів: Ін-т народознавства НАН України. – 2011. – 160 с.
92. Сапеляк О. Українська спільнота в Аргентині: історико-етнологічні аспекти / О. Сапеляк // Львів: Червона калина. – 2008. – 286 с.
93. Семенов Ю. И. Этнос, нация, диаспора / Ю. И. Семенов // Этнографическое обозрение. – 2000. – №2. – С. 64–73.
94. Семенюк С. Український путівник по Словаччині (історико-краєзнавчі нариси) / С. Семенюк // Львів: Апріорі. – 2007. – 348 с.
95. Сергійчук В. Етнічні межі і державний кордон України / В. Сергійчук. – К. – 2000. – 558 с.
96. Сополига М. Українці Словаччини: матеріальні вияви народної культури та мистецтва / М. Сополига // К.: Темпора. – 2011. – 336 с.
97. Стрельченко С. В. Диаспора как субьект социально-экономических процес современности / С. В. Стрельченко // Энергия. – 2006. – №7. – С. 65–68.
98. Тощенко Ж. Т. Диаспора как объект социологического исследования / Ж. Т. Тощенко, Т. И. Чаптикова // Социс. – 1996. – № 12. – С. 37.
99. Трощинський В. П. Міжвоєнна українська еміграція в Європі як історичне і соціально-політичне явище / В. П. Трощинський // Ін-т соціології НАН України, Центр етносоціологічних та етнополітичних досліджень. – К.: Інтел. – 1994. – 258 с.
100. Трощинський В. П. Українці в світі / В. П. Трощинський, А. А. Шевченко. – К.: Альтернативи. – 1999. – Т. 15. – 352 с.
101. Українці. Східна діаспора (атлас). – Київ. – Мапа ЛТД. – 1993. – 25 с.
102. Українці у зарубіжному світі / відп. ред. Шлепаков А. М. // АН України, Інститут соціальних і економічних проблем зарубіжних країн. – Київ: Наукова думка. – 1991. – 139 с.
103. Хабибулина Н. Н. Диаспора: сущность, социально-филосовские аспекты развития: на материалах Бурятии. Автореф. дис. на соискание ученой степени к. филос. наук. – Улан-Уде. – 2003. – 20 с.
104. Центр досліджень української діаспори при Науковому Товариству ім. Т. Шевченка у США. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.inform-decisions.com/ukrstat.
105. Черная Н. В. Украинское население России и СССР за пределами Украины (XVIII–XX вв.) динамика численности и размещения / Н. В. Черная // Расы и народы. – Вип. 21. – 1991. – С. 62–79.
106. Чорний С. Українці в Євразії: Чисельність і розміщення за переписами 1897 – 1990 рр. / С. Чорний. – К., – 2002., С. 5
107. Шеффер Г. Диаспоры в мировой политике / Г. Шеффер // Диаспоры. – М. – 2003. – №1. – С. 162–184.
108. Шпарага Т І. Українці в Естонії: проблеми асиміляції та інтеграції / Т. І. Шпарага, М. М. Михайлюк // Географія та туризм: Наук. зб. / Ред. кол.: Я. Б. Олійник (відп. ред.) та ін. – К.: Альфа-Пік, 2014. – Вип. 27. – 334 с. – С. 192–199.

Список использованных источников:

1. Армстронг Дж. А. Мобилизованные и пролетарские диаспоры / Дж. А. Армстронг // Американский научно-политический обозреватель. – Вашингтон. – 1976. – Том. 70. – №2. – С. 393–408.
2. Клиффорд Дж. Диаспоры /Дж. Клиффорд // Культурная антропология. – Вашингтон. – 1994. – Том 9. – №3. – С. 302–338.
3. Есман М. Ж. Диаспоры в международных связах / М. Ж. Есман // Современные диаспоры у международной политики. – Нью-Йорк. – 1986. – С. 333-349.
4. Ленчук Павличко А. Украина и украинцы в мире: демографический и социологический путеводитель по родине и миру / А. Ленчук-Павличко // Торонто. 1994. – 509 с.
5. Маркусь В. Украинцы в США / В. Маркусь // Энциклопедия Украинознавства // Торонто. – 1971. – Т. 2. – С. 1300-1310.
6. Шеффер Г. Новая область исследований: современные диаспоры у международной плоитике / Г. Шефер // Современные диаспоры у международной политике. – Лондон. – 1986. – С. 1–15.
7. Воловина О. Некоторые закономерности новой волны иммиграции из Украинцы / О. Воловина // Диаспора как фактор утверждения государства Украина в международном сообществе: современное измерение, проекция в будущее (Третья международная научно-практическая конференция, 23-25 июня 2010 г., г. Львов). – Львов: Издательство Львовской политехники. – 2010. – 591 с. – С. 56-66.
8. Аза Л. О. Украинцы Румынии: современное состояние и перспективы этнокультурного развития / Л. О. Аза, А. А. Попок, О. В. Швея // К.: Соціс. – 1999. – 88 с.
9. Алиєва М. Разные толкования срока "диаспора" / М. Алієва // Этническая история народов Европы: Зб. науч. работ. – Киев: УНІСЕРВ. – 2008. – Вып. 24. – С. 63-68.
10. Арутюнов С. А. Диаспора – это процесс / С. А. Арутюнов // Этнографическое обозрение. – М. – 2000. – №2. – С. 74-78.
11. Аствацатурова М. А. Современные диаспоры: сложности теоретического осмысления / М. А. Аствацатурова // Этнические проблемы современности. – Ставрополь. – 2001. – Вып. – 7. – С. 41-46.
12. Бабута М. Н. Украинские этнолокальные группы в Восточной Европе (конец XIX-XX вв.) / М. Н. Бабута // Известия Томского политехнического университета. – 2012. – №6. – С. 214-217.
13. Бабута М. Н. Формирование украинской диаспоры в Западной Европе (конец XIX-XX вв.) / М. Н. Бабута. – Вестник ТГПУ. – Вып. 3(118). – 2012. – С. 76-80.
14. Бачинський Ю. Украинская иммиграция в Соединенных Штатах Америки / Ю. Бачинський, В. Маркусь // К. – 1995. – 342 с.
15. Білецький В. Украинская диаспора сегодня: перспективы и реалии сотрудничества с Украиной / В. Білецький. – Культурные связи Донеччины с украинским зарубежьем (материалы научно-практической конференции, г. Донецк, 17 декабря 2004 г.). – Донецк. – 110 с. – С. 29-34.
16. Мостовая С. И. Численность и расселение украинского этноса в XVIII-начале XX вв. / С. И. Мостовая, В. М. Кабузан // Советская этнография. – 1981. – №5. – С. 16-31.
17. Васильєва Л. Д. Украинская диаспора в Польше / Л. Д. Васильєва // Украинский исторический журнал – 1992. – №10. – С. 54-62.
18. Вдовенко С. М. Заграничное украинство в национальном процессе идентификации и взаимоотношений / С. М. Вдовенко. – Чернигов, ЧДПУ 2004. – 209 с.
19. Винницький М. Украина и диаспора – возможности формирования мирового украинства / М. Винницький. – Культурные связи Донеччины с украинским зарубежьем (материалы научно-практической конференции, г. Донецк, 17 декабря 2004 г.). – Донецк. – 110 с. – С. 17-22.
20. Винниченко И. И. Украинцы в государствах бывшего СССР: историко-географический очерк / И. И. Винниченко. – Житомир: Льонок. – 1992. – 112 с.
21. Винниченко И. И. Заграничное украинство/ И. И. Винниченко // Культурные связи Донеччины с украинским зарубежьем (материалы научно-практической конференции, г. Донецк, 17 декабря 2004 г.). – Донецк. – 110 с. – С. 8-14.
22. Воловина О. Анализ данных переписи украинцев в Соединенных Штатах, 1980-1990 гг. / О. Воловина // Украинская диаспора. – 1993. – №4. – С. 20-30.
23. Воловина О. Новые возможности для исследования украинской диаспоры в США / О. Воловина, В. Лопух // Диаспора как фактор утверждения государства Украина в международном сообществе: современное измерение, проекция в будущее (Третья международная научно-практическая конференция, 23-25 июня 2010 г., г. Львов). – Львов: Издательство Львовской политехники. – 2010. – 591 с. – С. 171-174.
24. Гаврилишин П. М. Украинская трудовая миграция в Италии (1991-2011 гг.) / П. М. Гаврилишин. – Ивано-Франковск. – 2012. – 246 с.

25. Газизова О. Украинский язык как фактор сохранения национальной идентичности подрастающего поколения зарубежных украинцев / О. Газізова // Украиноведческий альманах. – Вып. 7. – С. 45-48.
26. Годованськая О. М. Новейшая украинская диаспора: трудовые мигранты в Италии, Испании, и Португалии / О. М. Годованська // Национальная академия Украины, Ин-т народоведения НАН Украины. – Львов. – 2011. – 191 с.
27. Горват Л.-И. Этническая и языковая идентичность украинцев уездов Марамуреш и Сату Маре / Л.-И. Горват, Я.-О. Колотило // Диаспора как фактор утверждения государства Украина в международном сообществе: современное измерение, проекция в будущее (Третья международная научно-практическая конференция, 23-25 июня 2010 г., г. Львов). – Львов: Издательство Львовской политехники. – 2010. – 591 с. – С. 87-98.
28. Горєлов Д. М. Влияние организации украинской диаспоры на развитие гражданского общества в Украине / Д. М. Горєлов // Стратегические приоритеты. – 2011. – №3(20). – С. 32-38.
29. Горєлов Д. М. Институционная интеграция украинской диаспоры в гражданское общество в государствах поселения / Д. М. Горєлов // Стратегические приоритеты. – 2009. – №3(12). – С. 50-58.
30. Днестрянский М. С. Этногеография Украины / М. С. Днестрянский. – Издательский центр ЛНУ имени Ивана Франко. – 2008. – 232 с.
31. Днестрянский М. С. Политическая география и геополитика Украины / М. С. Днестрянский. - Тернополь: Учебная книга - Богдан. - 2010. - 344 с.
32. Днестрянский М. С. Сравнительный анализ этнодемографических процессов в разных группах зарубежного украинства / М. С. Днестрянский, Б. Жулканич // Вестник Львовского ун-ту. Сер. геогр. – Вип. 36. – 2009. – С. 127-138.
33. Євтух В. Б. Украинцы в Канаде / В. Б. Євтух, О. О. Ковальчук // Киев "Строитель". – 1993. –- 143 с.
34. Євтух В. Б. Украинская диаспора Социологические и исторические студии / В. Б. Євтух, В. П. Трощинский, О. В. Швея. – К.: Феникс, 2003. – 228 с.
35. Євтух В. Б. Украинские канадцы: проблемы социально-демографической интеграции / В. Б. Євтух, О. О. Ковальчук // Украинский исторический журнал – 1991. –- №8. – С. 64-74.
36. Євтух В. Феномен диаспоры в зеркале науки / В. Євтух, В. Маркусь, В. Трощинск // Вече. – 1993. – №11. – С. 109-119.
37. Зарубежные украинцы / С. Ю. Лазебник, Л. О. Лещенко, Ю. И. Макар. –- К.: "Украина". – 1991. – 352 с.
38. Заставный Ф. Д. Восточная украинская диаспора / Ф. Д. Заставный. - Львов: Мир. - 1992. - 176 с.
39. Зубик А. И. Этнокультурные показатели в программах переписей населения (для потребностей этногеографических исследований) / А. И. Зубик // Географическая наука и практика: вызовы эпохи: материалы международной научной конференции, посвященной 130-летию географии в Львовском университете (г. Львов, 16-18 мая 2013 г.) / В 3-ох томах. – Львов: Издательский центр ЛНУ имени Ивана Франко, 2013. – Том 1. – С. 166–169.
40. Зубик А. И. Научные проблемы исследования украинской диаспоры в контексте развития географического образования в государстве / А. И. Зубик // Фундаментальные и прикладные исследования в географическом, экологическом и химическом образовании: Материалы Межнар. науч.-практ. интернет-конф. (г. Умань, 14-15 ноября 2013 г.). – Умань: ВПЦ "Визави", 2013. – 132 с. – С. 42–45.
41. Ідзьо В. Украинская диаспора в Росси. Украинско-русские взаимоотношения: история, наука, религия / В. Ідзьо. – Львов: Бак, 2002. – 304 с.
42. Институт исследования украинской диаспоры [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.oa.edu.ua/ua/institutes/diaspora.
43. Институт исследований диаспоры [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://mihrantua.narod.ru/xvila5.htm.
44. Кабузан В. М. Украинцы в мире: динамика численности и расселения. 20-е годы XVIII века-1989 ч: формирование этнических и политических границ украинского этноса / В. М. Кабузан // Ин-т рус. истории РАН. - Г.: Наука. - 2006. - 658 с.
45. Казьмина О. Э. Основы этнодемографии / О. Э. Казьмина, П. И. Пучков. – Москва: "Наука". – 1994. – 256 с.
46. Канукова З. В. Диаспора: функциональный анализ термина / З. В. Канукова // Вестник Владикавказского научного центра. – 2011. – № 4. – С. 23–28.
47. Карпенко В. Украинцы в Казахстане [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://ukrlife.org/main/karp/5.htm.
48. Карпова Ю. Этнодемографические аспекты миграционных процесов в России и Украине / Ю. Карпова // Социс. – 2005. – № 12. – С. 94.

49. Качараба С. Эмиграция из западной Украины 1919-1939 гг. / С. Качараба // Львов. – 2003. – 416 с.
50. Кым А. С. Этнополитическое исследование современных диаспор (Конфликтологический аспект): Автореф. дис. на соискание ученой степени д. полит. н. – Спб., 2009. – Електронный ресурс. – Режим доступа: http://vak.ed.gov.ru/common/img/uploaded/files/vak/annocements/politich/2009/06-04/KimAS.rtf
51. Ключковска И. Новое украинское присутствие в мире. Контекст восточной диаспоры и "четвертой волны эмиграции" / И. Ключковска // Диаспора как фактор утверждение государства Украина в международном сообществе: современное измерение, проекция в будущее (Третья международная научно-практическая конференция, 23-25 июня 2010 г., г. Львов). – Львов: Издательство Львовской политехники. – 2010. – 591 с. – С. 70-75.
52. Козлов В. И. Национальности СССР / В. И Козлов // М.: Статистика. – 1975. – 263 с.
53. Кондратьева Т. Диаспоры в современном мире: эволюция явления и понятия. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.perpectivy.info.
54. Коньк В. Процесс формирования современной украинской диаспоры Эстонии и ее характеристики / В. Конек // Украинцы в Эстонии: вчера, сегодня, завтра (материалы междунар. науч. конф., г. Таллин, 7-8 ноября 2008 г.). – К.: Геопринт. – 2008. – 100 с. – С. 22-29.
55. Коннор У. Диаспоры: транснациональное самосознание и политика в странах исхода / У. Коннор // Диаспоры. – 1999. – №2-3. – С. 40-51.
56. Коткин Д. Диаспора: главное действующее лицо на мировой экономической сцене / Д. Коткин // Новое время – 1993. – №5. – С. 26-28.
57. Кубійович В. М. Украинская диаспора в СССР в светлые переписей населения / В. М. Кубійович // Современность. – 1979. – Ч. 6. (210). – С. 60-74.
58. Куреляк В. Украинцы румынской Мараморощини / В. Куреляк // Львов. – 2001. – 183 с.
59. Кушнер (Кнышев) П. И. Этнические территории и этнические границы / П. И. Кушнер. – М.: Изд-во Акад. Наук СССР. – 1951. – 256 с.
60. Лагутов Ю. Украинцы в Росси и россияне в Украине: особенности национального развития в контексте этнополитики стран проживания / Ю. Лагутов, А. Попок. // Украинские варианты. – 1998. – № 3-4. – С. 53-63.
61. Лаллукка С. Диаспора. Теоретический и прикладной аспекты / С. Лаллукка // Социс. – 2000. – № 7. – С. 91-98.
62. Лановик Б. Роль украинской диаспоры в становлении украинского независимого государства / Б. Лановик // Диаспора как фактор утверждения государства Украина в международном сообществе. Первая научная конференция (8-10 марта 2006 г., Львов): тезисы докладов. – Львов, 2006 г. – С. 17-19.
63. Левин З. И. Менталитет диаспоры (системный и социокультурный анализ)/ З. И. Левин // М. – 2001. – 170 с.
64. Лобжанидзе А. А. Этногеография и география религий / А. А. Лобжанидзе, С. А. Горохов, Д. В. Заяц. – М.: Издательський центр "Академия". – 2005. – 176 с.
65. Лозинський А. Основные вопросы диаспоры к Украине / А. Лозинський // Вторая международная научно-практическая конференция "Диаспора как фактор утверждения государства Украина в межгосударственном сообществе", 18-20 июня 2009 г. – Львов. – 2009 г. – С. 28-31.
66. Лозинський Р. М. Этнолингвистические показатели в общественно-географических исследованиях / Р. М. Лозинський // История укр. географии. – Вып. 12. – 2005. – С. 68-71.
67. Лозинський Р. М. Этноязыковое направление в общественной географии / Р. М. Лозинський. – Теоретические и методологические проблемы общественной географии. – Львов: Издательский центр ЛНУ им. И. Франко. – 2006. – 432 с.
68. Лозинський Р. М. География языков в Украине: науч. пос. / Р. М. Лозинський. – Львов: Вид-во "ЛИГА Львов". – 2012. – 146 с.
69. Лопух В. "Новая волна" эмиграции в США: экономические-социальные аспекты / В. Лопух // Диаспора как фактор утверждения государства Украина в международном сообществе: современное измерение, проекция в будущее (Третья международная научно-практическая конференция, 23-25 июня 2010 г., г. Львов). – Львов: Издательство Львовской политехники. – 2010. – 591 с. – С. 65-75.
70. Мазука Л. И. Заграничное украинство в Казахстане: история и современность / Л. И. Мазука // Стратегические приоритеты. – №3(8). – 2008. – С. 68-75.
71. Мазука П. Украинская диаспора в Росси: актуальные проблемы сохранения национальной идентичности / П. Мазука // Стратегические приоритеты. – 2007. – №4(5). – С. 91–102.
72. Макар Ю. И. Расселение украинцев в мире / Ю. И. Макар, О. Ю. Макар // Трибуна. – 1991. – №2. – С. 30-31.
73. Марунчак М. Украинцы в СССР вне границ УССР / М. Марунчак. - Виннипег. - 1974. - 256 с.

74. Машавець А. Роль украинской диаспоры в развитии сильного независимого государства [Текст]. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.narodna.pravda.com.ua/history/4b502fac58872
75. Мельничук Г. Украина-Молдова: проблемы и перспективы двусторонних отношений (90-е гг. XX-начало XXI вв.) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://cheremosh30.org.ua/ukraina-i-susidy.html
76. Мерфи Н. Г. Украинцы в США: сохранение национальных и культурных традиций / Н. Г. Мерфі. – Донецк: вид-во "Ноулидж". – 2010. – 247 с.
77. Милитарев А. Ю. О содержании термина "диаспора" (К разработке дефиниции) / А. Ю. Милитарев // Диаспоры. – 1999. – №1. – С. 24-33.
78. Международный институт образования, культуры и связей с диаспорой [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://miok.lviv.ua/
79. Моцок В. Особенности динамики численности украинского этноса в Эстонии на границе столетий / В. Моцок. // Украинцы в Эстонии: вчера, сегодня, завтра (материалы междунар. науч. конф., г. Таллин, 7-8 ноября 2008 г.). – К.: Геопринт. – 2008. – 100 с. – С. 30-35.
80. Мыльников М. А. Современные диаспоры в глобальном коммуникационном пространстве / М. А. Мыльников // Вестн. Моск. ун-та. Сер. 18. Социология и политология. – Г. – 2007. – №2. – С. 45-56.
81. Национальная библиотека Украины имени В. И. Вернадского [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis64r_81/cgiirbis_64.exe?C21COM=F&I21DBN=ARD_EX&P21DBN=ARD&S21FMT=&S21ALL=&Z21ID=.
82. Наулко В. И. Динамика численности и размещение украинцев в XVIII-XX вв./ В. И. Наулко, Н. В. Черная // Народное творчество и этнография. – 1990. – № 5. – С. 16.
83. Петров В. Н. Влияние этнических миграций на процессы социальных изменений в регионе / В. Н. Петров // Вестник Московского ун-та. – Сер. 18. – 2004. – №2. – С. 116-129.
84. Попков В. Д. "Классические диаспоры": к вопросу в дефиниции понятия / В. Д. Попков. – Диаспоры. – №1. – 2002. – С. 7–22.
85. Попок А. Новейшая эмиграция из Украины: проблемы интеграции в новые общества и сотрудничества с исторической родиной / А. Попок // Вестник НАДУ. – 2006. – № 1. – С. 307–313.
86. Пронюк О. Состояние современной украинской трудовой эмиграции: Италия / О. Пронюк // Ивано-Франковск: Новая Зоря. – 2007. – 24 с.
87. Профессор Владимир Кубийович / Отв. ред. О. Шаблий. – Львов: Издательский центр ЛНУ имени И. Франко. – 2006. – 378 с.
88. Прохорова А. Роль диаспоры в развитии страны происхождения / А. Прохорова // Миграция XXI. –- №6(9). – 2011. – С. 7.
89. Рендюк Т. Г. Украинцы в Румынии и румыны в Украине: проблемы прошлого и современное положение / Т. Г. Рендюк // НАН Украины, Ин-т истории Украины. – К. – 2011. – 293 с.
90. Романцов В. О. Украинцы на исконных землях (XVIII-начало XXI вв). – К.: Издательство имени О. Теліги. – 2004. – 200 с.
91. Сапеляк О. Парагвайцы украинского происхождения: церковно-гражданская жизнь / О. Сапеляк // Львов: Ин-т народоведения НАН Украины. – 2011. – 160 с.
92. Сапеляк О. Украинское сообщество в Аргентине: историко-этнологические аспекты / О. Сапеляк // Львов: Красная калина. – 2008. – 286 с.
93. Семенов Ю. И. Этнос, нация, диаспора / Ю. И. Семенов // Этнографическое обозрение. – 2000. – №2. – С. 64–73.
94. Семенюк С. Украинский путеводитель по Словакии (историко-краеведческие очерки) / С. Семенюк // Львов: Априори. – 2007. – 348 с.
95 Сергийчук В. Этнические границы и государственная граница Украины / В. Сергийчук. – К. – 2000. – 558 с.
96. Сополига М. Украинцы Словакии: материальные проявления народной культуры и искусства / М. Сополига // К.: Темпора. – 2011. – 336 с.
97. Стрельченко С. В. Диаспора как субъект социально-экономических процесс современности / С. В. Стрельченко // Энергия. –2006. – №7. – С. 65–68.
98. Тощенко Ж. Т. Диаспора как объект социологического исследования / Ж. Т. Тощенко, Т. И. Чаптикова // Социс. – 1996. – № 12. – С. 37.
99. Трощинский В. П. Междувоенная украинская эмиграция в Европе как историческое и социально-политическое явление / В. П. Трощинский // Ин-т социологии НАН Украины, Центр этносоциологических и этнополитических исследований. – К.: Інтел. – 1994. – 258 с.
100. Трощинский В. П. Украинцы в мире / В. П. Трощинский, А. А. Шевченко. – К.: Альтернативы. – 1999. – Т. 15. – 352 с.

101. Украинцы. Восточная диаспора (атлас). – Киев. – Карта ЛТД. – 1993. –- 25 с.
102. Украинцы в зарубежном мире / отв. ред. Шлепаков А. М. // АН Украины, Институт социальных и экономических проблем зарубежных стран. – Киев: Научная мысль. – 1991. – 139 с.
103. Хабибулина Н. Н. Диаспора: сущность, социально-философские аспекты развития: на материалах Бурятии. Автореф. дис. на соискание ученой степени к. филос. наук. – Улан-Удэ. – 2003. – 20 с.
104. Центр исследований украинской диаспоры при Научном Обществе им. Т. Шевченко в США. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: www.inform-decisions.com/ukrstat.
105. Черная Н. В. Украинское население России и СССР за пределами Украины (XVIII-XX вв.): динамика численности и размещения / Н. В. Черная // Расы и народы. – Вып. 21. – 1991. – С. 62–79.
106. Черный С. Украинцы в Евразии: численность и размещение за переписями 1897-1990 гг. / С. Черный. – К., – 2002., С. 5.
107. Шеффер Г. Диаспоры в мировой политике / Г. Шеффер // Диаспоры. – Г. – 2003. – №1. – С. 162–184.
108. Шпарага Т. И. Украинцы в Эстонии: проблемы ассимиляции и интеграции / Т. И. Шпарага, М. М. Михайлюк // География и туризм: Наук. зб. / Ред. кол.: Я. Б. Олейник (отв. ред.) и др. – К.: Альфа-Пик, 2014. – Вип. 27. – 334 с. – С. 192–199.

References:

1. Armstong J. A. Mobilized and proletarian diasporas / J. A. Armstrong // American political sciences review. – Washington. – 1976. – Vol. 70. – #2. – P. 393–408.
2. Clifford J. Diasporas / J. Clifford // Cultural Anthropology. – Washington. – 1994. – Vol. 9. – #3. – P. 302–338.
3. Esman M. J. Diasporas an international relations / M. J. Esman // Modern diasporas in international politics – N.Y. – 1986. – P. 333–349.
4. Lencyk-Pawliczko A. Ukraine and Ukrainians throughout the World: A Demographic and Sociological Guide to the Homeland and Its Diaspora / A. Lencyk-Pawliczko // University of Toronto Press. – 1994. – 509 p.
5. Markus V. Ukrainians in the United States / V. Markus // Ukraine a Consise Encyclopedia. – Toronto – 1971. – Vol. 2. – 1300 p.
6. Sheffer G. A new field of study: modern diasporas in international politics / G. Sheffer // Modern diasporas in international politics. – London. – 1986. – P. 1–15.
7. Wolowyna O. Some consequences of the new wave immigration from Ukraine for the Ukrainian diaspora in the United States / O. Wolowyna // Diaspora jak čynnyk utverdžennja deržavy Ukraïna u mižnarodnij spilʹnoti: sučasnyj vymir, proekcija u majbutnje (Tretja mižnarodna naukovo-praktyčna konferencija, 23–25 červnja 2010 r., m. Lʹviv). – Lʹviv: Vydavnyctvo Lʹvivsʹkoï politechniky. – 2010. – 591 s. – S. 56–66.
8. Aza L. O. Ukraïnci Rumuniï: sučasnyj stan ta perspektyvy etnokulʹturnoho rozvytku / L. O. Aza, A. A. Popok, O. V. Švačka // K.: Socis. – 1999. – 88 s.
9. Alijeva M. Rizni tlumačennja terminu “diaspora” / M. Alijeva // Etnična istorija narodiv Jevropy: Zb. nauk. pracʹ. – Kyïv: UNISERV. – 2008. – Vyp. 24. – S. 63–68.
10. Arutjunov S. A. Dyaspora – эto process / S. A. Arutjunov // Эtnohrafyčeskoe obozrenye. – M. – 2000. – #2. – S. 74–78.
11. Astvacaturova M. A. Sovremennыe dyasporы: složnosty teoretyčeskoho osmыslenyja / M. A. Astvacaturova // Эtnyčeskye problemы sovremennosty. – Stavropolʹ. – 2001. – Vыp. – 7. – S. 41–46.
12. Babuta M. N. Ukraynskye эtnolokalʹnыe hrupры v Vostočnoj Evrope (konec ChICh–ChCh vv.) / M. N. Babuta // Yzvestyja Tomskoho polytechnyčeskoho unyversyteta. – 2012. – #6. – S. 214–217.
13. Babuta M. N. Formyrovanye ukraynskoj dyasporы v Zapadnoj Evrope (konec ChICh–ChCh vv.) / M. N. Babuta. – Vestnyk THPU. – Vyp. 3(118). – 2012. – S. 76–80.
14. Bačynsʹkyj Ju. Ukraïnsʹka immihracija v Spolučenych Štatach Ameryky / Ju. Bačynsʹkyj, V. Markusʹ // K. – 1995. – 342 s.
15. Bilecʹkyj V. Ukraïnsʹka diaspora sʹohodni: perspektyvy i realiï spivpraci z Ukraïnoju / V. Bilecʹkyj. – Kulʹturni zvʹʹjazky Doneččyny z ukraïnsʹkym zarubižžjam (materialy naukovo-praktyčnoï konferenciï, m. Donecʹk, 17 hrudnja 2004 r.). – Donecʹk. – 110 s. – S. 29–34.
16. Bruk S. Y. Čyslennostʹ y rasselenye ukraynskoho эtnosa v ChVIII – načale ChCh stoletyja/ S. Y. Bruk, V. M. Kabuzan // Sovetskaja эtnohrafyja. – 1981. – #5. – S. 16–31.
17. Vasylʹjeva L. D. Ukraïnsʹka diaspora u Polʹšči / L. D. Vasylʹjeva // Ukraïnsʹkyj istoryčnyj žurnal – 1992. – #10. – S. 54–62.
18. Vdovenko S. M. Zakordonne ukraïnstvo v nacionalʹno deržavotvorčomu procesi identyfikaciï i vzajemovidnosyn / S. M. Vdovenko. – Černihiv, ČDPU 2004. – 209 s.

19. Vynnyc′kyj M. Ukraïna i diaspora – možlyvosti formuvannja svitovoho ukraïnstva / M. Vynnyc′kyj. – Kul′turni zv″jazky Doneččyny z ukraïns′kym zarubižžjam (materialy naukovo-praktyčnoï konferencii, m. Donec′k, 17 hrudnja 2004 r.). – Donec′k. – 110 s. – S. 17–22.
20. Vynnyčenko I. I. Ukraïnci v deržavach kolyšn′oho SRSR: istoryko-heohrafičnyj narys / I. I. Vynnyčenko. – Žytomyr: L′onok. – 1992. – 112 s.
21. Vynnyčenko I. I. Zakordonne ukraïnstvo/ I. I. Vynnyčenko // Kul′turni zv″jazky Doneččyny z ukraïns′kym zarubižžjam (materialy naukovo-praktyčnoï konferencii, m. Donec′k, 17 hrudnja 2004 r.). – Donec′k. – 110 s.. – S. 8–14.
22. Volovyna O. Analiz danych perepysu ukraïnciv u Spolučenych Štatach, 1980–1990 rr. / O. Volovyna // Ukraďns′ka diaspora. – 1993. – #4. – S. 20–30.
23. Volovyna O. Novi možlyvosti dlja doslidžennja ukraïns′koï diaspory v SŠA / O. Volovyna, V. Lopuch // Diaspora jak čynnyk utverdžennja deržavy Ukraïna u mižnarodnij spil′noti : sučasnyj vymir, proekcija u majbutnje (Tretja mižnarodna naukovo-praktyčna konferencija, 23–25 červnja 2010 r., m. L′viv). – L′viv: Vydavnyctvo L′vivs′koï politechniky. – 2010. – 591 s. – S. 171–174.
24. Havrylyšyn P. M. Ukraïns′ka trudova mihracija v Italiï (1991–2011 rr.) / P. M. Havrylyšyn. – Ivano-Frankivs′k: Vohon′ z neba. – 2012. – 246 s.
25. Hazizova O. Ukraïns′ka mova jak faktor zberežennja nacional′noï identyčnosti pidrostajučoho pokolinnja zarubižnych ukraïnciv / O. Hazizova // Ukraïnoznavčyj al′manach. – Vyp. 7. – S. 45–48.
26. Hodovans′ka O. M. Novitnja ukraïns′ka diaspora: trudovi mihranty v Italiï, Ispaniï, ta Portuhija / O. M. Hodovans′ka // Nacional′na akademija Ukraïny, In-t narodoznavstva NAN Ukraïny. – L′viv. – 2011. – 191 s.
27. Horvat L.-I. Etnična ta movna identyčnist′ ukraïnciv povitiv Maramureš ta Satu Mare / L.-I. Horvat, Ja.-O. Kolotylo // Diaspora jak čynnyk utverdžennja deržavy Ukraïna u mižnarodnij spil′noti : sučasnyj vymir, proekcija u majbutnje (Tretja mižnarodna naukovo-praktyčna konferencija, 23–25 červnja 2010 r., m. L′viv). – L′viv: Vydavnyctvo L′vivs′koï politechniky. – 2010. – 591 s. – S. 87–98.
28. Horjelov D. M. Vplyv orhanizaciï ukraïns′koï diaspory na rozvytok hromadjans′koho suspil′stva v Ukraïni / D. M. Horjelov // Stratehični priorytety. – 2011. – #3(20). – S. 32–38.
29. Horjelov D. M. Instytucijna intehracija ukraïns′koï diaspory v hromadjans′ke suspil′stvo u deržavach poselennja / D. M. Horjelov // Stratehični priorytety. – 2009. – #3(12). – S. 50–58.
30. Dnistrjans′kyj M. S. Etnoheohrafija Ukraïny / M. S. Dnistrjans′kyj. – Vydavnyčyj centr LNU imeni Ivana Franka. – 2008. – 232 s.
31. Dnistrjans′kyj M. S. Polityčna heohrafija ta heopolityka Ukraïny / M. S. Dnistrjans′kyj. – Ternopil′: Navčal′na knyha – Bohdan. – 2010. – 344 s.
32. Dnistrjans′kyj M. S. Porivnjal′nyj analiz etnodemohrafičnych procesiv u riznych hrupach zarubižnoho ukraïnstva / M. S. Dnistrjans′kyj, B. Žulkanyč // Visnyk L′vivs′koho un-tu. Ser. heohr. – Vyp. 36. – 2009. – S. 127–138.
33. Jevtuch V. B. Ukraïnci v Kanadi / V. B. Jevtuch, O. O. Koval′čuk // Kyïv “Budivel′nyk”. – 1993. – 143 s.
34. Jevtuch V. B. Ukraïns′ka diaspora Sociolohični ta istoryčni studiï / V. B. Jevtuch, V. P. Troščyns′kyj, O. V. Švačka. – K.: Feniks, 2003. – 228 s.
35. Jevtuch V. B. Ukraïns′ki kanadci: problemy social′no-demohrafičnoï intehraciï / V. B. Jevtuch, O. O. Koval′čuk // Ukraïns′kyj istoryčnyj žurnal – 1991. – #8. – S. 64–74.
36. Jevtuch V. Fenomen diaspory v dzerkali nauky / V. Jevtuch, V. Markus′, V. Troščyns′kyj // Viče. – 1993. – #11. – S. 109–119.
37. Zarubižni ukraïnci / S. Ju. Lazebnyk, L. O. Leščenko, Ju. I. Makar. – K.: “Ukraïna”. – 1991. – 352 s.
38. Zastavnyj F. D. Schidna ukraïns′ka diaspora / F. D. Zastavnyj. – L′viv: Svit. – 1992. – 176 s.
39. Zubyk A. I. Etnokul′turni pokaznyky u prohramach perepysiv naselennja (dlja potreb etnoheohrafičnych doslidžen′) / A. I. Zubyk // Heohrafična nauka i praktyka: vyklyky epochy: materialy mižnarodnoï naukovoï konferencii, prysvjačenoï 130-riččju heohrafiï u L′vivs′komu universyteti (m. L′viv, 16–18 travnja 2013 r.) / U 3-och tomach. – L′viv: Vydavnyčyj centr LNU imeni Ivana Franka, 2013. – Tom 1. – S. 166–169.
40. Zubyk A. I. Naukovi problemy doslidžennja ukraïns′koï diaspory v konteksti rozvytku heohrafičnoï osvity v deržavi / A. I. Zubyk // Fundamental′ni ta prykladni doslidžennja v heohrafičnij, ekolohičnij ta chimičnij osviti: Materialy Mižnar. nauk.-prakt. internet-konf. (m. Uman′, 14–15 lystopada 2013 r.). – Uman′: VPC “Vizavi”, 2013. – 132 s.
41. Idz′o V. Ukraïns′ka diaspora v Rosiï. Ukraïns′ko-rosijs′ki vzajemovidnosyny: istorija, nauka, relihija / V. Idz′o. – L′viv: Bak, 2002. – 304 s.
42. Instytut doslidžennja ukraïns′koï diaspory [Elektronnyj resurs]. – Režym dostupu: http://www.oa.edu.ua/ua/institutes/diaspora.

43. Instytut doslidžen′ diaspory [Elektronnyj resurs]. – Režym dostupu: http://mihrantua.narod.ru/xvila5.htm.
44. Kabuzan V. M. Ukrayncы v myre: dynamyka čyslennosty y rasselenyja. 20-e hodы ChVIII veka–1989 hod: formyrovanye эtnyčeskych y polytyčeskych hranyc ukraynskoho эtnosa / V. M. Kabuzan // Yn-t ros. ystoryy RAN. – M.: Nauka. – 2006. – 658 s.
45. Kaz′myna O. E. Osnovы эtnodemohrafyy / O. E. Kaz′myna, P. Y. Pučkov. – Moskva: "Nauka". – 1994. – 256 s.
46. Kanukova Z. V. Dyaspora: funkcyonal′nыj analyz termyna / Z. V. Kanukova // Vestnyk Vladykavkazskoho naučnoho centra. – 2011. – # 4. – S. 23–28.
47. Karpenko V. Ukraïnci v Kazachstani [Elektronnyj resurs]. – Režym dostupu: http://ukrlife.org/main/karp/5.htm.
48. Karpova Ju. Эtnodemohrafyčeskye aspektы myhracyonnыch procesov v Rossyy y Ukrayne / Ju. Karpova // Socys. – 2005. – # 12. – S. 94.
49. Kačaraba S. Emihracії z zachidnoї Ukraïny 1919–1939 rr. / S. Kačaraba // L′viv. – 2003. – 416 s.
50. Kym A. S. Эtnopolytyčeskoe yssledovanye sovremennыch dyaspor (Konflyktolohyčeskyj aspekt): Avtoref. dys. na soyskanye učenoj stepeny d. polyt. n. – SPb., 2009. – Elektronnыj resurs. – Režym dostupu: http://vak.ed.gov.ru/common/img/uploaded/files/vak/annocements/politich/2009/06-04/KimAS.rtf
51. Ključkovs′ka I. Nova ukraïns′ka prysutnist′ u sviti. Kontekst schidnoї diaspory ta "četvertoї chvyli emihracії" / I. Ključkovs′ka // Diaspora jak čynnyk utverdžennja deržavy Ukraïna u mižnarodnij spil′noti: sučasnyj vymir, proekcija u majbutnje (Tretja mižnarodna naukovo-praktyčna konferencija, 23–25 červnja 2010 r., m. L′viv). – L′viv: Vydavnyctvo L′vivs′koї politechniky. – 2010. – 591 s. – S. 70–75.
52. Kozlov V. Y. Nacyonal′nosty SSSR / V. Y Kozlov // M.: Statystyka. – 1975. – 263 s.
53. Kondrat′eva T. Dyasporы v sovremennom myre: эvoljucyja javlenyja y ponjatyja. – [Elektronnyj resurs].– Režym dostupu: http://www.perpectivy.info.
54. Konyk V. Proces formuvannja sučasnoї ukraïns′koї diaspory Estonії ta її charakterystyky / V. Konyk. – Ukraïnci v Estonії: včora, s′ohodni, zavtra (materialy miž nar. nauk. konf., m. Tallin, 7–8 padolysta 2008 r.). – K.: Heoprynt. – 2008. – 100 s. – S. 22–29.
55. Konnor U. Dyasporы: transnacyonal′noe samosoznanye y polytyka v stranach yschoda / U. Konnor // Dyasporы. – 1999. – #2–3. – S. 40–51.
56. Kotkyn D. Dyaspora: hlavnoe dejstvujuščee lyco na myrovoj эkonomyčeskoj scene / D. Kotkyn // Novoe vremja – 1993. – #5. – S. 26–28.
57. Kubijovyč V. M. Ukraïns′ka diaspora v SRSR v svitli perepysiv naselennja / V. M. Kubijovyč // Sučasnist′. – 1979. – Č. 6. (210). – S. 60–74.
58. Kureljak V. Ukraïnci rumuns′koї Maramoroščyny / V. Kureljak // L′viv. – 2001. – 183 s.
59. Kušner (Knыšev) P. Y. Эtnyčeskye terrytoryy y эtnyčeskye hranycы / P. Y. Kušner. – M.: Yzd-vo Akad. Nauk SSSR. – 1951. – 256 s.
60. Lahutov Ju. Ukraïnci v Rosії ta rosijany v Ukraïni: osoblyvosti nacional′noho rozvytku v konteksti etnopolityky deržav prožyvannja / Ju. Lahutov, A. Popok. // Ukraïns′ki varianty. – 1998. – # 3–4. – S. 53–63.
61. Lallukka S. Dyaspora. Teoretyčeskyj y prykladnoj aspektы / S. Lallukka // Socys. – 2000. – # 7. – S. 91–98.
62. Lanovyk B. Rol′ ukraïns′koї diaspory u stanovlenni ukraïns′koї nezaležnoї deržavy / B. Lanovyk // Diaspora jak čynnyk utverdžennja deržavy Ukraïna u mižnarodnij spil′noti. Perša naukova konferencija (8–10 bereznja 2006 r., L′viv): tezy dopovidej. – L′viv, 2006 r. – S. 17–19.
63. Levyn Z. Y. Mentalytet dyasporы (systemnыj y socyokul′turnыj analyz)/ Z. Y. Levyn // M. – 2001. – 170 s.
64. Lobžanydze A. A. Эtnoheohrafyja y heohrafyja relyhyj / A. A. Lobžanydze, S. A. Horochov, D. V. Zajac. – M.: Yzdatel′s′kyj centr "Akademyja". – 2005. – 176 s.
65. Lozyns′kyj A. Osnovni pytannja diaspory do Ukraïny / A. Lozyns′kyj // Druha mižnarodna naukovo-praktyčna konferencija "Diaspora jak čynnyk utverdžennja deržavy Ukraïna u mižderžavnij spil′noti", 18-20 červnja 2009 r. – L′viv. – 2009 r. – S. 28–31.
66. Lozyns′kyj R. M. Etnolinhvistyčni pokaznyky v suspil′no-heohrafičnych doslidžennjach / R. M. Lozyns′kyj // Istorija ukr. heohrafії. – Vyp. 12. – 2005. – S. 68–71.
67. Lozyns′kyj R. M. Etnomovnyj naprjamok u suspil′nij heohrafії / R. M. Lozyns′kyj. – Teoretyčni ta metodolohični problemy suspil′noї heohrafії. – L′viv: Vydavnyčyj centr LNU im. I. Franka. – 2006. – 432 s.
68. Lozyns′kyj R. M. Heohrafija mov v Ukraïni: navč. posib. / R. M. Lozyns′kyj. – L′viv: Vyd-vo "LIHA L′viv". – 2012. – 146 s.
69. Lopuch V. "Nova chvylja" emihracії do SŠA: ekonomično-social′ni aspekty / V. Lopuch // Diaspora jak čynnyk utverdžennja deržavy Ukraïna u mižnarodnij spil′noti : sučasnyj vymir, proekcija u majbutnje

(Tretja mižnarodna naukovo-praktyčna konferencija, 23–25 červnja 2010 r., m. L′viv). – L′viv: Vydavnyctvo L′vivs′koї politechniky. – 2010. – 591 s. – S. 65–75.
70. Mazuka L. I. Zakordonne ukraïnstvo v Kazachstani: istorija ta sučasnist′ / L. I. Mazuka // Stratehični priorytety. – #3(8). – 2008. – S. 68–75.
71. Mazuka P. Ukraïns′ka diaspora v Rosiї: aktual′ni problemy zberežennja nacional′noї identyčnosti / P. Mazuka // Stratehični priorytety. – 2007. – #4(5). – C. 91–102.
72. Makar Ju. I. Rozselennja ukraïnciv u sviti / Ju. I. Makar, O. Ju. Makar // Trybuna. – 1991. – #2. – S. 30–31.
73. Marunčak M. Ukraïnci v SSSR poza kordonamy URSR / M. Marunčak. – Vinnipeh. – 1974. – 256 s.
74. Mašavec′ A. Rol′ ukraïns′koї diaspory u rozbudovi syl′noї nezaležnoї deržavy [Tekst]. – [Elektronnyj resurs]. – Režym dostupu: http://www.narodna.pravda.com.ua/history/4b502fac58872
75. Mel′nyčuk H. Ukraïna-Moldova: problemy ta perspektyvy dvostoronnich vidnosyn (90-ti rr. ChCh – počatok ChChI st.) [Elektronnyj resurs]. – Režym dostupu: http://cheremosh30.org.ua/ukraina-i-susidy.html
76. Merfi N. H. Ukraïnci v SŠA: zberežennja nacional′nych ta kul′turnych tradycij / N. H. Merfi. – Donec′k: vyd-vo “Noulidž”. – 2010. – 247 s.
77. Mylytarev A. Ju. O soderžanyy termyna “dyaspora” (K razrabotke defynycyy) / A. Ju. Mylytarev // Dyasporы. – 1999. – #1. – S. 24–33.
78. Mižnarodnyj instytut osvity, kul′tury ta zv`jazkiv z diasporoju [Elektronnyj resurs]. – Režym dostupu: http://miok.lviv.ua/
79. Mocok V. Osoblyvosti dynamiky čysel′nosti ukraïns′koho etnosu v Estoniї na meži stolit′ / V. Mocok. – Ukraïnci v Estoniї: včora, s′ohodni, zavtra (materialy miž nar. nauk. konf., m. Tallin, 7–8 padolysta 2008 r.). – K.: Heoprynt. – 2008. – 100 s. – S. 30–35.
80. Mыl′nykov M. A. Sovremennыe dyasporы v hlobal′nom kommunykacyonnom prostranstve / M. A. Mыl′nykov // Vestn. Mosk. un-ta. Ser. 18. Socyolohyja y polytolohyja. – M. – 2007. – #2. – S. 45–56.
81. Nacional′na biblioteka Ukraïny imeni V. I. Vernads′koho [Elektronnyj resurs]. – Režym dostupu: http://irbis-nbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis64r_81/cgiirbis_64.exe?C21COM=F&I21DBN=ARD_EX&P21DBN=ARD&S21FMT=&S21ALL=&Z21ID=.
82. Naulko V. I. Dynamika čysel′nosti i rozmiščennja ukraïnciv u ChVIII–ChCh st./ V. I. Naulko, N. V. Čorna // Narodna tvorčist′ ta etnohrafija. – 1990. – # 5. – S. 16.
83. Petrov V. N. Vlyjanye эtnyčeskych myhracyj na processы socyal′nыch yzmenenyj v rehyone / V. N. Petrov // Vestnyk Moskovskoho un-ta. – Ser. 18. – 2004. – #2. – S. 116–129.
84. Popkov V. D. “Klassyčeskye dyasporы”: k voprosu o defynycyy ponjatyja / V. D. Popkov. – Dyasporы. – #1. – 2002. – S. 7–22.
85. Popok A. Novitnja emihracija z Ukraïny : problemy intehraciї v novi suspil′stva ta spivpraci z istoryčnoju bat′kivščynoju / A. Popok // Visnyk NADU. — 2006. — # 1. — S. 307–313.
86. Pronjuk O. Stan sučasnoї ukraïns′koї trudovoї emihraciї: Italija / O. Pronjuk // Ivano-Frankivs′k: Nova Zorja. – 2007. – 24 s.
87. Profesor Volodymyr Kubijovyč / Uporjad. O. Šablij. – L′viv: Vydavnyčyj centr LNU imeni I. Franka. – 2006. – 378 s.
88. Prochorova A. Rol′ dyasporы v razvytyy stranы proyschoždenyja / A. Prochorova // Myhracyja ChChI. – #6(9). – 2011. – S. 7.
89. Rendjuk T. H. Ukraïnci v Rumuniї ta rumuny v Ukraïni: problemy mynuloho ta sučasne stanovyšče / T. H. Rendjuk // NAN Ukraïny, In-t istoriї Ukraïny. – K. – 2011. – 293 s.
90. Romancov V. O. Ukraïnci na odvičnych zemljach (XVIII – počatok ChChI stolittja). – K.: Vydavnyctvo imeni O. Telihy. – 2004. – 200 s.
91. Sapeljak O. Parahvajci ukraïns′koho pochodžennja: cerkovno-hromadjans′ke žyttja / O. Sapeljak // L′viv: In-t narodoznavstva NAN Ukraïny. – 2011. – 160 s.
92. Sapeljak O. Ukraïns′ka spil′nota v Arhentyni: istoryko-etnolohični aspekty / O. Sapeljak // L′viv: Červona kalyna. – 2008. – 286 s.
93. Semenov Ju. Y. Эtnos, nacyja, dyaspora / Ju. Y. Semenov // Эtnohrafyčeskoe obozrenye. – 2000. – #2. – S. 64–73.
94. Semenjuk S. Ukraïns′kyj putivnyk po Slovaččyni (istoryko-krajeznavči narysy) / S. Semenjuk // L′viv: Apriori. – 2007. – 348 s.
95. Serhijčuk V. Etnični meži i deržavnyj kordon Ukraïny / V. Serhijčuk. – K. – 2000. – 558 s.
96. Sopolyha M. Ukraïnci Slovaččyny: material′ni vyjavy narodnoї kul′tury ta mystectva / M. Sopolyha // K.: Tempora. – 2011. – 336 s.
97. Strel′čenko S. V. Dyaspora kak sub′ekt socyal′no-эkonomyčeskych proces sovremennosty / S. V. Strel′čenko // Эnerhyja. – 2006. – #7. – S. 65–68.

98. Toščenko Ž. T. Dyaspora kak obъekt socyolohyčeskoho yssledovanyja / Ž. T. Toščenko, T. Y. Čaptykova // Socys. – 1996. – # 12. – S. 37.
99. Troščyns′kyj V. P. Mižvojenna ukraïns′ka emihracija v Jevropi jak istoryčne i social′no-polityčne javyšče / V. P. Troščyns′kyj // In-t sociolohiï NAN Ukraïny, Centr etnosociolohičnych ta etnopolityčnych doslidžen′. – K.: Intel. – 1994. – 258 s.
100. Troščyns′kyj V. P. Ukraïnci v sviti / V. P. Troščyns′kyj, A. A. Ševčenko. – K.: Al′ternatyvy. – 1999. – T. 15. – 352 s.
101. Ukraïnci. Schidna diaspora (atlas). – Kyïv. – Mapa LTD. – 1993. – 25 s.
102. Ukraïnci u zarubižnomu sviti / vidp. red. Šlepakov A. M. // AN Ukraïny, Instytut social′nych i ekonomičnych problem zarubižnych kraïn. – Kyïv: Naukova dumka. – 1991. – 139 s.
103. Chabybulyna N. N. Dyaspora: suščnost′, socyal′no-fylosovskye aspektы razvytyja: na materyalach Burjatyy. Avtoref. dys. na soyskanye učenoj stepeny k. fylos. nauk. – Ulan-Ude. – 2003. – 20 s.
104. Centr doslidžen′ ukraïns′koï diaspory pry Naukovomu Tovarystvu im. T. Ševčenka u SŠA. – [Elektronnyj resurs]. – Režym dostupu: www.inform-decisions.com/ukrstat.
105. Černaja N. V. Ukraynskoe naselenye Rossyy y SSSR za predelamy Ukraynы (XVIII–XX vv.) dynamyka čyslennosty y razmeščenyja / N. V. Černaja // Rasы y narodы. – Vyp. 21. – 1991. – S. 62–79.
106. Čornyj S. Ukraïnci v Jevraziï: Čysel′nist′ i rozmiščennja za perepysamy 1897 – 1990 rr. / S. Čornyj. – K., – 2002., S. 5
107. Šeffer H. Dyasporы v myrovoj polytyke / H. Šeffer // Dyasporы. – M. – 2003. – #1. – S. 162–184.
108. Šparaha T. I. Ukraïnci v Estoniï: problemy asymiljaciï ta intehraciï / T. I. Šparaha, M. M. Mychajljuk // Heohrafija ta turyzm: Nauk. zb. / Red. kol.: Ja. B. Olijnyk (vidp. red.) ta in. – K.: Al′fa-Pik, 2014. – Vyp. 27. – 334 s. – S. 192–19

УДК 911.3

Килимчук Анна Анатоліївна

Київський національний університет імені Тараса Шевченка, м. Київ, Україна
e-mail: elphenok@bigmir.net

КИТАЙСЬКО-УКРАЇНСЬКА СПІВПРАЦЯ ЯК ФАКТОР ЕНЕРГЕТИЧНОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ

Мета. Дослідити та розкрити економічні переваги та недоліки китайсько-українських енергетичних проектів, а також потенційні екологічні ризики їх впровадження.

Методика роботи охоплювала використання таких методів як аналіз і синтез, а також методу систематизації.

Науковою новизна. Здійснено спробу систематизувати дані про існуючі двосторонні проекти в галузі енергетики, а також проведено аналіз їх перспективності та економічної доцільності.

Практичне впровадження досвіду Китаю в галузі розвитку енергетичних проектів дасть змогу Україні диверсифікувати джерела енергетичних ресурсів.

Ключові слова: енергетична безпека, альтернативна енергетика, газифікація вугілля, китайсько-українські проекти

УДК 911.3

Килимчук Анна Анатолиевна

Киевский национальный университет имени Тараса Шевченка, г. Киев, Украина
e-mail: elphenok@bigmir.net

КИТАЙСКО-УКРАИНСКОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО КАК ФАКТОР ЭНЕРГЕТИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ УКРАИНЫ

Цель. Раскрыть экономические преимущества и недостатки китайско-украинских энергетических проектов, а также оценить потенциальные экологические риски их внедрения.

Методика работы охватывала использование таких методов как анализ и синтез, а также метода систематизации.

Научная новизна. Реализовано попытку систематизировать данные о существующих двусторонних проектах в сфере энергетики, а также проведен анализ их перспективности и экономической целесообразности.

Практическая значимость. Изучение и внедрение опыта Китая в сфере развития энергетических проектов даст возможность диверсифицировать источники энергетических ресурсов.

Ключевые слова: энергетическая безопасность, альтернативная энергетика, газификация угля, китайско-украинские проекты

UDC 911.3

Kylymchuk Anna Anatoliivna Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv, Ukraine, e-mail: elphenok@bigmir.net

CHINESE-UKRAINIAN COOPERATION AS A FACTOR OF ENERGY SECURITY IN UKRAINE

The purpose of the article The investigation and assessment of the economic advantages and disadvantages of Sino-Ukrainian energy projects, as well as the evaluation of the potential environmental risks of their introduction.

Methodology covers the use of such methods as analysis and synthesis, as well as the method of systematization.

Scientific novelty. The attempt to systematize the information on existing bilateral projects in the energy sector is implemented. The analysis of their viability and feasibility is given.

Practical significance. The investigation and the following implementation of Chinese experience in the development of energy projects will provide an opportunity to diversify the sources of energy resources in Ukraine.

Keywords: energy security, alternative energy, coal gasification, the Sino-Ukrainian projects

Постановка проблеми. Актуальність даної теми зумовлена нагальною потребою щодо зменшення енергозалежності України і реформування паливно-енергетичного комплексу країни як такого. Одним із можливих шляхів вирішення даної проблеми, окрім розширення ринків закупівлі енергоносіїв, є реалізація китайсько-українських проектів у таких складових як вугільна та газова промисловість. Слід зазначити, що дослідженням даного питання займається значна когорта українських вчених різних галузей, однак саме китайські проекти залишаються частіше поза увагою науковців. З одного боку, досвід у впровадженні сучасних технологій та власні розробки КНР є потенційно корисними та перспективними для України. З іншого, їх економічна вигідність та екологічна доцільність залишаються під великим питанням. На сьогоднішній день досить гостро стоїть питання щодо забезпечення нашої

держави паливно-енергетичними ресурсами, в контексті чого попередні двосторонні домовленості потребують перегляду та повторної оцінки.

Постановка завдання. Цілями даної статті є викладення результатів наукових досліджень щодо виявлення напрямів досягнення енергетичної безпеки України, а також оцінка їх економіко-екологічних складових.

Виклад основного матеріалу. Першим кроком в енергетичній співпраці України та Китаю стало підписання меморандуму з China National Offshore Oil Corporation про спільне будівництво газопроводу та облаштування нафтового родовища в Одеській області. В рамках проекту китайською стороною вже здійснено фінансування в розмірі 60 млн $, а в майбутньому планується надати в лізинг бурову установку вартістю 200 млн $ [3]. Інша китайська компанія China National Nuclear Corporation зацікавлена в розробці та видобутку уранової руди на Новокостянтинівському родовищі. До того ж, китайськими інвесторами була розроблена ініціатива з будівництва вугільних шахт на Львівщині та в Кіровоградській області. Їх проектуванням наразі займається китайська державна корпорація Tiandi Science & Technology CO.LTD, яка розробила проекти 70 % діючих шахт в КНР. Спеціалісти даної корпорації вже буди задіяні в модернізації шахт Луганської області, для реконструкції яких Державним банком Китаю було надано довгостроковий кредит у розмірі 85 млн $. Відтак, в результаті проведених робіт в 2013 році на вугільній шахті імені Мельникова, що входить до складу ВАТ «Лисичанськвугілля», продуктивність зросла вдвічі. Однак, за останніми даними Міністерства енергетики та вугільної промисловості, діяльність підприємства не досягає рівня прибутковості. На стадії обговорення залишаються також будівництво Канівської ГАЄС та реконструкція окремих блоків українських АЄС. [7] Крім того, в рамках програми заміщення імпортного газу українським вугіллям за рахунок залучення китайських інвестицій було розроблено проект будівництва декількох заводів по газифікації вугілля на Донбасі та в Одеській області. Даний напрям співпраці охоплює також проекти по модернізації та подальшій переорієнтації на новітнє паливо Зуївської, Сєвєродонецької, Миколаївської та Криворізької теплоелектростанцій. [3] Серед економічних переваг спільного енергетичного проекту слід відмітити наступні:

- скорочення імпорту природного газу;
- забезпечення стабільного ринку збуту для вугледобувних підприємств;
- запобігання проблемам небезпечних вибухів внаслідок газових викидів на шахтах.

Однак, незважаючи на позитивні ефекти, двостороння співпраця не завжди відповідає українським реаліям. Зокрема, можна виділити наступні негативні сторони та ризики, що постають перед Україною внаслідок реалізації китайських проектів:

- По-перше, модернізація українських шахт та електростанцій передбачає закупівлю китайського обладнання, що в свою чергу,

негативно відображається на вітчизняних підприємствах, які спеціалізуються на випуску аналогічної продукції, лишаючи їх ринку збуту.

- По-друге, перспектива реконструкції шахт та залучення інвестицій ускладнюється приватизаційною політикою українського уряду. Остання передбачає продаж ряду активів вугільного сектору промисловості приватним інвесторам, що в свою чергу ставить питання доцільності надання державних гарантій та створення додаткового навантаження на гарантований державний борг.
- По-третє, варто взяти до уваги, що внаслідок недосконалості технологічного процесу отримання синтетичного природного газу, останній на виході може містити частинки вологи. Це в свою чергу може призвести до виникнення льодових пробок у газопроводах та газосховищах в холодний період. А відтак і до порушення стабільного газопостачання.
- По-четверте, незважаючи на світове лідерство та значний досвід КНР з освоєння газифікованого вугілля, китайська сторона не володіє власними технологіями. Відтак, КНР лише адаптував ліцензію компанії Shell, а тому залишається доречним питання про закупівлю технологій безпосередньо у «розробника».
- По-п’яте, в Китаї програма по газифікації вугілля є широкомасштабною і підтримується значними дотаціями, що дозволяє використовувати синтезований газ не лише в електроенергетиці, а й на багатьох промислових підприємствах, в тому числі хімічної індустрії. В Україні ж заявлені в проекті переобладнання теплові електростанції та географічне розміщення нових заводів по газифікації не завжди відповідають оптимальному транспортному критерію, що за оцінками експертів становить 100 км.
- По-шосте, окрему увагу слід приділити екологічному фактору, адже лише в Китаї внаслідок процесів синтезу газу викиди метану в атмосферу щорічно досягають 19 млрд кубометрів. [4]

В той же час, варто також зазначити, що активізація масштабного проекту переходу до синтезованого газу в Україні в перспективі забезпечила б видобуток близько від 1 до 10 млрд кубометрів палива. Недостатньо розкриті ще й потенційні напрями реалізації даної програми. Зокрема, українська сторона зосереджувалась у великій мірі на газифікації кам’яного вугілля. Водночас, більш економічно вигідною може бути буровугільна газифікація внаслідок значно нижчої собівартості бурого вугілля. Важливо тут зазначити й про географічний аспект, а саме про доступність та перспективність використання буровугільних басейнів Правобережжя. Крім того, останнім часом в світі набувають поширення новітні технології, що паралельно з видобутком синтез-газу передбачають виокремлення амонію з метанолом. В світовій практиці метанол застосовується не лише в хімічній індустрії, але й як паливо для

швидкісних автомобілів, що в подальшому може стати альтернативою нафтопродуктам.

Таблиця 1

Коефіцієнт "зеленого" тарифу для об'єктів або його черг/пускових комплексів, введених в експлуатацію

Категорії об'єктів електроенергетики, для яких застосовується "зелений" тариф	з 01.04.13 по 31.12.14	з 01.01.15 по 30.06.15	з 01.07.15 по 31.12.19	з 01.01.20 по 31.12.24	з 01.01.25 по 31.12.29
для електроенергії, виробленої з *енергії вітру* вітроелектростанціями, (одиничною потужність вітроустановки до 600 кВт)	1,20	1,08	1,08	0,96	0,84
для електроенергії, виробленої з *енергії вітру* вітроелектростанціями, 9динична потужність вітроустановки від 2000 кВт та більше)	2,10	1,89	1,89	1,68	1,47
для електроенергії, виробленої з *біомаси/ біогазу*	2,30	2,07	2,30	2,07	1,84
для електроенергії, виробленої з **енергії** *сонячного випромінювання* наземними об'єктами електроенергетики	6,30	5,67	3,15	2,97	2,79
для електроенергії, виробленої з **енергії сонячного випромінювання** (об'єкти електроенергетики приватних домогосподарств, величина встановленої потужності яких не перевищує 30 кВт)	6,66	5,99	3,72	3,53	3,36
для електроенергії, виробленої з **енергії сонячного випромінювання** (наземні об'єкти електроенергетики, величина встановленої потужності яких перевищує 10 МВт)	3,50	3,1			

* За матеріалами [1]

На сьогоднішній день даний проект призупинено, незважаючи на те, що в 2012 між українською стороною та Державним банком розвитку Китаю було підписано кредитну угоду на суму 3, 6 млрд. дол. та закладено 79, 36 млн. грн. в бюджеті України під державні гарантії щодо реалізацію проектів заміщення природного газу вугіллям вітчизняного видобування. [2] В той же час Міністерство енергетики та вугільної промисловості спільно з австралійською компанією займається розробкою проекту по підземній газифікації вугілля. Тим паче, доречно буде згадати, що в Україні в 30-х роках минулого сторіччя проводились експерименти по підземній газифікації вугілля в районі Лисичанська. Незважаючи на те, що першочергові спроби були невдалими, все ж таки в 1935 році в Горлівці було досягнуто успішних результатів. [8] Отже, в нашій країні наявна

власна науково-експериментальна база в галузі газифікації вугілля, що безумовно є сприятливим фактором щодо її подальшого розвитку.

Запроваджені проекти й в галузі альтернативної енергетики. Зокрема, китайською стороною було надано в кредит технологічне обладнання та фотоелектричні компоненти для будівництва нових геліостанцій в Україні та підвищення потужності вже існуючих. Відтак, одним з найбільших інвесторів з китайської сторони виступає компанія China National Building Material Group Corporation (CNBM). Дана корпорація являється водночас власником ряду проектів в Україні й відповідно несе усі ризики та вигоди по ним. Однак, останнім часом відмічаються досить неоднозначні тенденції в розвитку двосторонньої співпраці. Зокрема, в червні 2015 р. Верховною Радою було представлено оновлену методику обрахунку «зеленого тарифу», в основі якого закладено єдину формулу для всіх видів відновлюваної енергії. При цьому застосовуються лише диференційовані коефіцієнти в залежності від джерела альтернативної енергії та її потужності. Коефіцієнт «зеленого тарифу» для геліоенергетики було зменшено як для дрібних приватних домогосподарств, так і оптових енергопостачальників. Таким чином, в пільговій тарифікації сонячну енергетику наближено до вітрової. (див. табл.1) До того ж, введено так званий «стимулюючий коефіцієнт», що застосовується на додаток до «зеленого тарифу» при використанні вітчизняного обладнання. Тобто, в залежності від рівня використання конструкцій українського виробництва енергопостачальнику надається надбавка в розмірі 5-10 % (рівень використання обладнання 30 % та 50 % відповідно). При цьому пільга при підключенні нових альтернативних джерел енергії до загальної об’єднаної енергомережі не застосовується.

Отже, сучасна енергетична політика нашої країни ґрунтується, в певній мірі, на засадах протекціонізму, що в свою чергу не зменшує привабливість українського ринку для інвесторів з КНР завдяки впровадженню додаткових стимулюючих пільг. В цілому ж слід зазначити, що спільний розвиток сонячної енергетики залишається другорядним питанням з ряду причин:

- Фактор нерівномірного розподілу інсоляції зумовлює невідповідність у попиті та реальному споживанні. Складним виявляється також питання акумуляції даного типу енергії та її передачі безпосередньо до споживача.
- Значну перешкоду для масового впровадження становить собою висока собівартість геліо-обладнання та власне витрати на його амортизацію. Адже, фотоелементи, що застосовуються на сонячних електростанціях потребують постійного очищення та періодичного полірування, на додаток до необхідності їх повної заміни через кожні 25 років.
- На сьогоднішній день значна частка геліостанцій розташована на території окупованого Криму. Існують окремі невирішені питання

щодо права власності та розпорядження ними українською стороною.

- Незважаючи на приналежність сонячної енергетики до зеленої енергетики, процеси виготовлення фотокомпонентів, переважна частина яких є кремнієвими, та їх утилізації значно забруднюють навколишнє середовище. Тому, пріоритетними в даному напрямі є власні українські розробки. Зокрема, проект Національної академії наук спільно з Олександрійським філіалом МАН передбачає створення підприємства по виробництву екологічно чистого органічного геліо-обладнання в Кіровоградській області. На сьогодні в світі нараховується всього лиш близько 10 заводів такого профілю.

Наразі реформування енергетичної галузі в Україні повинно спиратись на два ключові фактори – досягнення енергонезалежності за рахунок впровадження альтернативної енергетики, використання новітніх технологій та зменшення негативного впливу на навколишнє середовище. Однією з останніх тенденцій в світі є розробка та впровадження технологій, що базуються на низькотемпературному ядерному синтезі. Зокрема, проривом в даній галузі можна назвати винахід італійського вченого і бізнесмена Андреа Россі, який спільно з колегою створив ядерний реактор нового покоління –Energy Catalizer (E-cat). [6] Винахід представляю собою невеликий агрегат, в якому в якості паливної речовини використовується нікель, що піддається хімічній реакції за участі тепла. Вагомою перевагою нової технології є незначне споживання палива та відсутність шкідливої емісії.

На сьогоднішній день декілька країн світу викупили ліцензію на освоєння та впровадження нової технології, в тому числі й КНР. Відтак, в Китаї 16 квітня 2014 р. навіть було відкрито центр дослідження Нікелю-Гідрогену в Тяньцзіні в рамках спеціальної економічної зони. Привертає увагу той факт, що розвиток ядерної енергетики поступово стає важливою складовою геостратегії КНР. Не залишаються в тіні й зміни в енергетичній політиці Китаю. По-перше, призупинено дію двостороннього стратегічного договору з РФ. 21 травня 2014 року китайська сторона підписала масштабний контракт з Росією щодо поставки газу в об’ємі понад 30 млрд. кубометрів щорічно та будівництва газопроводу «Алтай» із Західного Сибіру до Сінцзян-Уйгурського а. р. Проте, вже у жовтні того ж року, після оприлюднення звіту щодо успішної експертизи технології А.Россі, Китай відмовляється від фінансування газопроводу та висуває нові вимоги щодо зниження ціни на голубе паливо.

В цілому, варто зазначити, що світова ціна на нікель протягом 2014 року зросла на 30 %, чому передувала заборона на експорт нікелевих руд з Індонезії. (Дана країна володіє значними запасами нікелевих руд, від оцінених 13 млн т. до 3,2 млн т підтверджених запасів, та являється одним із основних експортерів для Китаю). При цьому, відбулось значне зростання попиту на нікель в КНР, де обсяги імпорту нікелевої сировини з Індонезії зросли до 60 %. [5]

Таким чином, правомірно буде стверджувати, що новий напрям досягнення енергонезалежності заслуговує уваги, адже в нашій країні є власні напрацювання в даній галузі, зокрема відповідні дослідження проводяться в КНУ ім. Шевченка, Київському Інституті Фізики та ННЦ ХФТІ, а також наявні достатні запаси руд.

Висновки. Досягнення енергетичної безпеки залишається пріоритетним питанням для нашої країни. Зокрема, найбільш гостро стоїть проблема диверсифікації джерел енергетичних ресурсів. Відтак, китайсько-українські проекти охоплюють достатньо широкий спектр галузей, включаючи вугільну та газову промисловість. Однак, подальше двостороннє співробітництво в енергетичній сфері потребує детального аналізу екологічної та техногенної сумісності китайських проектів з існуючими екологічними та техногенними системами господарства України і розробки відповідного механізму контролю за виконанням встановлених стандартів та норм.

Список використаних джерел:

1. Закон України Про внесення змін до Закону України "Про електроенергетику" щодо стимулювання виробництва електроенергії з альтернативних джерел енергії // Відомості Верховної Ради (ВВР). – 2013. – N 51.
2. Закон України Про державний бюджет України на 2012 рік // Відомості Верховної Ради України (ВВР). – 2012. – № 34-35.
3. Килимчук А.А. Китайсько – українські проекти як чинник реформування паливно-енергетичного комплексу України // Шевченківська весна – 2015. Географія: Збірник наукових праць XIII міжнародної наукової міждисциплінарної конференції студентів, аспірантів та молодих вчених. – К.: Прінт-Сервіс, 2015. Випуск XIII. С. 137- 139.
4. Шен Лаюн Статистичний щорічник КНР. – Пекін, 2013. – 388 с.
5. Економічні дані Китаю [Електронний ресурс] - Режим доступу: http://www.thechinaperspective.com/ (04.11.2015)
6. Володимир Висоцький Чи виросте білий лебідь із бридкого каченяти? [Електронний ресурс] Режим доступу: http://gazeta.dt.ua/science/chi-viroste-biliy-lebid-iz-bridkogo-kachenyati-_.html (21.09.2015)
7. Основні напрямки китайсько-українського економічного співробітництва // Головний звіт [Електронний ресурс] - Режим доступу: www.davinci.org.ua/docs/China.pdf (01.02.2014).
8. Сергій Гусєв Газифікація вугілля в Україні: реальність чи обман [Електронний ресурс] Режим доступу: http://www.segodnya.ua/economics/enews/gazifikaciya-uglya-v-ukraine-realnost-ili-obman-643666.html (10.10.2015)

Список использованных источников:

1. Закон Украины О внесении изменений в Закон Украины "Об электроэнергетике" относительно стимулирования производства электроэнергии из альтернативных источников энергии // Ведомости Верховного Совета (ВВС). – 2013. – N 51.
2. Закон Украины О государственном бюджете Украины на 2012 год // Ведомости Верховной Рады Украины (ВВР). – 2012. – № 34-35.
3. Килимчук А.А. Китайско - украинские проекты как фактор реформирования топливно-энергетического комплекса Украины // Шевченковская весна – 2015. География: Сборник научных трудов XIII Международной научной конференции студентов, аспирантов и молодых ученых. - К.: Принт-Сервис, 2015. Выпуск XIII. С. 137- 139.
4. Шен Лаюн Статистический ежегодник КНР. – Пекин, 2013. – 388 с.
5. Экономические данные КНР [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.thechinaperspective.com/ (04.11.2015)

6. Владимир Высоцкий Вырастет ли белый лебедь с гадкого утенка? [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://gazeta.dt.ua/science/chi-viroste-biliy-lebid-iz-bridkogo-kachenyati-_.html (21.09.2015)
7. Основные направления китайско-украинского экономического сотрудничества // Главный отчет [Электронный ресурс] – Режим доступа: www.davinci.org.ua/docs/China.pdf (01.02.2014).
8. Сергей Гусев Газификация угля в Украине: реальность или обман [Электронный ресурс] – Режим доступа: http://www.segodnya.ua/economics/enews/gazifikaciya-uglya-v-ukraine-realnost-ili-obman-643666.html (10.10.2015)

References:

1. The Law of Ukraine On Amendments to the Law of Ukraine "On Electricity" to stimulate the production of electricity from alternative energy sources // Supreme Council of Ukraine. – 2013. – N 51.
2. The Law of Ukraine On State Budget of Ukraine for 2012 // Supreme Council of Ukraine. – 2012. – № 34-35.
3. Kylymchuk A.A. Chinese - Ukrainian projects as a factor of reforming the fuel and energy complex of Ukraine // Shevchenko Spring - 2015. Geography: Proceedings of XIII International Interdisciplinary Students and Young Scientists Scientific Conference. - K.: Print-Service, 2015. Volume XIII. P. 137- 139
4. Sheng Laiyun China Statistical yearbook. - Beijing, 2013. – 388 с.
5. China's Economic Data [Electronic resource] — Access mode:http://www.thechinaperspective.com/ (04.11.2015)
6. Volodymyr Vysotsky Will the nasty duckling grow into a white swan? [Electronic resource] — Access mode: http://gazeta.dt.ua/science/chi-viroste-biliy-lebid-iz-bridkogo-kachenyati-_.html (21.09.2015)
7. The main trends of Chinese-Ukrainian cooperation // Breaking report [Electronic resource] — Access mode: www.davinci.org.ua/docs/China.pdf (01.02.2014).
8. Sergey Gusev gasification of coal in Ukraine: reality or deception [Electronic resource] — Access mode: http://www.segodnya.ua/economics/enews/gazifikaciya-uglya-v-ukraine-realnost-ili-obman-643666.html (10.10.2015)

УДК 911.3

Гаталяк Оксана Миколаївна Львівський національний університет імені Івана Франка, м. Львів, Україна
e-mail*:* oksana.hatalyak@gmail.com.ua

ДЕМОГРАФІЧНІ ЧИННИКИ ФОРМУВАННЯ ВОЛИНІ ЯК ІСТОРИКО-ГЕОГРАФІЧНОГО РЕГІОНУ

Мета. Вивчити і проаналізувати інформацію, що розкриває вплив демографічних чинників на становлення та трансформацію Волині як історико-географічного регіону.

Методика. Використано статистичні та порівняльно-географічні методи дослідження.

Результати. Всебічно опрацьовано матеріали переписів населення 1897, 1921, 1931, 1959, 1970, 1979, 1989, 2001 рр. Досліджено динаміку чисельності населення, природний та механічний рух, статеву та вікову структури населення регіону впродовж XVI - XXI ст. З'ясовано загальні риси демографічної ситуації на Волині у різні історичні періоди. Визначено подальші перспективи досліджень історико-географічних особливостей Волині.

Наукова новизна. Детально проаналізовано зміни демографічних показників на Волині впродовж XVI - XXI ст.

Практична значимість. Застосування результатів досліджень є можливим у сферах історії та географії. Ініціювання подальших систематичних опрацювань дозволить провести всебічний прогнозно-ретроспективний аналіз Волині.

Ключові слова: історико-географічний регіон, чисельність населення, коефіцієнти природого приросту, народжуваності, смертності.

УДК 911.3

Гаталяк Оксана Николаевна

Львовский национальный университет имени Ивана Франко, г. Львов, Украина
E-mail: oksana.hatalyak@gmail.com.ua

ДЕМОГРАФИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ ФОРМИРОВАНИЯ ВОЛЫНИ КАК ИСТОРИКО-ГЕОГРАФИЧЕСКОГО РЕГИОНА

Цель. Выучить и проанализировать информацию, которая раскрывает влияние демографических факторов на становление и трансформацию Волыни как историко-географического региона.

Методика. Использовано статистические и сравнительно-географические методы исследования.

Результаты. Всесторонне обработано материалы переписей населения 1897, 1921, 1931, 1959, 1970, 1979, 1989, 2001 гг. Исследовано динамику численности населения, естественное и механическое движение, половую и возрастную структуры населения региона на протяжении XVI - XXI вв. Выяснено общие черты демографической ситуации на Волыни в разные исторические периоды. Определено дальнейшие перспективы исследований историко-географических особенностей Волыни.

Научная новизна. Детально проанализовано изменения демографических показателей на Волыни на протяжении XVI - XXI вв.

Практическая значимость. Использование результатов исследований возможно в сферах истории и географии. Инициирование дальнейшей систематической обработки позволит провести всесторонний прогнозно-ретроспективный анализ Волыни.

Ключевые слова: историко-географический регион, численность населения, коэффициенты природного прироста, рождаемости, смертности.

UDC 911.3

Hatalyak Oksana Mykolaivna

Ivan Franko National University of Lviv, Lviv, Ukraine E-mail: oksana.hatalyak@gmail.com.ua

DEMOGRAPHICAL FACTORS IN VOLYN REGION ESTABLISHING

Goal: Study and analyze data that clarifies influence of demographic factors to establishing volyn region as historical and geographical region.

Methodology: Statistical and geographically-comparing methods are used.

Result:. Widely studied data from 1897, 1921, 1931, 1959, 1970, 1979, 1989, 2001 censuses. Analyzed population growth dynamics, natural migrations, gender and age dispositions during XVI-XXI centuries. Discovered common parts in Volyn region demographics in different historical periods. Specified following prospectives in historical and geographical studies.

Scientific innovation: Deeply studied changes in Volyn region demographics during XVI-XXI c.

Practical sense: Results usage is helpful for history and geography studies. Further regular studies will allow to analyze wide and complete forecast and retrospective for Volyn region development.

Key words: historical and geographical region, total population, natural growth rate, birth rate, death rate.

Вступ. Постановка проблеми. Процесс формування та трансформації будь-якого історико-географічного регіону характеризується набором певних чинників, які визначають його історичні та соціально-економічні риси.

Ми вважаємо, що формування Волині як історико-географічного регіону першочергово зумовлене демографічними чинниками. Особливості заселення і розселення Волині, її господарського освоєння дають змогу виділити такі групи показників, які впливають на подальший її розвиток: загальна чисельність населення і його щільність, рівень урбанізації, міграція населення, статева та вікова структура населення, національний склад населення тощо.

Часові рамки дослідження охоплюють період з XVI ст. (Волинське воєводство) до XXI ст. (Волинська та Рівненська області України).

Територіальні рамки дослідження обмежені територією сучаних Волинської та Рівненської областей України і відповідають адміністративно-територіальним утворенням (або їх частинам) у різні історичні періоди.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Дослідженню конкретних питань формування і функціонування історико-географічних регіонів в Україні займається цілий ряд провідних вчених: М. Дністрянський, Я. Жупанський, Ф. Заставний, В. Круль, І. Ровенчак, О. Шаблій та ін. Хоча основи вивчення цього питання були закладені фундаторами української географічної науки С. Рудницьким, В. Кубійовичем.

Щодо Волині, то є багато напрацювань історичного та краєзнавчого характеру. Водночас необхідні наукові розробки, присвячені окремим історико-географічним регіонам, які відрізняються природничо-суспільно-економічними особливостями, що виникають в процесі їх історичного розвитку, політико- або територіально-адміністративною оформленістю в минулому.

Метою дослідження є аналіз та узагальнення інформації щодо впливу демографічних чинників на формування та трансформацію Волині як історико-географічного регіону.

Виклад основного матеріалу. Демографічні чинники вважають одними з найважливіших у розвитку історико-географічних регіонів, тому що визначають стан демографічного потенціалу території, рівень виробництва. Демографічні процеси історико-географічного регіону (динаміка чисельності населення, природний та механічний рух, статево-вікова структура) знаходяться у тісній взаємодії з суспільним розвитком загалом. Оскільки в XVI – XVII ст. не велось спеціальних переписів людності, важливе значення при дослідженні даної тематики займають

описово-статистичні джерела – поборові і подимні реєстри, інвентарі, люстрації, ревізії тощо. На основі поборових реєстрів чисельність населення Волинського воєводства в другій половині XVI ст. розраховував О. Яблоновський. Вичислення загальної чисельності воєводства на підставі подимного податку розглядав О. Баранович [1, 55]. Всього у 1629 р. у Волинському воєводстві налічувалось 655,7 тис. осіб. Щільність населення становила 16,5 осіб на 1 км^2. Найвища щільність населення спостерігалась у Луцькому повіті, найнижча - у Володимирському. За даними А. Перковського у 1775 р. у Волинському воєводстві чисельність населення становила 754,7 тис. осіб [6, 134]. За 146 років (1629 - 1775 рр.) населення краю зросло всього на 16%.

Негативний вплив на зростання чисельності регіону мали чисельні набіги татар (1605, 1606, 1615, 1617, 1618, 1620, 1650 рр.), непоодинокі випадки великих засух, набіги сарани. До зменшення населення призводили і війни (Визвольна війна під проводом Б. Хмельницького, гайдамацький рух, Коліївщина). Багато людських жертв у цей період забрала епідемія чуми (1667 р.). У 1672, 1683, 1690, 1694, 1699 рр. на території Волині відбувались спустошливі напади турків.

За переписом населення 1897 р. на Волині проживало 1598,7 тис осіб, що у 2 рази більше, ніж у 1775 р. У період 1887 - 1913 рр. зростання чисельності населення регіону було значним. Проте, це дещо менше, ніж у цілому по Волинській губернії (табл.1).

Таблиця 1

*Динаміка чисельності населення Волині, 1887 -1913 рр.**

Роки	Чисельність населення, тис. осіб		Приріст до 1887 р., %	
	Волинська губернія	Волинь	Волинська губернія	Волинь
1887	2264,9	1362,2	--	--
1897	2989,5	1598,7	32,0	17,4
1898	2952,6	1570,7	30,4	15,3
1905	3421,7	1867,2	51,1	37,0
1913	3874,4	2118,5	71,1	55,5

* Розраховано за: Памятная книжка Волынской губернии на 1889 г. - Житомир, 1888. С.14. Памятная книжка Волынской губернии на 1900 г. - Житомир, 1900. С. 22. Памятная книжка Волынской губернии на 1907 г. - Житомир, 1906. С. 8 -10. Памятная книжка Волынской губернии на 1915 г. - Житомир, 1915. С. 51 - 52.

За 26 років (1887 - 1913 рр.) чисельність населення зросла на 756,3 тис.осіб. Чисельність населення Волині у 1921 р. становила 1437,9 тис.ос. Таке зниження чисельності пояснюється подіями першої світової війни, воєнних дій 1917 - 1919 рр. У подальші роки чисельність населення зростає як за рахунок природного приросту, так і внаслідок повернення частини евакуйованих з війни,а також польських колоністів. У розрізі повітів найбільше зросла чисельність населення у західних повітах: Любомльському, Ковельському та Володимир-Волинському [12]. За час перебування Волині у складі УРСР, тут склалася специфічна демографічна

ситуація. Порівняно з довоєнним періодом чисельність населення краю зросла всього на 137 тис. ос. або на 6.2%. Так, якщо у 1939 р. тут проживало 2086 тис. ос., то в 2003 р. - 2223 тис. ос. (табл. 2). Особливо швидко скорочувалося населення сільської місцевості у Волинській області.

Таблиця 2

*Динаміка чисельності населення Волині у 1939 - 1989 рр., тис. осіб**

Назва області	Роки				
	1939	1959	1970	1979	1989
Волинська: всього в т.ч.	1034	893	974	1016	1062
міське населення	169	231	313	407	519
сільське населення	865	662	661	609	543
Рівненська: всього в т.ч.	1052	921	1048	1121	1170
міське населення	139	158	288	408	530
сільське населення	913	763	760	713	640
Разом в т.ч.	2086	1814	2022	2137	2232
міське населення	308	389	601	815	1049
сільське населення	1778	1425	1421	1322	1183

*Складено за: Соціально-економічний та культурний розвиток західних областей Української РСР за роки Радянської влади. - К., 1989. - С. 16.

Такий незначний приріст пояснюється насамперед із втратами під час другої світової війни, переселенням українців з Польщі, виселенням з України поляків, вивезенням населення на роботи та у концентраційні табори Німеччини та СРСР. Внаслідок цього у системі повільно відбувалося відтворення населення. Якщо в 1959 р. в Україні вже було досягнуто довоєнного рівня чисельності населення, то у Волинській області це сталося в кінці 70-х років. У наступні роки чисельність населення зростала стабільно, проте темпи зростання зменшувалися. Якщо за період 1959 - 1970 рр. чисельність населення Волині зросла на 208 тис. ос., то у 1970 - 1979 рр. - на 115 тис. ос., у 1979 - 1989 рр. - всього на 95 тис. ос., а у 1989 – 2003 рр. взагалі скоротилась на 7 тис. ос. Спостерігаються певні відмінності у динаміці чисельності міського і сільського населення Волині. За 1939 - 2003 рр. міське населення збільшилось на 770 тис. ос. (на 240.6%), а сільське - зменшилось на 583 тис. ос. (на 33.5%). Особливо швидко скорочувалося населення сільської місцевості у Волинській області. Населення Волині у 2014 р. становило 2299,4 тис осіб: 1042,3 тис осіб – у Волинській і 1257,1 тис осіб – у Рівненській областях. Значною мірою загальні темпи відтворення населення залежали від відповідного співвідношення його статевих та вікових груп. Статеву структуру населення Волині кінця XIX ст. можна вважати нормальною і досить сприятливою для розширеного відтворення.

Перепис населення 1897 р. дає чітку уяву про вікову структуру населення Волині. В першу чергу привертає увагу “молодість” населення. З 1598,7 тис. осіб у віці 60 років і старше налічувалося лише 86,0 тис.чол., або 5,4 % усього населення. Найбільш чисельні групи - дитяча (1 - 9

років) та підліткова (10 - 19 років) складають відповідно 25,4 та 21,5 % усього населення.

Аналізуючи матеріали переписів населення 1959, 1970, 1979, 1989, 2001 років, спостерігаємо суттєві зміни у віковій структурі населення Волині. Зміни характеризуються зменшенням частки працездатного населення і збільшенням частки осіб старше працездатного віку. Існують певні відмінності у розподілі населення за віком серед міського і сільського населення. Так, найбільшу питому вагу серед міського населення займали групи 20 - 29 (1959 р.), 10 - 19, 30 - 39 років (1979 р.). Частка міського населення молодше працездатного віку поступово знижується. Серед сільського населення відбувалось "постаріння".

Головними факторами, що впливали на відтворення і ріст загальної чисельності населення Волині XIX ст. були - високий природний приріст і позитивне міграційне сальдо. В свою чергу природний приріст залежить від народжуваності, смертності, а також шлюбності.

Народжуваність населення регіону у XIX ст. характеризувалась досить високими показниками (табл. 3). Проте, у другій половині XIX ст. відбувається поступове зниження цього показника. Так, з 1887 по 1913 рік коефіцієнт народжуваності зменшився на 19,9%. Якщо прослідкувати народжуваність населення у розрізі повітів, то найвищі показники спостерігались у Луцькому та Володимир-Волинському повітах. На формування рівня народжуваності населення регіону впливала висока дитяча смертність, ранній шлюбний вік жінок та ін. Слід відзначити, що за даними перепису 1897 р. відсоток заміжніх жінок у віці 15 років і старші складав 65,4%. Це дещо вище, ніж в середньому по Україні (у цей самий рік). У другій половині XIX ст. на кожну шлюбну пару припадало 4,7 народжень. Це дещо більше, ніж в цілому по Європі.

Таблиця 3

*Коефіцієнти шлюбності, народжуваності, смертності, природного приросту населення Волині у 1887 - 1913 рр., (в розрахунку на 1000 чол. населення)**

Роки	*Шлюбність*	*Народжуваність*	*Смертність*	*Природний приріст*
1887	9,4	45,8	30,6	15,2
1898	9,1	46,6	25,4	21,2
1905	7,0	39,6	27,5	12,1
1913	7,3	36,7	21,2	15,5

* Розрахховано за: Памятная книжка Волинской губернии на 1887 г. Житомир, 1888. С.14. Памятная книжка Волинской губернии на 1900 г. Житомир, 1900. С.22. Памятная книжка Волинской губернии на 1905 г. Житомир, 1906. С.8 - 10. Памятная книжка Волинской губернии на 1915 г. Житомир, 1915. С.51 - 52.

Середній показник смертності на Волині у 1861-1913 рр. на 1000 осіб населення становив 29,6 померлих. Це вищий показник, ніж в цілому по Україні (29,8 померлих). Слід зазначити, шо у другій половині XIX ст. смертність населення Волині була нижчою, ніж на початку століття.

Епідемічні хвороби в цей період мають значно менший вплив. З 1887 по 1913 рр. смертність населення знижується на 30,7%. У розрізі повітів найвища смертність спостерігалась у Володимир-Волинському і Луцькому повітах.

Середній природній приріст населення у другій половині XIX ст. на Волині складав 17,6. Це вище, ніж у європейській частині Росії і у Європі в цілому. Така ситуація була характерною лише для слабо розвинутих економічно регіонів того часу.

У XX ст. Волинь характеризувалась дещо вищими показниками народжуваності і природного приросту, нижчими показниками смертності, ніж Україна в цілому. Так, якщо в Україні народжуваність на 1000 жителів становила у 1989 р. 14,5 ос., то у Волинській області цей показник становив 17,3 ос., а у Рівненській – 17,5 ос.

Починаючи з 80-х років XX ст. спостерігається зниження показників народжуваності і поступового збільшення показників смертності. У результаті цього показники природного приросту також зменшуються, хоч вони є набагато вищими, ніж в цілому по Україні (табл. 4). Така тенденція ж споглядається і у XXI ст.

Таблиця 4

*Динаміка природного приросту населення Волині у 1940 - 1988 рр. /на 1000 осіб населення/**

Назва регіону	Роки			
	1940	1970	1980	1989
Волинська область	13.4	9.7	7.5	6.0
Рівненська область	13.3	11.4	8.1	7.3
Українська РСР	13.0	6.4	3.4	2.8

*Складено за: Соціально-економічний та культурний розвиток західних областей Української РСР за роки Радянської влади. К., 1989. С. 19.

В період 1995 – 2008 рр. коефіцієнт природного приросту на Волині набув від'ємного зачення (найнижчий показник у 2003 р. – 3,4 на 1000 осіб у Волинській області). З 2008 р. на Волині обсервуємо зростання показника природного приросту населення

Коефіцієнт прородного приросту дає змогу отримати повне уявлення про природній рух населення – в бік зменшення чи збільшення чисельності населення в розрізі територіально-адміністративних одиниць регіону. За даним критерієм найкраща ситуація у Рівненській області, де у 2013 р. показник приросту становив 2,8 на 1000 осіб (Найвищий показник по Україні). У Волинській області – 1,0 на 1000 осіб.

Існують певні відмінності у показниках народжуваності, смертності, природного приросту міського і сільського населення. Показники народжуваності в сільській місцевості менші, ніж у містах, а показники смертності, навпаки, значно вищі в селах. Як наслідок - природний приріст у сільській місцевості дуже низький, а у Волинській області у 1990 р. набув від`ємного значення.

Причини таких відмінностей - міграції молоді з сіл у міста, збільшення частки осіб старшого віку у селах, недостатній соціально-економічний розвиток сільських населених пунктів та ін. Дослідженнями встановлено, що однією з основних причин кризової демографічної ситуації в сільській місцевості виступає міграційний відплив селян. Міграційні потоки сільського населення слід розглядати у контексті з формуванням демографічних передумов відтворення сільського населення і трудового потенціалу сільських територій Волині. За 2008-2010 рр. найвищий показник міграційних потоків населення області (сальдо міграції) був у 2009 р. і становив 218 осіб.

Починаючи з XIX ст. на загальну чисельність населення Волині впливають міграції (як зовнішні, так і внутрішні). Так, у 1903 р. з території Волині відбувалося масове переселення населення у східні області і губернії Росії. Переселення йшло в основному в Усурійський, Приморський, Алтайський край, Єнісейську, Іркутську, Тобольську, Томську, а також Самарську, Калужську, Мінську, Могилівську і Чернігівську губернії. За даними Челябінської і Сизранської регістрації протягом 1896-1906 рр. з Волинської губернії в Сибір через ці пункти пройшло 10781 осіб. З середини 20-х років XX ст. еміграційні процеси продовжуються. Волинське воєводство посідало шосте місце в Польщі за загальною кількістю переселенців. Основною країною виїзду була Аргентина. Перша світова та громадянська війни призвели до значного міграційного відтоку населення. Найвищого рівня еміграційна активність досягла у 1927 - 1929 рр. У 1935 р. регіон покинуло 3618 тис осіб, що було вдвічі більше, ніж в попередній рік. Найбільшого розмаху вона набула в 1937 р., досягнувши 7323 тис осіб.

Сучасний склад населення Волині значною мірою сформований міграціями населення у середині та другій половині XX ст. Зокрема, масові депортації місцевого населення у східні та північні регіони СРСР, обміни населенням із Польщею та Чехословаччиною після Другої світової війни, в результаті яких на території регіону сформувалася сучасна моноетнічна структура населення; масова еміграція із сільської місцевості у міста та за межі області протягом 1950–1980-х рр.; починаючи з 90-х рр. XX ст. спостерігається послаблення інтенсивності міграційних процесів, поява нових видів міграції та категорій мігрантів. З 2013 р. спостерігаємо міграційний приріст (Волинська обл. - 311 осіб). Це сталося, виключно, за рахунок міждержавної міграції. Число прибулих перевищило кількість вибулих в 7 регіонах Волині, серед яких міста Луцьк, Володимир-Волинський та Нововолинськ. Статевий склад населення Волині, як і в цілому в державі, характеризувався перевагою жінок. Регіон входить в число областей, де чисельна перевага жіночого населення найменша. В Україні в середньому на 1000 чоловіків припадала 1161 жінка.

Висновки та перспективи подальших досліджень. Детальний аналіз демографічних чинників формування Волині як історико-географічного регіону дозволяє сформулювати такі висновки:

- чисельність населення Влдині порівняно з іншими історико-географічними регіонами України невисока;
- у статевій стуктурі переважають жінки;
- загальний природній приріст впродовж XVI - XXI ст. був додатнім (за винятком 1995 – 2008 рр.) ;
- переважно від'ємне сальдо міграцій.

Аналіз динаміки чисельності населення Волині можна проводити з другої половини XVI ст. До XIX ст. зростання чисельності населення було незначним, що пов'язувалось із частими війнами, епідеміями, несприятливими кліматичними явищами. Помітне зростання чисельності населення спостерігаємо у 1887 – 1913 рр., а починаючи з 1913 р. навпаки – інтенсивне скорочення. Це пояснюється втратами у першу і другу світові, громадянську війни, виселенням з України поляків, а також складним економічним та соціальним становищем. З 1959 р. відбувається поступове зростання чисельності населення регіону. Коефіцієнт природнього приросту є додатнім. Найнижче його значення обсервували у 2003 р. у Волинській області.

Проте незважаючи на всі позитивні моменти, демографічна ситуація в регіоні залишається гострою. Це вимагає проведення відповідної активної та ефективної демографічної політики, оскільки демографічні показники безпосередньо впливають на соціально-економічний розвиток Волині.

Перспективи подальших досліджень вбачаються у глибшому аналізі чинників формування та трансформації Волині як історико-географічного регіону.

Список використаних джерел:

1. Баранович О. І. Залюднення Волинського воєводства в першій половині XVII ст./ О.І.Баранович. – К., 1930. – 155 с.
2. Ворончук І. О. Населення Волині в XVI – першій половині XVII ст.: родина, домогосподарство, демографічні чинники: Монографія / І. О. Ворончук. – К.: НДІ українознавства, 2012. - 712 с.: іл.
3. Головне управління статистики у Волинській області [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.lutsk.ukrstat.gov.ua/
4. Герасименко О. Міста Волині XVI–XVIII століть у світлі урбанізаційних процесів середньовічної Європи / О. Герасименко // Волинь очима молодих науковців: минуле, сучасне, майбутнє: матеріали І Міжнар. наук.-практ. конф. асп. і студ. / Волин. держ. ун-т ім. Лесі Українки. – Луцьк, 2007. – Т. 1. – С. 33–35.
5. Заяць А. Є. Динаміка чисельності міських поселень Волинського воєводства XVI – першої половини XVIII ст. (1566 – 1648).// Історико-географічні дослідження на Україні. Зб. наук. праць. – К., 1992. – С.85 – 96.
6. Крикун М. Г. Кордони і повітовий поділ Волинського воєводства в XVI – XVIII ст.// Географічний фактор в історичному процесі. – К.: Наукова думка, 1990. – С. 134 – 145.
7. Круль В. П. Ретроспективно-географічний аналіз поселень Західної України : автореф. дис.... д-ра геогр. наук / В. П. Круль. – К., 2006. – 32 с.
8. Памятная книжка Волынской губернии на 1887 год: Издание Волынского губернского статистического комитета. – Житомир: Волынская губернская типогафия, 1887. – С. 14.
9. Памятная книжка Волынской губернии на 1900 год: Издание Волынского губернского статистического комитета. – Житомир: Волынская губернская типография, 1900. – С. 22.
10. Памятная книжка Волынской губернии на 1915 год: Издание Волынского губернского статистического комитета. – Житомир: Волынская губернская типография, 1915. – С. 51 – 52.

11. Соціально-економічний та культурний розвиток західних областей Української РСР за роки Радянської влади. – К., 1989. – С. 16 -19.
12. Drugi powszechny spis ludnosci z dn. 9. XII. 1931 r. – Warszawa: Nakladem glownego urzedu statystycnego, 1938. – 328 s.
13. Pierwszy Powszechny spis Rzeczypospolitej Polskiej z dnia 30 wrzesnia 1921 roku. – Warszawa: wydawana przez Glowny urzad statystyczny pzeczypospolitej Polskiej, 1926. Tom XXIII. – 229 s.

Список использованных источников:

1. Баранович О.И. Заселение Волынского воеводства в первой половине XVII в./ О.И. Баранович. – К., 1930. – 155 с.
2. Ворончук И.О. Население Волыни в XVI – первой половине XVII в.: семья, домохозяйство, демографические факторы: Монография/ И.О. Ворончук. -– К.: НИИ украиноведения, 2012. - 712 с.: ил.
3. Главное управление статистики в Волынской области [Електронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.lutsk.ukrstat.gov.ua/
4 Герасименко О. Города Волыни XVI–XVIII веков в свете урбанизационных процессов средневековой Европы/ О. Герасименко // Волынь глазами молодых ученых: прошлое, настоящее, будущее: материалы I Междунар. науч.-практ. конф. Асп.и студ. / Волын. гос. ун-т им. Леси Украинки. . – Луцк, 2007. – Т. 1. – С. 33–35.
5. Заяц А.Е. Динамика численности городских поселений Волынского воеводства XVI – первой половины XVIII в. (1566 – 1648).// Историко-географические исследования на Украине. Сб. науч. трудов. – К., 1992. – С.85 – 96.
6. Крыкун М.Г. Границы и уездное деление Волынского воеводства в XVI – XVIII вв.// Географический фактор в историческом процессе. – К.: Наукова думка, 1990. – С. 134 – 145.
7. Круль В. П. Ретроспективно-географический анализ поселений Западной Украины: автореф. дис.... д-ра геогр. наук / В. П. Круль. – К., 2006. – 32 с.
8. Памятная книжка Волынской губернии на 1887 год: Издание Волынского губернского статистического комитета. – Житомир: Волынская губернская типогафия, 1887. – С. 14.
9. Памятная книжка Волынской губернии на 1900 год: Издание Волынского губернского статистического комитета. – Житомир: Волынская губернская типография, 1900. – С. 22.
10. Памятная книжка Волынской губернии на 1915 год: Издание Волынского губернского статистического комитета. – Житомир: Волынская губернская типография, 1915. – С. 51 – 52.
11. Социально-экономическое и культурное развитие западных областей Украинской ССР за годы Советской власти. – К., 1989. – С. 16 -19.
12. Вторая перепись населения от 9. XII. 1931 г. – Варшава: Тираж центрального офиса статистического, 1938. – 328 с.
13. Первая перепись населения Польской республики от 30 сентября 1921 года. – Варшава: издание Главного статистического офиса Польши, 1926. Том XXIII. – 229 с.

References:

1. Baranovych O.I. Population in Volyn region in first part of the XVII c. / O.I. Baranovych. – K., 1930. – 150 p.
2. Voronchuk I.O. Population in Volyn region in XVI and first part of the XVII centuries: families, households, demographics. /I.O. Voronchuk. – K.: Ukrainian Research Institute, 2012. − 712 p. with illustrations.
3. Statistics department in Volyn oblast [Electronic resource]. – Access mode: http://www.lutsk.ukrstat.gov.
4. Gerasymenko O. Volyn cities XVI-XVIII as urbanization processes in medieval Europe / O. Gerasymenko. //Volyn at scientists overview: past, nowadays and future: First International science

conference/ Volyn State University of the name of Lesia Ukrainka. – Lutsk, 2007. − Volume 1. − P. 33-35.
5. Zayats A.Y. Cities populations dynamics in Volyn voivodeship in XVI-XVIII (1566-1648)// Historical and Geographic Research in Ukraine. Coll. science papers. – K., 1992. - P. 85-96.
6. Krykun M.G. Borders and structure in Volyn voivodeship in XVI − XVIII. //Geographical factor in the historical process. – K.: Naukova dumka, 1990. − P. 134 − 145.
7. Krul V.P. Retro and geographical analysis of inhabitances in Western Ukraine./ V.P. Krul. – K., 2006. – 32 p.
8. Pamyatnaya Knizhka of Volyn Governorate for 1887: Publication Volyn Regional Committee. – Zhytomyr: Volyn provincial printing, 1887, P. 14.
9. Pamyatnaya Knizhka of Volyn Governorate for 1900: Publication Volyn Regional Committee. – Zhytomyr: Volyn provincial printing, 1900, P. 22.
10. Pamyatnaya Knizhka of Volyn Governorate for 1915: Publication Volyn Regional Committee. – Zhytomyr: Volyn provincial printing, 1915, P. 51–52.
11. Social, economical and cutural development in Western Ukraine in USSR period. – K, 1989, P. 16-19.
12. Second census in 9 December 1931. – Warsaw: Application of the Central Office of Statistics, 1938. - 328 p.
13. First cencuc in Poland in 30 September 1921. – Warsaw: Application of the Central Office of Statistics, 1926, vol. XXIII. - 229 p.

ДК 331.101.262:314(477.64-37 Мелітополь**)**

Неліпа Ксенія Григорівна

Мелітопольський державний педагогічний університет імені Богдана Хмельницького, м. Мелітополь, Україна, e-mail: nelipka@mail.ua

ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ РИНКУ ПРАЦІ МЕЛІТОПОЛЬСЬКОГО РАЙОНУ

Мета. Аналіз основних показників, визначення тенденцій та проблем формування ринку праці Мелітопольського району.

Методика. Були використані статистичні, бібліографічні, картографічні та аналітико-синтетичні методи дослідження. Під час написання роботи було проаналізовано дані Головного управління статистики в Запорізькій області, Мелітопольської районної державної адміністрації, соціально-економічний паспорт та програма занятості населення Мелітопольського району.

Результати. В ході дослідження було виявлено, що загальна кількість працездатного населення та молоді з кожним роком зменшується, а кількість людей пенсійного віку збільшується. Проблема «старіння нації» спостерігається як у Мелітопольському районі так і в інших районах Запорізької області. Така ситуація призводить до соціально-економічної нестабільності і перш за все впливає на ринок праці країни в цілому. Тому для вирішення проблем формування ринку праці необхідно покращити соціальні умови населення, особливо в сільській місцевості, за допомогою ряду економічних реформ.

Наукова новизна. Комплексний аналіз формування національного ринку праці за часів незалежності України.

Практична значимість. Результати дослідження можуть бути використані при розробці соціально-економічного плану-розвитку Запорізької області та Мелітопольського району.

Ключові слова: ринок праці, регіон, демографія, соціальні умови.

УДК 331.101.262:314(477.64-37 Мелитополь)

Нелипа Ксения Григорьевна Мелитопольский государственный педагогический университет имени Богдана Хмельницкого, г. Мелитополь, Украина, e-mail: nelipka@mail.ua

ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ РЫНКА ТРУДА МЕЛИТОПОЛЬСКОГО РАЙОНА

Цель. Анализ основных показателей, определение тенденций и проблем формирования рынка труда Мелитопольского района.

Методика. Были использованы статистические, библиографические, картографические и аналитико-синтетические методы исследования. При написании работы были проанализированы данные Главного управления статистики в Запорожской области, Мелитопольской районной государственной администрации, социально-экономический паспорт и программа занятости населения Мелитопольского района.

Результаты. В ходе исследования было выявлено, что общее количество трудоспособного населения и молодежи с каждым годом уменьшается, а количество людей пенсионного возраста увеличивается. Проблема «старения нации» наблюдается как в Мелитопольском районе так и в других районах Запорожской области. Такая ситуация приводит к социально-экономической нестабильности и прежде всего влияет на рынок труда страны в целом. Поэтому для решения проблем формирования рынка труда необходимо улучшить социальные условия населения, особенно в сельской местности, с помощью ряда экономических реформ.

Научная новизна. Анализ формирования национального рынка труда за время независимости Украины.

Практическая значимость. Результаты исследования могут быть использованы при разработке социально-экономического плана-развития Запорожской области и Мелитопольского района.

Ключевые слова: рынок труда, регион, демография, социальные условия.

UDC 331.101.262:314(477.64-37 Melitopol)

Nelipa Kseniia Hryhorivna Melitopol Bohdan Khmelnytskyi State Pedagogical University, Melitopol, Ukraine e-mail: nelipka@mail.ua

PROBLEMS OF FORMING OF LABOUR-MARKET OF MELITOPOL DISTRICT

Goal. Analysis of key indicators, determination of tendencies and problems of forming of labour-market of the Melitopol district.

Methods. We used statistical, bibliographic, cartographic and analytic-synthetic methods. When writing the work analyzed data of the Main Statistical Office in theZaporozhye region, Melitopol district administration, social and economic passport andemployment program Melitopol district.

Results. The study revealed that the common amount of the working population and young people is decreasing every year, while the amount of people of retirement age increases. The problem of "the aging of the nation" is observed in the Melitopol district and in other districts of the Zaporozhye region. This situation leads to socio-economic instability and primarily affects the labor market as a whole. Therefore, to solve the problems of formation

of the labor market need to improve the social conditions of the population, especially in rural areas, through a series of economic reforms.

Scientific novelty. Analysis of the formation of the national labor market during Ukraine's independence.

The practical significance. The results can be used in the development of socio-economic development plan, and the Zaporozhye region Melitopol district.

Keywords: labour-market, region, demography, social terms.

Постановка проблеми. Після розпаду СРСР та заснуванням України як незалежної держави відбулися зміни в розбудові економічної моделі ринкового спрямування. Початок ринкових перетворень збігся з кризовими економічними явищами, а зайнятість віддзеркалила цей кризовий стан. Саме в цей час починає привертатися увага державних органів правління питанням падіння зайнятості та зростанню безробіття. З'являється потреба у виявленні чинників формування ринку праці та проблем, які з ним пов'язані. Адже ринок праці – основний елемент економічної системи, який чутливо реагує в цілому на всі процеси в суспільстві.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Перехід України до ринкової економіки, масштабні соціально-економічні зміни у всіх сферах життєдіяльності суспільства гостро поставили питання здатності й готовності людини адаптуватися й жити в умовах непередбачуваності глобальних змін, а також змін економічних та матеріальних умов існування. Саме тоді з'явилися перші наукові доробки з вивчення проблем формування та функціонування ринку праці, до яких можна віднести роботи: М.Долішнього, В.Петюха, Г.Гаврилюка, Е.Лібанової, Д.Богині. За останні роки питанням формування ринку праці займалися: О.Волкова, К.Лазоренко, О.Левада та інші.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. В даній статті висвітлений комплексний аналіз формування ринку праці за останні роки.

Формулювання цілей статті. Головними завданнями дослідження є визначення тенденцій, проблем та перспектив формування ринку праці Мелітопольського району.

Виклад основного матеріалу. На ситуацію на регіональному ринку праці впливає: загальна соціально-економічна ситуація в країні і регіоні, якісний показник людського капіталу, становище у сфері надання соціальних послуг, національно-культурні особливості, соціопсихологічні чинники та ін. Чисельність населення Запорізької області щороку зменшується, такий негативний приріст населення по Запорізькій області пов'язаний з пожвавленням міграційних процесів, перевищення рівня смертності над народжуваністю та підвищенням рівня бідності у регіоні. У гендерній структурі переважають жінки упродовж всього періоду, звідси спостерігається тенденція до зменшення структури чоловічого населення Запорізької області, що негативно впливає на регіональний ринок праці. Однією з найголовніших причин пов'язаною з поганою демографічною ситуацією в Запорізькій області є несприятлива екологічна ситуація

регіону [3].

За даними державного статистичного управління у 2014 році чисельність наявного населення в Мелітопольському районі складає 50,1 тис.чол. Сільське населення складає 94 % від загальної чисельності, міське – 6% (смт. Мирне) [1]. Формування ринку праці обумовлено процесами природного, механічного руху населення, соціальними умовами. Демографічні показники населення Мелітопольського району по сільським радам (с/р) станом на 01.01.2015 р. представлена в таблиці [2].

Таблиця

Основні демографічні показники населення Мелітопольського району по сільським радам станом на 01.01.2015 р.

№	*Перелік сільських та селищних рад*	*Усього населення, осіб*	*Пенсіо-нери*	*Діти до 6 років*	*Діти шкільного віку*	*Працездатне населення, всього*
1	Терпіннівська с/р	6147	1773	367	783	3224
2	Новенська с/р	2258	612	67	109	1470
3	Астраханська с/р	1068	306	41	93	628
4	Вознесенська с/р	5235	1256	278	462	3239
5	Костянтинівська с/р	11729	3225	769	919	6816
6	Промінівська с/р	1296	347	51	109	789
7	Мирненська с/р	3086	689	182	270	1945
8	Світлодолинська с/р	2017	548	125	178	1166
9	Мордвинівська с/р	756	236	37	58	425
10	Новомиколаївська с/р	2481	646	118	203	1514
11	Новопилипівська с/р	1174	297	53	98	726
12	Семенівська с/р	3864	945	172	226	2521
13	Полянівська с/р	1023	240	50	84	649
14	Новгородківська с/р	2128	602	169	190	1167
15	Фруктовська с/р	2034	425	98	127	1384
16	Новобогданівська с/р	3808	1110	169	390	2139
	Всього по району	50104	13257	2746	4299	29802

За чисельністю населення найбільша Костянтинівська сільська рада на території якої мешкають понад 11 тис. осіб, найменша – Мордвинівська.

Формування ринку праці в найближчі 5-10 років залежить від дітей шкільного віку. Територіальний аналіз показників свідчить про те, що в Костянтинівсикй та Терпіннівській сільських радах найбільша кількість школярів в районі. При цьому слід зазначити, що в Костянтинівській сільській раді зареєстровано вдвічі більша кількість населення, ніж в Терпіннівській, але кількість дітей шкільного віку майже однакова. Вдвічі менша кількість школярів у Вознесенській та Новобогданівській сільських радах, а в Мордвинівській, Астраханській, Новопилипівській, Полянівській – навіть менше 100 чол. Костянтинівська сільська рада так і залишається

лідером по чисельності дітей дошкільного віку, аутсайдер – Мордвинівська та Астраханська сільські ради (менше 50 чол.). Кількість пенсіонерів по сільський радам майже в 3 рази більша, ніж кількість школярів, окрім Терпіннівської сільської ради (в 2 рази більше пенсіонерів). Це в цілому відображає тенденцію старіння населення в регіоні. Щодо працездатного населення, то найбільше його зосереджено в Костянтинівській, Вознесенській та Терпіннівській сільських радах. Історично так склалося, що жителі цих рад працювали на промислових підприємтвах міста Мелітополя, а також ці сільські ради знаходяться найближче до міста. Мордвинівська сільська рада хоч і знаходиться недалеко від міста Мелітополя, але із-за невеликої кількості населення та зайнятості більшості в аграрному секторі зумовило найменшу кількість працездатного населення в Мелітопольському районі (рис.1).

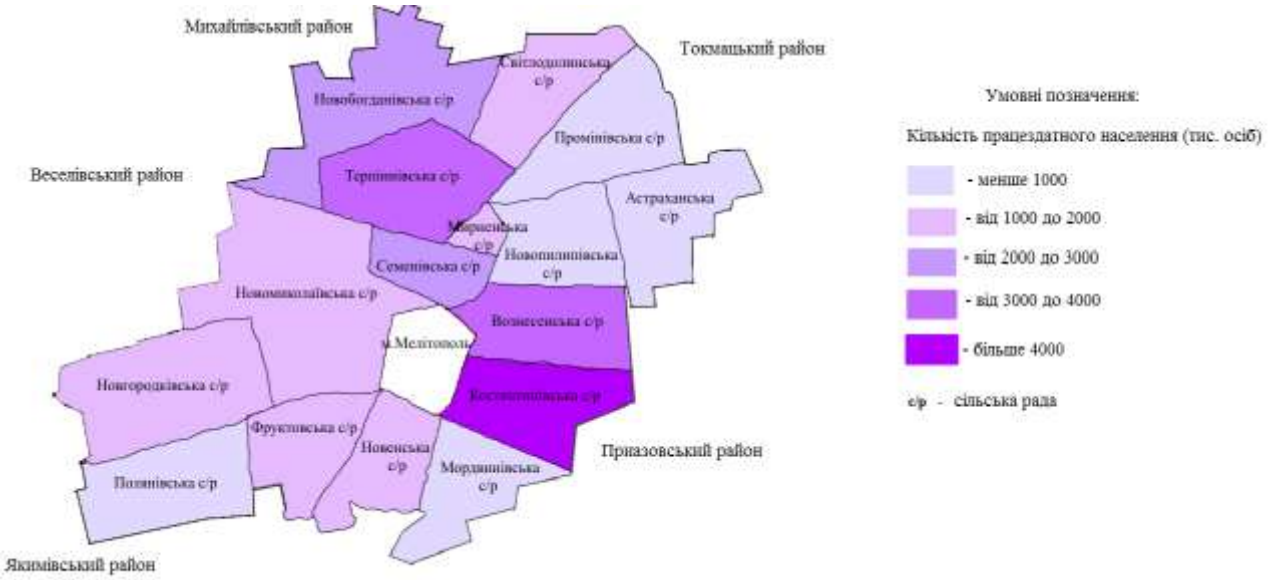

Рис. 1. Кількість працездатного населення за сільськими та селищними радами Мелітопольського району станом на 01.01.2015 р. (складено автором за [2])

Усього по Мелітопольському району на початку 2015 р. чисельність населення складала 50104 чол., з них пенсіонерів – 13257 чол., дітей до 6 років – 2746 чол., дітей шкільного року – 4299 чол., працездатного населення – 29802 чол. (рис. 2) [2]. У 2013 р. в Мелітопольському району народжуваність склала – 701 чол., смертність – 842 чол., кількість дітей померлих у віці до 1 року – 7 чол. В результаті природний приріст в районі від'ємний – 141 чол. Загалом по Запорізькій області ці показники мають наступний вигляд: народжуваність – 18134 чол., смертність – 26498 чол., кількість померлих дітей у віці до 1 року – 149 чол., природний приріст від'ємний – 8364 чол.

У 2014 р. народжуваність склала – 627 чол., смертність – 855 чол., кількість дітей померлих у віці до 1 року – 4 чол. (рис. 3). Якщо порівнювати з 2013 роком, то природний приріст збільшився у від'ємному

напрямку – 228 чол.. В цілому по Запорізькій області за 2014 р. народжуваність склала 18713 чол., смертність – 27773 чол., кількість померлих дітей померлих у віці до 1 року – 123 чол., природний приріст від'ємний – 9060 чол.[4].

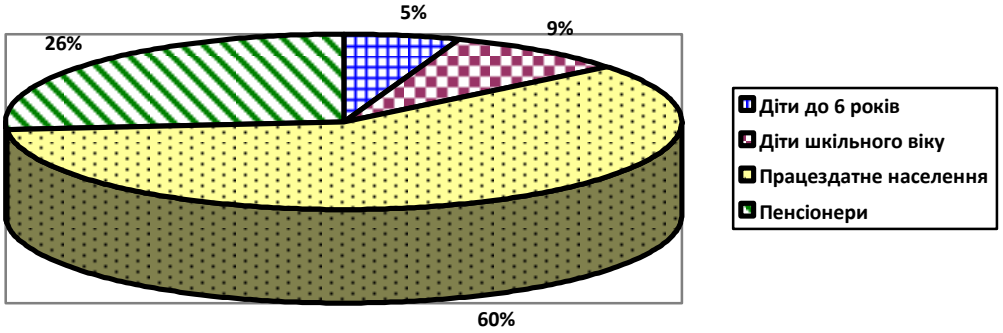

Рис. 2. Демографічні показники населення Мелітопольського району станом на 01.01.2015 року (складено автором [2])

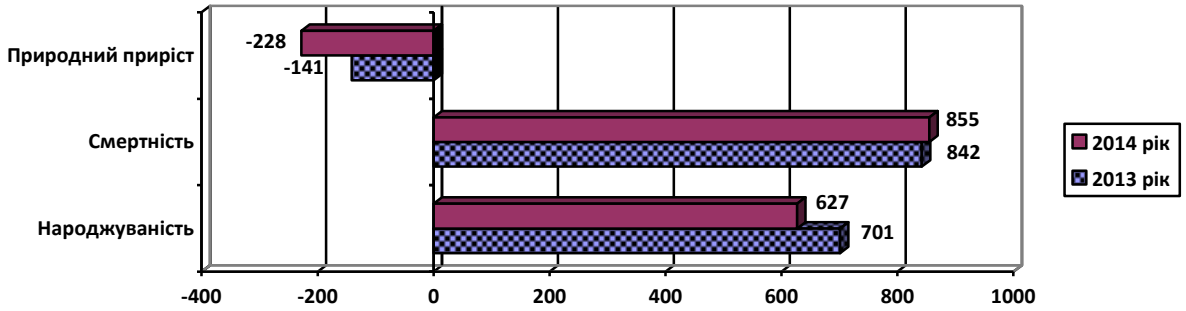

Рис. 3. Природний приріст населення Мелітопольського району (складено автором за [4])

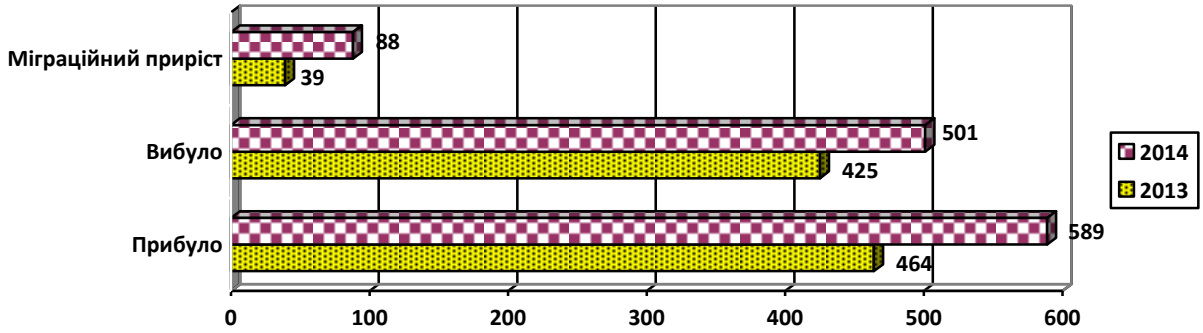

Рис. 4. Міграційний приріст населення Мелітопольського району (складено автором за [2, 4])

За 2013 р. міграційний приріст населення в межах Мелітопольського району склав 39 чол., прибуло – 464 чол., вибуло – 425 чол.. Міграційний приріст зовнішньої міграції склав 36 чол., прибуло – 210

чол., вибуло – 174 чол. В межах Запорізької області міграційний приріст зовнішньої міграції був від'ємним – 1046 чол., прибуло – 8658 чол., вибуло – 9704 чол. У 2014 р. міграційний приріст в Мелітопольському районі склав 88 чол, прибуло – 589 чол., вибуло – 501 чол. (рис. 4) [2, 4].

Таким чином кількість потенційного працездатного населення зменшується, а кількість пенсіонерів (непрацездатного населення) збільшується. Така ситуація в майбутньому призведе до того, що працездатному населенню більше потрібно буде відчисляти податки зі своєї заробітної плати в пенсійний фонд, щоб забезпечити пенсіонерів, а також пенсіонерам потрібно буде продовжувати працювати або взагалі підвищувати пенсійний вік.

Соціальні умови – умови життєдіяльності індивіда в суспільстві як в процесі праці, так і у рамках вільного часу. Соціальні умови охоплюють такі параметри, як умови праці і його охорона, кваліфікація працівників, рівень освіти, охорони здоров'я, культури населення і т. д. Важливим показником, що характеризує соціальні умови, є рівень і спосіб життя, рівень безробіття, реальні доходи населення, забезпеченість населення матеріальними благами і послугами. Велику роль у формуванні цивілізованих соціальних умов грає державне регулювання. Воно передбачає соціальний захист населення, програму боротьби з бідністю, державний розвиток освіти, охорону здоров'я і ін. Важливим елементом соціальних умов є державна політика формування доходів населення. Одним з основних методів державного регулювання соціальних умов є активне використання оподаткування, оскільки податки – основне джерело доходів держави, за рахунок яких здійснюються усі соціальні програми.

Найбільш гострими життєвими проблемами у населення Мелітопольського району є: відсутність коштів для придбання медикаментів, медичних засобів реабілітації, оперативного хірургічного втручання, необхідність у проведенні реабілітації після перенесених захворювань, оздоровленні, зубопротезування, потреба у ремонті житла внаслідок надзвичайної ситуації природного та іншого характеру, пожежі тощо [5].

Для підвищення соціальних умов населення району необхідно проводити як соціальні так і економічні реформи, такі як:

- сприяти розвитку промислових підприємств району (освоїти виробництво нових конкурентоспроможних видів продукції; сприяти впровадженню інновацій за рахунок розвитку енерго- та ресурсозберігаючих технологій, застосування сучасних науково-технічних розробок; зберегти та збільшити кількість робочих місць у промисловому секторі);
- сприяти розвитку агропромислового комплексу (удосконалити організацію сільськогосподарського виробництва шляхом розробки та оптимізації структури посівних площ з метою підвищення родючості ґрунтів, збільшення врожайності сільськогосподарських культур, валового виробництва продукції рослинництва; застосувати енергозберігаючі та

маловитратні технології вирощування сільськогосподарських культур; підвищувати селекційно-генетичний потенціал поголів'я шляхом упровадження наукових досягнень розведення та відтворювання тварин; оновити сільськогосподарську техніку);

- сприяти збереженню робочих місць і створенню умов для підвищення заробітної плати (забезпечити соціальний захист безробітних громадян; забезпечити контроль за додержанням роботодавцями мінімальних розмірів заробітної плати, встановлених законодавством; забезпечити контроль за своєчасною виплатою заробітної плати та скорочення заборгованості з неї; знизити рівень нелегальної зайнятості; підвищити рівень заробітної плати штатних працівників району; збільшити надходження до бюджету управління Пенсійного фонду України в м. Мелітополі та Мелітопольському районі.

- сприяти розвитку житлово-комунального господарства (реалізувати заходи з енергозбереження бюджетними установами району та підприємствами житлово-комунального господарства; забезпечити благоустрій населених пунктів в районі; підвищити якість надання житлово-комунальних послуг; поліпшити технічний стан комунальної інфраструктури);

- сприяти залученню інвестиційних проектів, розвитку капітального будівництва та налагодженню стану автодоріг (підготувати перелік пріоритетних інвестиційних проектів, що будуть фінансуватись із залученням коштів з різних джерел фінансування; реалізувати заходи, які передбачені обласною програмою «Сільське подвір'я»; продовжити роботу над реалізацією інвестиційного проекту по будівництву вітрової електростанції на території району та сміттєпереробного заводу на території Новенської сільської ради; зміцнити матеріально-технічну базу об'єктів охорони здоров'я, освіти, культури, комунального господарства за рахунок соціальної спрямованості бюджетного інвестування);

- сприяти розвитку підприємництва та споживчого ринку (збільшити кількість фізичних осіб-підприємців; збільшити оборот підприємств роздрібної торгівлі та ресторанного господарства; забезпечити споживчий ринок якісними та безпечними товарами та послугами);

- сприяти розвитку соціального захисту та зайнятості населення (посилити адресність соціальної підтримки малозабезпечених; забезпечити сприятливі умови життєдіяльності інвалідів; підвищити якість та доступність медичної допомоги сільському населенню; збільшити показник укомплектування лікарями закладів первинної медико-санітарної допомоги; оптимізувати мережу навчальних закладів, поліпшити якість освіти; відновити роботу дошкільних навчальних закладів; оновити та поновити парк шкільних автобусів; збільшити рівень комп'ютеризації загальноосвітніх навчальних закладів Мелітопольського району; створити умови відродження та розвитку української культури і культур національностей, які населяють наш край; зберегти пам'ятки історії та

культури, їх популяризація та пропаганда; ефективно використовувати рекреаційні ресурси, нарощування обсягів надання туристичних послуг);

- сприяти поліпшенню екологічної ситуації (завершити будівництво біоінженерних очисних споруд с. Садове; реконструювати очисні споруди с. Фруктове, смт Мирне; придбати машини для збору та транспортування побутових відходів; вирішити питання щодо проектних розроблень з захисту від підтоплення с. Удачне; залучити кошти на завершення будівництва інженерних споруд захисту від підтоплення с.Костянтинівки; розробити проекти землеустрою з організації та встановлення меж територій природно-заповідного фонду району).

Висновки. Населення Мелітопольського району Запорізької області на 94% складається з сільського та на 6% з міського. Загальна чисельність населення Мелітопольського району за п'ять років скоротилась на 4 тис.чол. Аналіз показників формування ринку праці Мелітопольського району виявив, що природний приріст населення так і залишився від'ємним і збільшився у 1,5 рази в порівнянні з 2013 роком, але спостерігаються тенденції до збільшення механічного приросту населення, в порівнянні з попереднім роком ця цифра збільшилась удвічі. Кількість пенсіонерів з кожним роком зростає, а дітей дошкільного та шкільного віку в декілька разів зменшується, що призводить до «старіння нації». Молоді все менше залишається у селах із-за незадовільних їхнім запитам соціальних умов проживання.

Тому необхідно проводити соціальні та економічні реформи перш за все у сільській місцевості. Потрібно розвивати промислові підприємства району, впроваджувати нові технології в агропромисловому секторі, створювати умови для збереження робочих місць та підвищення заробітної плати населенню, збільшувати надходження до місцевих бюджетів району, розвивати житлово-комунальну інфраструктуру, залучати інвестиції до району, поліпшувати стан автомобільних доріг, сприяти розвитку підприємництва, відкриттю власних справ громадянами, поліпшувати екологічну ситуацію в районі, розширювати мережу дитячих садків; реформувати мережу медичних закладів; залучати туристів до регіону та створювати туристичну інфраструктуру, побудувати вітрову електростанцію на території району.

Список використаних джерел

1. Офіційний сайт Головного управління статистики у Запорізькій області [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.zp.ukrstat.gov.ua
2. Офіційний сайт Мелітопольської Районної Державної Адміністрації [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://mrda.gov.ua
3. Програма зайнятості населення Мелітопольського району на період до 2017 року. – Мелітополь, 2013. – 27 с.
4. Соціально-економічне становище Запорізької області за січень-серпень 2014 року. Повідомлення головного управління статистики. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.zp.ukrstat.gov.ua/images/stories/soc_ek082014.pdf
5. Соціально-економічний паспорт Мелітопольського району (за підсумками 2013 року). – 2014. – 25 с.

Список использованных источников

1. Официальный сайт Главного управления статистики в Запорожской области [Электронный ресурс]. - Режим доступа : http://www.zp.ukrstat.gov.ua
2. Официальный сайт Мелитопольской Районной Государственной Администрации [Электронный ресурс]. - Режим доступа : http://mrda.gov.ua
3. Програма занятости населения Мелитопольского района на период до 2017 года. - Мелитополь, 2013. - 27 с.
4. Социально-экономическое положение Запорожской области за январь-август 2014 года. Сообщение главного управления статистики. [Электронный ресурс]. - Режим доступа : http://www.zp.ukrstat.gov.ua/images/stories/soc ek082014.pdf
5. Социально-экономический паспорт Мелитопольского района (по итогам 2013 года). - 2014. - 25 с.

References

1. The official website of the Main Department of Statistics in the Zaporozhye region [Electronic resource]. - Access mode: http://www.zp.ukrstat.gov.ua (ukr)
2. The official website of the Melitopol District State Administration [Electronic resource]. - Access mode: http://mrda.gov.ua (ukr)
3. Employment Program Melitopol district for the period until 2017. – Melitopol, 2013. – 27 p. (ukr)
4. Socio-economic situation of Zaporozhye region in January-August 2014. Notification of the Main Department statistics. [Electronic resource]. - Access mode: http://www.zp.ukrstat.gov.ua/images/stories/soc_ek082014.pdf (ukr)
5. Social and economic passport Melitopol district (from result on 2013). – 2014. 25 p. (ukr)

УДК 911.53:303.1

Савицька Олена Вікторівна,
кандидат географічних наук, доцент
Київський національний університет імені Тараса Шевченка, м. Київ, Україна,
e-mail: o.savytska@gmail.com

Циганок Євген Юрійович
Київський національний університет імені Тараса Шевченка, м. Київ, Україна

РЕГІОНАЛЬНИЙ ЛАНДШАФТНИЙ ПАРК «ЛИСА ГОРА» ОЧИМА КИЯН

Мета статті полягає у аналізі особливостей сприйняття населенням озеленених територій сучасного міста, що виконують одночасно рекреаційну та природоохоронну функції.

Методика базується на застосуванні прийомів і методів соціологічного дослідження, зокрема, анкетування.

Результатом дослідження стало опитування населення Голосіївського району і міста Києва в цілому, а також аналіз рядів розподілу відповідей з огляду використання території регіонального ландшафтного парку (РЛП) «Лиса Гора» відповідно до потреб громадськості.

Наукова новизна отриманих результатів полягає у виявленні реальних потреб місцевого населення в оптимізації території РЛП.

Практичне значення статті полягає в тому, що цей матеріал використовується при викладанні спецкурсів із урбоекології та ландшафтного планування, може бути корисним при підготовці громадських слухань з проекту організації території РЛП.

Ключові слова: соціологічне опитування, анкета, регіональний ландшафтний парк

УДК 911.53:303.1

Савицкая Елена Викторовна,
кандидат географических наук, доцент
Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко, Киев, Украина,
e-mail: o.savytska@gmail.com

Цыганок Евгений Юрьевич Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко, Киев, Украина

РЕГИОНАЛЬНЫЙ ЛАНДШАФТНЫЙ ПАРК «ЛЫСАЯ ГОРА» В ПРЕДСТАВЛЕНИИ КИЕВЛЯН

Цель статьи – проанализировать особенности восприятия населением озелененных территорий современного города, выполняющих одновременно рекреационную и природорохранную функции.

Методика базируется на применении приемов и методов социологического исследования, в частности, анкетирования.

Результатом исследования стал опрос населения Голосеевского района и города Киева в целом, а также анализ рядов распределения ответов ввиду использования территории регионального ландшафтного парка (РЛП) «Лысая Гора» соответственно нуждам общественности.

Научная новизна полученных результатов заключается в определении реальных нужд местного населения в оптимизации территории РЛП.

Практическое значение статьи заключается в том, что этот материал используется при преподавании спецкурсов по урбоэкологии и ландшафтному планированию, может быть полезным в ходе подготовки общественных слушаний по проекту организации территории РЛП.

Ключевые слова: социологический опрос, анкета, региональный ландшафтный парк.

UDC 911.53:303.1

Savytska Olena Viktorivna, Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv, Ukraine,
Candidate of Geography Sciences, Associate Professor e-mail: o.savytska@gmail.com
Tsyganok Eugen Yurievych Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv, Ukraine

REGIONAL LANDSCAPE PARK «LYSA HORA» IN THE IMPRESSION OF THE KYIV POPULATION

The aim of the Article is to analyze the features of public perception of the greened territories of modern city, which perform recreational and conservancy functions in the same time.

Methods. The technique is based on use of methods of sociological research, questioning in particular.

The results of the study was a survey of the population of Golosiyevkiy district and all Kyiv city, and also analysis of series of answers to mean the use of the territory of the regional landscape park (RLP) «Lysa Hora» according to the needs of the public.

The scientific novelty of results of this research is definition of the real needs of the local population in the RLP territory optimization.

The practical significance. The materials of the article are used for teaching of urban ecology and lanscape planning special courses, and may to be useful in preparation for the public hearings for the project of territory organization of the RPL.

Keywords: sociological poll, questionnaire, regional landscape park

Постановка проблеми. Потужний антропогенний тиск на довкілля, характерний для сучасних міст, призводить до суттєвої трансформації

міських ландшафтів, тому надзвичайно актуальним є вирішення проблеми підтримки ландшафтного різноманіття на міських територіях. Часто одні і ті ж території, одні і ті ж самі ландшафти виконують поруч із природоохоронною і рекреаційну функцію. В більшості випадків міські мешканці обирають місця відпочинку і оздоровлення, керуючись своїми естетичними уподобаннями. А природоохоронні ландшафти, як правило, не позбавлені привабливості та екзотичного для сучасних міст ландшафтного різноманіття, яке так подобається відпочиваючим.

Для ефективної організації відпочинку із врахуванням природних умов та ресурсів міських територій, змін стану міського довкілля під впливом рекреаційної діяльності та збереження особливо цінних ландшафтних комплексів необхідно дослідити бачення та позиціонування рекреаційної території в очах її відвідувачів, визначити перелік побажань, зауважень, думок та пропозицій громадськості стосовно оптимізації екологічного стану та структури міських озеленених територій.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Постановка завдання. У фізичній географії, на відміну від суспільної, соціологічні методи дослідження застосовуються мало, однак потреба у них існує. За допомогою соціологічного опитування можна одержати інформацію, що не завжди відображена в документальних джерелах чи доступна прямому спостереженню. Вербальна (словесна) інформація, одержана завдяки цьому методу, значно багатша, аніж невербальна. Вона легше піддається кількісному аналізу.

Соціологічні методи забезпечують кращі можливості для одержання інформації про ньюанси свідомості опитаних – мотиви, думки, потреби, інтереси, ціннісні орієнтації, установки тощо [1, 2]. Це має особливе значення для територіального планування, зокрема, ландшафтного – необхідно обов’язково враховувати думку громадськості, сприяти активній участі громадськості в підготовці та обговоренні проектів організації територій та узгодження матеріалів ландшафтного планування. Так, Гродзинський М.Д. пропонує гуманістичний підхід до узгодження проектів організації та планування території з населенням, обговорення використання ландшафтів таким чином, щоб це було найвигідніше для територіальних громад та не завдавало збитків довкіллю [3].

Врахування громадської думки, узгодження інтересів в ході планування ландшафтів має велику цінність, адже розкриває цілий спектр поглядів на проблеми розвитку регіону, ранжування їхнього значення тощо. Інформація про наміри і очікування отримується безпосередньо «з перших рук», що дозволяє врахувати інтереси усіх сторін у пошуку оптимального балансу, виявити справжні мотиви конфронтації, усунути суперечності, попередити конфлікти. Подібна участь громадськості при прийнятті рішень була частково реалізована протягом 2009-2012 рр. в проекті «Ландшафтне планування в Україні (на прикладі Черкаської області)» [4].

Основна проблема території дослідження знаходиться у площині конфлікту між різними користувачами. Справа в тому, що бачення майбутнього РЛП «Лиса гора» абсолютно різне у громадськості та приватних компаній чи осіб, які планують вилучити ці землі з природно-заповідного фонду Києва та використати для забудови. Населення, маючи доволі низький рівень екологічної свідомості та культури, часто не лише нездатне захистити, відстояти якусь територію, але й має індиферентні погляди на її майбутнє використання. Діяльність нечисленних екологічних організацій неспроможна самотужки захистити цей ласий шматок землі практично у центрі столиці.

Варто згадати і про екологічні проблеми урочища Лиса гора, спричинені господарською діяльністю людини. Хотілося б привернути увагу громадськості і активних рекреантів до можливих наслідків їхньої діяльності, що виходить за рамки раціонального природокористування.

Виклад основного матеріалу. Столиця України, місто Київ, відзначається неповторним зовнішнім виглядом, що забезпечується наявністю все ще значних за площею озеленених територій і відкритих просторів. Серед них є природна пам'ятка, зовсім несхожа на інші. Це – Лиса гора, схилами якої шелестить ліс, а верхівку вкривають сухі степові луки. Справжня перлина Києва, розташована у Голосіївському районі. Тут буяє фантастичне розмаїття – біля 400 видів рослин, 305 з яких – види природної флори. За цим показником Лиса гора залишає далеко позаду подібні історичні місцевості Європи [5]. Лиса гора є чи не єдиним у Києві місцем, де на відносно малій території представлені одразу декілька різнотипних ландшафтів (шикоролистянолісові, лучно-степові, водно-болотні). Окрім того, Лиса гора – місце історичне. З давніх-давен вона була одним з центрів осілості в середньому Придніпров'ї, маючи статус стратегічного пункту в гирлі Либеді. Саме тут відомим російським фортифікатором Е.І. Тотлебіним було зведено потужний форт, що використовувався і захисниками Києва у серпні 1941-го. Все це традиційно привертає увагу місцевих жителів і робить Лису гору одним із улюблених місць відпочинку киян. В 1994 р. тут було створено регіональний ландшафтний парк загальною площею 137,1 га.

Зараз парк переживає далеко не кращі часи. Самому його існуванню постійно загрожують плани забудовників. Активна увага з боку місцевого населення призвела до незворотної втрати багатьох червонокнижних видів флори та фауни, практично ніким не контрольований відпочинок щосезону залишає тони побутового сміття, відбуваються несанкціоновані вирубки лісу та випас худоби тощо. Зрозуміло, що неповторна ландшафтна пам'ятка минулого, яка, до того ж, має природоохоронний статус, заслуговує більшої уваги і турботи.

Автори вже далеко не перший рік досліджують територію урочища Лисої гори, однак досі всі дослідження стосувалися переважно просторових закономірностей та умов функціонування ландшафтів РЛП. Потреби населення при оптимізації даної території до уваги не бралися.

Саме тому цікаво дізнатися бачення Лисої гори в очах пересічних мешканців як Києва в цілому, так і тих людей, що мешкають практично поруч із парком населення.

Опитування киян в період з лютого по квітень 2014 року виконувалось нами із застосуванням формалізованого інтерв'ю. Предметом нашого дослідження було відношення населення до всього спектру сучасних проблем урочища Лиса гора, рівень їхнього інтересу та зацікавленості у вирішенні проблем та використання території для різних цілей, виявлення функцій ландшафту, що мають найбільший попит серед населення тощо. Наше дослідження проводилось не лише для того, аби дізнатися структуру попиту та прагнень населення щодо використання території Лисої гори, а й заради того, аби порівняти розподіл відповідей між місцевим населенням та населенням Києва в цілому, встановити рівень залежність між віддаленістю території та рівнем її відвідуваності.

Особливість соціологічних досліджень полягає в тому, що більшість висновків у них засновано на інформації, отриманій у результаті вибіркового обстеження [6, 7]. Нами було складено опуклу вибірку. Вона включає основну (репрезентативну) сукупність (населення Голосіївського адміністративного району, в якому знаходиться РЛП «Лиса гора»), крім того, складається додаткова підвибірка з категорії, яка цікавить дослідників (в нашому разі – населення Києва за винятком Голосіївського району). Ознаками, за якими розраховувались відповідні квоти, є стать та вік для двох груп. Додатково друга група стратифікувалась за приналежністю респондентів до адміністративного району міста, що дозволило поширити результати дослідження з максимальною репрезентативністю на всю генеральну сукупність.

Загальний обсяг вибірки становив двісті осіб – по сто осіб на кожну групу. Статистичну демографічну інформацію було взято з даних Всеукраїнського перепису населення від 05.12.2001 р. [8].

Обробка даних соціологічного дослідження здійснювалась за допомогою програми MS Excel. Основними завданнями стало формування рядів розподілу респондентів за відповідями на запитання, здійснення статистичної експертизи одержаних рядів розподілу, а також оформлення їх у вигляді таблиць, графіків та діаграм таким чином, щоб ця інформація була доступною для сприйняття та розуміння пересічним мешканцям міста.

Звичайно, найважливішим етапом був аналіз отриманих рядів розподілу. Наприклад, ось який розподіл ми отримали на перше спеціальне запитання нашої анкети «Чи знаєте Ви, що в Києві є місце, яке називається Лиса гора?» (табл. 1).

Таблиця 1

Ряд розподілу даних соціологічного дослідження, отриманих у відповідь на запитання анкети «Чи знаєте Ви, що в Києві є місце, яке називається Лиса гора?» (у %)

	Так	*Ні*	*Разом*
Голосіївський район	96	4	100
Решта районів Києва	84	16	100

А ось на прохання вказати район Києва, де Лиса гора розташована, чверть киян відповісти не змогла (табл. 2).

Таблиця 2

Ряд розподілу даних соціологічного дослідження, отриманих у відповідь на запитання анкети «В якому районі Києва знаходиться РЛП Лиса гора?» (у %)

	Голосіївський	*Інший / Не знаю*	*Разом*
Голосіївський район	89	11	100
Решта районів Києва	74	26	100

Хочеться звернути увагу на необізнаність мешканців Києва із природоохоронним статусом Лисої гори – менше 1% респондентів змогли вказати правильний варіант – регіональний ландшафтний парк.

Було досить цікаво дізнатися, як залежить рівень відвідуваності об’єкту дослідження від його просторового положення в межах міста – для цього ми включили питання «Як часто Ви буваєте на Лисій горі?», і порівняти відповіді мешканців Голосіївського району та решти міста Києва. Очевидно і закономірно, що найчастіше Лису гору відвідують мешканці Голосіївського району. Це пояснюється доступністю парку мешканцям району. При цьому жодного разу не була тут аж третина жителів Голосієва і дві третини решти киян. В основному, населення району відвідує парк одноразово або ж буває не частіше одного разу на рік.

Більшість киян, в т.ч. і мешканці Голосієва, просто прогулюються Лисою горою, зрідка влаштовуючи там пікніки. Уявлення киян про Лису гору переважно збігаються. Внаслідок наявності значної кількості легенд та згадок у історичній літературі більшість населення вважає Лису гору містичною територією та історико-культурною пам’яткою. Мало кому відомо про біологічне різноманіття в межах парку та присутність там червонокнижних видів. Останній варіант відповіді був своєрідною перевіркою компетентності респондентів – адже Лиса гора якраз є нетиповою для Києва територією.

Більшість мешканців Голосіївського району надає перевагу відпочинку в межах ландшафтів, близьких до природних, що гармонійно вписується у бачення Голосієва як найзеленішого району Києва. А серед киян загалом більш популярним є саме духовний та культурний

відпочинок в межах РЛП, що частково пояснюється відсутністю озеленених територій в багатьох районах міста (особливо в центральній його частині, а також в житлових масивах Лівобережжя) або їх незадовільним санітарним та екологічним станом.

Понад 90% киян виступають проти забудови Лисої гори.

Населення Києва налаштоване оптимістично і вважає, що громадськість має важелі впливу на вирішення проблем Лисої гори, в тому числі екологічних. Щоправда, місцеві жителі краще усвідомлюють масштабніший спектр проблем та менші власні можливості щодо їх подолання. При цьому більше двох третин киян готові відвідувати Лису гору при покращенні екологічної ситуації та умов для рекреації. Все ж таки віддаленість від місця проживання людини не є таким потужним лімітуючим фактором.

Висновки. Населення Голосіївського району (як і Києва в цілому) активно використовує територію РЛП «Лиса гора» для різноманітних цілей – прогулянок, пікніків, активного відпочинку, наукових досліджень, духовного вдосконалення тощо. При цьому рекреаційне навантаження на територію парку незначне, хоча і мала кількість відпочиваючих завдає великої шкоди Лисій горі. Кияни уявляють собі Лису гору як покинуту територію з містичним минулим. Для відвідувачів найбільш привабливою видається різноманітність рельєфу та багатство рослинного покриву. Населення Києва в цілому прагне, аби Лису гору перетворили у «справжній» ландшафтний парк (естетично впорядкована територія з елементами ландшафтного дизайну).

Історія та сучасність Лисої гори непогано висвітлені у різноманітних джерелах інформації, але більшість киян не знає, що ця територія охороняється законом. Приємно відзначити, що населення Києва постає цілковито проти забудови Лисої гори або іншого її використання, окрім як в якості природоохоронного та рекреаційного об’єкту. Мешканці зацікавлені у вирішенні екологічних проблем Лисої гори і готові допомагати – брати участь в екологічних заходах, сприяти фінансуванню робіт тощо. На сьогодні вкрай потрібні активні заходи та дії, спрямовані на збереження та охорону природних ландшафтів, історико-культурної спадщини, ефективне використання рекреаційного потенціалу та вирішення наявних і попередження потенційних конфліктів природокористування.

Список використаних джерел:

1. Городяненко В.Г. Соціологія: Підручник / В.Г. Городяненко. – 3-тє вид., доп. – К.: Академія, 2008. – 544 с.
2. Екеева Э.В. Методы географических исследований: Учебное пособие / Екеева Э.В – Горно-Алтайск: РИО ГАГУ, 2010. – 48 с.
3. Гродзинський М.Д. Пізнання ландшафту: місце і простір: Монографія у 2-х т. [Текст] / М.Д. Гродзинський. – К.: Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2005. – Т. 2. – 503 с.
4. Ландшафтне планування в Україні / Л.Г. Руденко, Є.О. Маруняк, О.Г. Голубцов та ін.; під ред. Л.Г. Руденка. – К.: Реферат, 2014. – 144 с.

5. Парнікоза І.Ю. Лиса гора – урочище в плині часу / І.Ю. Парнікоза [Електрон. ресурс]. – Режим доступу: http://www.myslenedrevo.com.ua/uk/Sci/Kyiv/LysaGora.html
6. Паніна Н.В. Технологія соціологічного дослідження: Курс лекцій / Н.В.Паніна – 2-е видання, доповнене. – Київ, 2007. – 320 с.
7. Букач М.М. Основи наукових досліджень у соціальній роботі: Навчальний посібник. / М.М. Букач, Т.С. Попова, Н.В. Клименюк. – Миколаїв: ЧДУ ім. Петра Могили, 2009. – 284 с.
8. Банк даних всеукраїнського перепису населення [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://database.ukrcensus.gov.ua/MULT/Database/Census/databasetree_uk.asp

References:

1. Horodyanenko V.G. Sociology: Textbook / V.G. Horodyanenko. – The 3rd edition, supplemented. – Kyiv: Academy, 2008. – 544 p.
2. Yekeeva Ye.V. Methods of geographical research: Textbook /Ye.V. Yekeeva. – Horno-Altaysk: RIO HAHU, 2010. – 48 p.
3. Hrodzinskyy M.D. The landscape comprehension: place and space: Monograph in 2 volumes [Text] / M.D. Hrodzinskyy. – Kyiv: Publishing and printing center «Kyiv University», 2005. – Vol. 2. – 503 p.
4. Landscape planning in Ukraine / L.G. Rudenko, Ye.O. Marunyak, O.G. Holubtsov and other; edited by L.G.Rudenko. – Kyiv: Referat,2014. – 144 p.
5. Parnikoza I.Yu. Lysa Hora in the flow of time / I.Yu. Parnikoza [Online resource]. – Available to: http://www.myslenedrevo.com.ua/uk/Sci/Kyiv/LysaGora.html
6. Panina N.V. Technology of sociological research: Lecture course / N.V. Panina. – The 2nd edition, supplemented. – Kyiv, 2007. – 320 p.
7. Bukach M.M. Basic principles of research in social work: Textbook / M.M. Bukach, T.S. Popova, N.V. Klymenyuk. – Mykolayiv: Petro Mohyla Black Sea State University, 2009. – 284 p.
8. The databank of all-Ukrainian population census [Online resource]. – Available to: http://database.ukrcensus.gov.ua/MULT/Database/Census/databasetree_uk.asp

ІНФОРМАЦІЯ ПРО АВТОРІВ

1. *Арпуль Оксана Володимирівна* – кандидат технічних наук, доцент, доцент кафедри технології харчування та ресторанного бізнесу, факультет готельно-ресторанного та туристичного бізнесу, Національний університет харчових технологій, м. Київ, Україна, e-mail: kseniya_arp@mail.ru.
2. *Бейдик Олександр Олексійович* – доктор географічних наук, професор, професор кафедри країнознавства та туризму, географічний факультет, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, м. Київ, Україна, e-mail: beydik@mail.ru.
3. *Бондар Наталія Петрівна* – кандидат технічних наук, доцент, доцент кафедри технології харчування та ресторанного бізнесу, факультет готельно-ресторанного та туристичного бізнесу, Національний університет харчових технологій, м. Київ, Україна.
4. *Борисова Оксана Володимирівна* – кандидат географічних наук, доцент кафедри туризму, Національний педагогічний університет імені М.П. Драгоманова, м. Київ, Україна, e-mail: mariaborysova@gmail.com.
5. *Бучко Жанна Іванівна* – кандидат географічних наук, доцент, доцент кафедри географії та менеджменту туризму, географічний факультет, Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича, м. Чернівці, Україна, e-mail: zhanna.buchko@gmail.com.
6. *Ганич Наталія Михайлівна* – асистент кафедри туризму, географічний факультет, Львівський національний університет імені Івана Франка, м. Львів, Україна, e-mail: Hanych@i.ua.
7. *Губеня В'ячеслав Олександрович* – асистент кафедри технології харчування та ресторанного бізнесу, факультет готельно-ресторанного та туристичного бізнесу, Національний університет харчових технологій, м. Київ, Україна, e-mail: gubenya@inbox.ru.
8. *Гавриш Андрій Володимирович* – кандидат технічних наук, доцент, в.о. завідуючого кафедри технології харчування та ресторанного бізнесу, факультет готельно-ресторанного та туристичного бізнесу, Національний університет харчових технологій, м. Київ, Україна, e-mail: aquaaqua2@ya.ru.
9. *Гаталяк Оксана Миколаївна* – асистент кафедри туризму, географічний факультет, Львівський національний університет імені Івана Франка, м. Львів, Україна, e-mail: oksana.hatalyak@gmail.com.ua.
10. *Глібова Юлія Вікторівна* – аспірантка кафедри країнознавства та туризму, географічний факультет, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, м. Київ, Україна, e-mail: july.glibova@gmail.com.
11. *Гурова Дар'я Дмитрівна* – кандидат географічних наук, доцент, доцент кафедри міжнародного туризму, Запорізький національний технічний університет, м. Запоріжжя, Україна, e-mail: pogytkalo@mail.ru.
12. *Гнатів Тетяна Богданівна* – студентка кафедри країнознавства та туризму, географічний факультет, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, м. Київ, Україна, e-mail: tetianahnativ@gmail.com.
13. *Заваріка Галина Михайлівна* – кандидат географічних наук, доцент, Східноукраїнський національний університет імені Володимира Даля, м. Сєвєродонецьк, Україна, e-mail: dgalina_10@mail.ru.
14. *Завадовський Тарас Богданович* – асистент, завідувач навчально-виробничої

лабораторії «Навчальна туристична агенція», географічний факультет, Львівський національний університет імені Івана Франка, м. Львів, Україна.

15. *Зеленська Любов Іванівна* – доктор педагогічних наук, професор, завідуючий кафедрою фізичної та економічної географії, геолого-географічний факультет, Дніпропетровський національний університет імені Олеся Гончара, м. Дніпропетровськ, Україна, e-mail: zelenskili@mail.ru.

16. *Зубик Андрій Ігорович* – аспірант кафедри географії України, географічний факультет, Львівський національний університет імені І. Франка, м. Львів, Україна, e-mail: andrsi_zubik@mail.ru.

17. *Зяблова Анастасія Олександрівна* – студентка кафедри країнознавства та туризму, географічний факультет, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, м. Київ, Україна, e-mail: nastya-zyablova@mail.ru.

18. *Кисельов Юрій Олександрович* – доктор географічних наук, доцент, професор кафедри екології та безпеки життєдіяльності, Уманський національний університет садівництва, м. Умань, Україна, e-mail: kyseljov@ukr.net.

19. *Ковешніков Володимир Сергійович* – кандидат економічних наук, доцент кафедри туристичної та готельної справи, факультет готельно-ресторанного та туристичного бізнесу, Національний університет харчових технологій, м. Київ, Україна.

20. *Коханська Оксана Андріївна* – менеджер туризму Турбюро Ірини Борщенко, м.Київ, Україна, e-mail: shafran735@ukr.net.

21. *Козловський Євген Вікторович* – кандидат наук з державного управління, доцент, доцент кафедри міжнародного туризму, факультет готельно-ресторанного і туристичного бізнесу, Київський національний університет культури і мистецтв, м. Київ, Україна, e-mail: ek2002@bigmir.net.

22. *Коротка Ірина Олександрівна* – студентка кафедри технології харчування та ресторанного бізнесу, факультет готельно-ресторанного та туристичного бізнесу, Національний університет харчових технологій, м. Київ, Україна, e-mail: korotkaya_irina@i.ua.

23. *Каднічанський Дмитро Анатолійович* – кандидат географічних наук, доцент, доцент кафедри туризму, географічний факультет, Львівський національний університет імені Івана Франка, м. Львів, Україна, e-mail: dimakad@ukr.net.

24. *Костюк Іван Васильович* – кандидат технічних наук, доцент, директор Технологічного коледжу, Національний університет «Львівська політехніка», м. Львів, Україна, e-mail: kldintu@arkada-x.com.ua.

25. *Килимчук Анна Анатоліївна* – аспірантка кафедри країнознавства та туризму, географічний факультет, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, м. Київ, Україна, e-mail: elphenok@bigmir.net.

26. *Кириченко Яна Сергіївна* – студентка кафедри країнознавства та туризму, географічний факультет, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, м. Київ, Україна.

27. *Любіцева Ольга Олександрівна* – доктор географічних наук, професор, завідувач кафедри країнознавства та туризму, географічний факультет, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, м. Київ, Україна, e-mail: loa13@ukr.net.

28. *Любачевська Надія Сергіївна* – студентка кафедри технології харчування та ресторанного бізнесу, факультет готельно-ресторанного та туристичного

бізнесу, Національний університет харчових технологій, м. Київ, Україна, e-mail: Lubachevskanadia@mail.ru.
29. *Лявинець Георгій Михайлович* – асистент кафедри технології харчування та ресторанного бізнесу, факультет готельно-ресторанного та туристичного бізнесу, Національний університет харчових технологій, м. Київ, Україна, e-mail: lyavinets@gmail.com.
30. *Михайленко Тетяна Ігорівна* – кандидат географічних наук, асистент кафедри країнознавства та туризму, географічний факультет, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, м. Київ, Україна, e-mail: archy07@ukr.net.
31. *Муха Інна Юріївна* – студентка кафедри технології харчування та ресторанного бізнесу, факультет готельно-ресторанного та туристичного бізнесу, Національний університет харчових технологій, м. Київ, Україна, e-mail: mychainna@gmail.com.
32. *Малиновська Оксана Юріївна* – кандидат географічних наук, доцент, доцент кафедри країнознавства та туризму, географічний факультет,, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, м. Київ, Україна, e-mail: osano@yandex.ua.
33. *Мальська Марта Пилипівна* – доктор економічних наук, професор, завідувач кафедри туризму, географічний факультет, Львівський національний університет імені Івана Франка, м. Львів, Україна, e-mail: malskym@ukr.net.
34. *Неліпа Ксенія Григорівна* – секретар деканату природничо-географічного факультету, Мелітопольський державний педагогічний університет імені Богдана Хмельницького, м. Мелітополь, Україна, e-mail: nelipka@mail.ua.
35. *Павловська Тетяна Сергіївна* – кандидат географічних наук, доцент, доцент кафедри географії, географічний факультет, Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки, м. Луцьк, Україна; e-mail: pavlovska2011@gmail.com.
36. *Пацюк Вікторія Сергіївна* – кандидат географічних наук, доцент кафедри фізичної географії, краєзнавства та туризму, географічний факультет, ДВНЗ «Криворізький національний університет», м. Кривий Ріг, Україна, e-mail: victoriya_patsuk@mail.ru.
37. *Парфіненко Анатолій Юрійович* – кандидат історичних наук, доцент, завідувач кафедри туристичного бізнесу, факультет міжнародних економічних відносин та туристичного бізнесу, Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна, м. Харків, Україна, e-mail: anatolij-parfinenko@yandex.ru.
38. *Павлюченко Олена Станіславівна* – кандидат технічних наук, доцент кафедри технології харчування та ресторанного бізнесу, факультет готельно-ресторанного та туристичного бізнесу, Національний університет харчових технологій, м. Київ, Україна.
39. *Пандяк Ігор Григорович* – кандидат географічних наук, доцент, доцент кафедри туризму, географічний факультет, Львівський національний університет імені Івана Франка, м. Львів, Україна.
40. *Попович Ксенія Вікторівна* – студентка кафедри технології харчування та ресторанного бізнесу, факультет готельно-ресторанного та туристичного бізнесу, Національний університет харчових технологій, м. Київ, Україна, e-mail: lu.bava@hotmail.com.
41. *Савицька Олена Вікторівна* – кандидат географічних наук, доцент, доцент кафедри фізичної географії та геоекології, географічний факультет, Київський

національний університет імені Тараса Шевченка, м. Київ, Україна, e-mail: o.savytska@gmail.com.

42. *Сировець Сергій Юрійович* – кандидат географічних наук, доцент, доцент кафедри країнознавства та туризму, географічний факультет, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, м. Київ, Україна, e-mail: lgtinfo@ukr.net.

43. *Смирнов Ігор Георгійович* – доктор географічних наук, професор, професор кафедри країнознавства та туризму, географічний факультет, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, e-mail: smyrnov_ig@ukr.net.

44. *Сокол Тетяна Георгіївна* – кандидат педагогічних наук, Академія праці, соціальних відносин і туризму, м. Київ, Україна, e-mail: tgsspectour@gmail.com.

45. *Стафійчук Валентин Іванович* – кандидат географічних наук, доцент, доцент кафедри країнознавства та туризму, географічний факультет, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, м. Київ, Україна, e-mail: valikosta@ukr.net.

46. Тертична Юлія Василівна - аспірантка кафедри країнознавства та туризму, географічний факультет, Київський національний університет імені Тараса Шевченка.

47. *Теребух Андрій Андрійович* – доктор економічних наук, доцент, завідувач кафедри туризму, Інститут екології, природоохоронної діяльності та туризму імені В.Чорновола, Національний університет «Львівська політехніка», м. Львів, Україна, e-mail: andriy_terebyh@ukr.net.

48. *Теліш Павло Степанович* – кандидат географічних наук, асистент кафедри раціонального використання природних ресурсів і охорони природи, географічний факультет, Львівський національний університет імені Івана Франка, м. Львів, Україна.

49. *Циганок Євген Юрійович* – студент кафедри фізичної географії та геоекології, географічний факультет, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, м. Київ, Україна.

50. *Цирульнікова Віта Валентинівна* – кандидат технічних наук, доцент кафедри технології харчування та ресторанного бізнесу, факультет готельно-ресторанного та туристичного бізнесу, Національний університет харчових технологій, Україна, Київ, e-mail: Vita-Niki@mail.ru.

51. *Чабанчук Микола Андрійович* – аспірант, географічний факультет, Київський національного університет імені Тараса Шевченка, завідувач туристсько-краєзнавчого відділу, Центр туризму, спорту та екскурсій Волинської Облдержадміністрації, м. Луцьк, Україна.

52. *Чорненька Надія Василівна* – кандидат географічних наук, доцент, доцент кафедри туризму, Інститут екології, природоохоронної діяльності та туризму ім. В.Чорновола, Національний університет «Львівська політехніка», м. Львів, Україна, e-mail: nvchornenka@gmail.com.

53. *Шиян Дар'я Валеріївна* – кандидат географічних наук, старший викладач кафедри фізичної географії, краєзнавства та туризму, географічний факультет, ДВНЗ «Криворізький національний університет», м. Кривий Ріг, Україна, e-mail: shiyan_dv@mail.ru

54. *Шевченко Олена Вадимівна* – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри міжнародного туризму, Запорізький національний технічний університет, м. Запоріжжя, Україна.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

1. *Арпуль Оксана Владимировна* – кандидат технических наук, доцент, доцент кафедры технологии питания и ресторанного бизнеса, факультет гостинично-ресторанного и туристического бизнеса, Национальный университет пищевых технологий, г. Киев, Украина, e-mail: kseniya_arp@mail.ru.
2. *Бейдык Александр Алексеевич* – доктор географических наук, профессор, профессор кафедры страноведения и туризма, географический факультет, Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко, e-mail: beydik@mail.ru, г. Киев, Украина.
3. *Бондарь Наталия Петровна* – кандидат технических наук, доцент, доцент кафедры технологии питания и ресторанного бизнеса, факультет гостинично-ресторанного и туристического бизнеса, Национальный университет пищевых технологий, г. Киев, Украина,
4. *Борисова Оксана Владимировна* – кандидат географических наук, доцент кафедры туризма, Национальный педагогический университет имени М.П. Драгоманова, г. Киев, Украина, e-mail: mariaborysova@gmail.com.
5. *Бучко Жанна Ивановна* – кандидат географических наук, доцент, доцент кафедры географии и менеджмента туризма, географический факультет, Черновицкий национальный университет имени Юрия Федьковича, г. Черновцы, Украина, e-mail: zhanna.buchko@gmail.com.
6. *Ганыч Наталия Михайловна* – ассистент кафедры туризма, географический факультет, Львовский национальный университет имени Ивана Франка, г. Львов, Украина, e-mail: Hanych@i.ua.
7. *Губеня Вьячеслав Олександрович* – ассистент кафедры технологии питания и ресторанного бизнеса, факультет гостинично-ресторанного и туристического бизнеса, Национальный университет пищевых технологий, г. Киев, Украина, e-mail: gubenya@inbox.ru.
8. *Гавриш Андрій Володимирович* – кандидат технических наук, доцент, и.о. заведующий кафедры технологии питания и ресторанного бизнеса, факультет гостинично-ресторанного и туристического бизнеса, Национальный университет пищевых технологий, г. Киев, Украина, e-mail: aquaaqua2@ya.ru.
9. *Гаталяк Оксана Николаевна* – ассистент кафедры туризма, географический факультет, Львовский национальный университет имени Ивана Франко, г. Львов, Украина, *e-mail: oksana.hatalyak@gmail.com.ua.*
10. *Глебова Юлия Викторовна* – аспирантка кафедры страноведения и туризма, географический факультет, Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко, г. Киев, Украина, e-mail: july.glibova@gmail.com.
11. *Гурова Дарья Дмитриевна* – кандидат географических наук, доцент, доцент кафедры международного туризма, Запорожский национальный технический университет, г. Запорожье, Украина, e-mail: pogytkalo@mail.ru.
12. *Гнатив Татьяна Богдановна* – студентка кафедры страноведения и туризма, географический факультет, Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко, г. Киев, Украина, e-mail: tetianahnativ@gmail.com.

13. *Заварика Галина Михайловна* – кандидат географических наук, доцент, Восточноукраинский национальный университет имени Владимира Даля, м. Северодонецк, Украина, e-mail: dgalina_10@mail.ru.
14. *Завадовский Тарас Богданович* – асистент, заведующий учебно-производственной лаборатории «Учебная туристическое агентство», географический факультет, Львовский национальный университет имени Ивана Франко, г. Львов, Украина.
15. *Зеленская Любовь Ивановна* – доктор педагогических наук, профессор, заведующая кафедрой физической и экономической географии, геолого-географический факультет, Днепропетровский национальный университет имени Олеся Гончара, г. Днепропетровск, Украина, e-mail: zelenskili@mail.ru.
16. *Зубык Андрей Игоревич* – аспирант кафедра географии Украины, географический факультет, Львовський национальный университет имени Ивана Франко, г. Львов, Украина, e-mail: andrsi_zubik@mail.ru.
17. *Зяблова Анастасия Александровна* – студентка кафедры страноведения и туризма, географический факультет, Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко, Киев, Украина, e-mail: tetianahnativ@gmail.com.
18. *Киселёв Юрий Александрович* – доктор географических наук, доцент, профессор кафедры экологии и безопасности жизнедеятельности, Уманский национальный университет садоводства, г. Умань, Украина, e-mail: kyseljov@ukr.net.
19. *Ковешников Владимир Сергеевич* – кандидат экономических наук, доцент кафедры туристического и гостиничного бизнеса, факультет гостинично-ресторанного и туристического бизнеса, Национальный университет пищевых технологий, г. Киев, Украина.
20. *Коханская Оксана Андреевна* – менеджер по туризму Турбюро Ирины Борщенко, г.Киев, Украина, e-mail: shafran735@ukr.net.
21. *Козловский Евгений Викторович* – кандидат наук по государственному управлению, доцент, доцент кафедры международного туризма, Киевский национальный университет культуры и искусств, г. Киев, Украина, e-mail: ek2002@bigmir.net.
22. *Короткая Ирина Александровна* – студентка кафедры технологии питания и ресторанного бизнеса, факультет гостинично-ресторанного и туристического бизнеса, Национальный университет пищевых технологий, г. Киев, Украина, e-mail: korotkaya_irina@i.ua.
23. *Кадничанский Дмитрий Анатольевич* – кандидат географических наук, доцент, доцент кафедры туризма, географический факультет, Львовский национальный университет имени Ивана Франко, г. Львов, Украина, e-mail: dimakad@ukr.net.
24. *Костюк Иван Васильович* – кандидат технических наук, доцент, директор Технологического колледжа, Национальный университет «Львовская политехника», г. Львов, Украина e-mail: kldintu@arkada-x.com.ua.
25. *Килимчук Анна Анатолиевна* – аспирантка кафедры страноведения и туризма, географический факультет, Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко, г. Киев, Украина, e-mail: elphenok@bigmir.net.

26.*Кириченко Яна Сергеевна* – студентка кафедры страноведения и туризма, географический факультет, Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко, г. Киев, Украина.

27. *Любицева Ольга Александрова* – доктор географических наук, профессор, заведующий кафедры страноведения и туризма, географический факультет, Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко, г. Киев, Украина, e-mail: loa13@ukr.net.

28.*Любачевская Надежда Сергеевна* – студентка кафедры технологии питания и ресторанного бизнеса, факультет гостинично-ресторанного и туристического бизнеса, Национальный университет пищевых технологий, г. Киев, Украина, e-mail: Lubachevskanadia@mail.ru.

29.*Лявинец Георгий Михайлович* – ассистент кафедры технологии питания и ресторанного бизнеса, факультет гостинично-ресторанного и туристического бизнеса, Национальный университет пищевых технологий, г. Киев, Украина, e-mail: lyavinets@gmail.com.

30.*Михайленко Татьяна Игоревна* – кандидат географических наук, ассистент кафедры страноведения и туризма, географический факультет, Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко, м. Киев, Украина, e-mail: archy07@ukr.net.

31.*Муха Инна Юрьевна* – студентка кафедры технологии питания и ресторанного бизнеса, Национальный университет пищевых технологий, г. Киев, Украина, e-mail: mychainna@gmail.com.

32.*Малиновская Оксана Юрьевна* – кандидат географических наук, доцент, доцент кафедры страноведения и туризма, географический факультет Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко, г. Киев, Украина, e-mail: osano@yandex.ua.

33.*Мальская Марта Филипповна* - доктор экономических наук, профессор, заведующий кафедрой туризма, географический факультет, Львовский национальный университет имени Ивана Франко, г. Львов, Украина,. e-mail: malskym@ukr.net.

34.*Нелипа Ксения Григорьевна* – секретар деканату природничо-географічного факультету, Мелитопольский государственный педагогический университет имени Богдана Хмельницкого, г. Мелитополь, Украина e-mail: nelipka@mail.ua.

35.*Павловская Татьяна Сергеевна* – кандидат географических наук, доцент, доцент кафедры географии, Восточноевропейский национальный университет имени Леси Украинки, г. Луцк, Украина, e-mail: pavlovska2011@gmail.com.

36.*Пацюк Виктория Сергеевна* – кандидат географических наук, доцент кафедры физической географии, краеведения и туризма, географический факультет, ГВУЗ «Криворожский национальный университет», г. Кривой Рог, Украина, e-mail: victoriya_patsuk@mail.ru.

37.*Парфиненко Анатолий Юрьевич* – кандидат исторических наук, доцент, заведующий кафедрой туристического бизнеса, факультет международных экономических отношений и туристического бизнеса, Харьковский национальный университет имени В.Н. Каразина, г. Харьков, Украина, e-mail:

anatolij-parfinenko@yandex.ru.

38. *Пандяк Игорь Григорьевич* – кандидат географических наук, доцент, доцент кафедры туризма, географический факультет, Львовский национальный университет имени Ивана Франко, Украина.

39. *Попович Ксения Викторовна* – студентка кафедры технологии питания и ресторанного бизнеса, факультет гостинично-ресторанного и туристического бизнеса, Национальный университет пищевых технологий, г. Киев, Украина, e-mail: lu.bava@hotmail.com.

40. *Савицкая Елена Викторовна* – кандидат географических наук, доцент, доцент кафедры физической географии и геоэкологии, географический факультет, Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко, г. Киев, Украина, e-mail: o.savytska@gmail.com.

41. *Сыровец Сергей Юрьевич* – кандидат географических наук, доцент, доцент кафедры страноведения и туризма, географический факультет, Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко, г. Киев, Украина, e-mail: lgtinfo@ukr.net.

42. *Смирнов Игорь Георгиевич* – доктор географических наук, профессор, профессор кафедры страноведения и туризма, географический факультет, Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко, г. Киев, Украина, e-mail: smyrnov_ig@ukr.net.

43. *Сокол Татьяна Георгиевна* – кандидат педагогических наук, Академия труда, социальных отношений и туризма г. Киев, Украина, e-mail: tgsspectour@gmail.com.

44. *Стафийчук Валентин Иванович* – кандидат географических наук, доцент, доцент кафедры страноведения и туризма, географический факультет, Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко, г. Киев, Украина, e-mail: valikosta@ukr.net.

45. *Тертычная Юлия Васильевна* – аспирантка кафедры страноведения и туризма, географический факультет, Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко, г. Киев, Украина, e-mail: tertychna@i.ua.

46. *Теребух Андрей Андреевич* – доктор экономических наук, доцент, заведующий кафедрой туризма, Институт экологии, природоохранной деятельности и туризма имени Чорновола, Национальный университет «Львовская политехника», г. Львов, Украина, e-mail: andriy_terebyh@ukr.net.

47. *Телиш Павел Степанович* – кандидат географических наук, ассистент кафедры рационального использования природных ресурсов и охраны природы, географический факультет, Львовский национальный университет имени Ивана Франко, г. Івано-Франковск, Украина.

48. *Павлюченко Елена Станиславовна* – кандидат технических наук, доцент, факультет гостинично-ресторанного и туристического бизнеса, Национальный университет пищевых технологий, г. Киев, Украина.

49. *Цыганок Евгений Юрьевич* – студент кафедры физической географии и геоэкологии, географический факультет, Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко, г. Киев, Украина.

50. *Цырульникова Вита Валентиновна* – кандидат технических наук, доцент кафедры технологии питания и ресторанного бизнеса, Национальный

университет пищевых технологий, г. Киев, Украина. e-mail: Vita-Niki@mail.ru.

51. *Чабанчук Николай Андреевич* – аспірант, географический факультет, Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко, заведующий туристическо-краеведческим отделом, Центр туризма, спорта и экскурсий Волынской облгосадминистрации, г. Луцк, Украина.

52. *Чорненька Надежда Васильевна* – кандидат географических наук, доцент, доцент кафедры туризма, Институт экологии, природоохранной деятельности и туризма имени Чорновола, Национальный университет «Львовская политехника», г. Львов, Украина, e-mail: nvchornenka@gmail.com.

53. *Шиян Дарья Валерьевна* – кандидат географических наук, старший преподаватель кафедры физической географии, краеведения и туризма, географический факультет, ГВУЗ «Криворожский национальный университет», г.. Кривой Рог, Украина, e-mail: shiyan_dv@mail.ru

54. *Шевченко Елена Вадимовна* – кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры международного туризма, Запорожский национальный технический университет. г. Запорожье, Украина.

INFORMATION ABOUT AUTHORS

1. *Arpul Oksana Volodymyrivna* – Candidate of Technology Sciences, Associate Professor, Assistant Professor of Food Technology and restaurant business Department, Faculty of Hotel and Restaurant and Tourism, National University Of Food Technologies, Kyiv, Ukraine, e-mail: kseniya_arp@mail.ru,
2. *Beidyk Oleksandr Oleksiiovych* – Doctor of Geographical Sciences, Professor, Professor of Regional studies and tourism Department, Faculty of Geography, Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv, Ukraine, e-mail: beydik@mail.ru.
3. *Bondar Nataliya Petrovna* – Candidate of Technology Sciences, Associate Professor, Assistant Professor of Food Technology and Restaurant Business Department, National University Of Food Technologies, Kyiv, Ukraine.
4. *Borisova Oksana Volodymyrivna* – Candidate of Geographic Sciences, Associate Professor of Tourism of M.P. Drahomanov, National Pedagogical University, e-mail: mariaborysova@gmail.com, Kyiv, Ukraine.
5. *Buchko Zhanna Ivanivna* – Candidate of Geographic Sciences, Associate Professor, Assistant Professor of Geography and Management of Tourism and Faculty of Geography, Yuri Fedkovich Chernivtsi National University, Chernivtsi, Ukraine, e-mail: zhanna.buchko@gmail.com.
6. *Chabanchuk Mykola Andriiovych* – Postgraduate Student, Faculty of Geography, Taras Shevchenko National University of Kyiv, , Head of Department, Center of tourism, sports and excursions Volyn Regional State Administration, Lutsk, Ukraine.
7. *Chornenka Nadja Vasylivna* – Candidate Of Geography Sciences, Associate Professor, Assistant Professor of tourism Department, National University «Lviv Polytechnic», Lviv, Ukraine, e-mail: nvchornenka@gmail.com.
8. *Glibova Iuliia* Viktorivna – Postgraduate Student of Geography and Tourism Department, Faculty of Geography, Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv, Ukraine, e-mail: july.glibova@gmail.com.
9. *Gurova Darya Dmitrivna* – Candidate of Geography Sciences, Associate Professor, Assistant Professor of International tourism Department, Zaporizhzhya National Technical University, Zaporizhzhya, Ukraine, e-mail: pogytkalo@mail.ru.
10. *Hanych Nataliya Mykhaylivna* – assistant of tourism department, Ivan Franko National University of Lviv, Lviv, Ukraine, e-mail: Hanych@i.ua.
11. *Hubenia Viacheslav Oleksandrovych* – Assistant of Food Technology and Restaurant Business Department, National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine, e-mail: gubenya@inbox.ru.
12. *Havrysh Andrii Volodymyrovych* – Candidate of Engineering Sciences, Associate Professor, Acting Head of Food Technology and Restaurant Business Department, National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine, e-mail: aquaaqua2@ya.ru.
13. *Hatalyak Oksana Mykolaivna* – Lecturer of Tourism Department, Ivan Franko National University of Lviv, Lviv, Ukraine, e-mail: oksana.hatalyak@gmail.com.ua.

14. *Hnativ Tetiana Bohdanivna* – Student of Geography and Tourism Department, Faculty of Geography, Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv, Ukraine, e-mail: tetianahnativ@gmail.com.
15. *Kyselov Iurii Olexandrovych* – Doctor of the Geographical Sciences, Associate Professor, Professor of Ecology and Safety Of Human Activities Department, Uman National University of Horticulture, Uman, Ukraine, e-mail: kyseljov@ukr.net.
16. *Koveshnikov Volodymyr Serhiyovych* – Candidate Of Economic Sciences, Assistant Professor the Department of Tourist and Hotel Business of National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine.
17. *Kohanska Oksana Andriivna* – Travel Manager Travel agency of Irene Borshchenko, Kyiv, Ukraine, e-mail: shafran735@ukr.net.
18. *Kozlovskyi Yevgen Viktorovych* – PhD in Public Administration, associate professor, assistant professor of International Tourism Department, Kyiv National University of Culture and Arts, Kyiv, Ukraine, e-mail: ek2002@bigmir.net.
19. *Korotka Irina Aleksandrovna* – Student, National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine, e-mail: korotkaya_irina@i.ua.
20. *Kadnichanskyy Dmitry Anatoliiovych* – Candidate of Geographical Sciences, Associate Professor, Ivan Franko National University of Lviv, Lviv, Ukraine, e-mail: dimakad@ukr.net.
21. *Kostyuk Ivan Vasylovych* – candidate of Engineering Science, Associate Professor, Technological College of the National University «Lviv Polytechnic», Lviv, Ukraine, e-mail: kldintu@arkada-x.com.ua.
22. *Kylymchuk Anna Anatoliivna* – Postgraduate Student of Geography and Tourism Department, Faculty of Geography, Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv, Ukraine, e-mail: elphenok@bigmir.net.
23. *Kyrychenko Yana Serhiivna* – Student of Geography and Tourism Department, Faculty of Geography, Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv, Ukraine.
24. *Liubachevska Nadia Serhiivna* – Student of Food Technology and Restaurant Business Department, National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine, e-mail: Lubachevskanadia@mail.ru.
25. *Liubitseva Olha Oleksandrivna* – Doctor of Geographic Sciences, Professor, Head of Regional Studies And Tourism Department, Faculty of Geography, Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv, Ukraine, e-mail: loa13@ukr.net
26. *Liavynets Georgii Myhailovych* – Assistant of Food Technology and Restaurant Business Department, National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine, e-mail: lyavinets@gmail.com.
27. *Mykhailenko Tetiana Igorivna* – candidate of geography sciences, assistant of Geography and Tourism Department, Faculty of Geography, Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv, Ukraine, e-mail: archy07@ukr.net.
28. *Mukha Inna Yuriivna* – Student of Food Technology and Restaurant Business Department, National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine, e-mail: mychainna@gmail.com.
29. *Malynovska Oksana Yuriivna* – Candidate of Geography Sciences, Associate Professor, Assistant Professor of Regional Studies and Tourism Department,

Faculty of Geography, Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv, Ukraine, e-mail: osano@yandex.ua.

30. *Malska Marta Pylypivna* – Doctor of Economic Sciences, Professor, Head of Tourism Department, Faculty of Geography, Ivan Franko National University of Lviv, Lviv, Ukraine, e-mail: malskym@ukr.net.

31. Nelipa Kseniia Hryhorivna – Secretary of Dean of the Faculty of Natural Sciences and Geography, Melitopol Bohdan Khmelnytskyi State Pedagogical University, Melitopol, Ukraine, e-mail: nelipka@mail.ua.

32. *Pavlovska Tetyana Serhiivna* – candidate of geography sciences, Associate Professor, assistant professor of Geography Department, Faculty of Geography, Lesya Ukrainka Eastern European National University, Lutsk, Ukraine, e-mail: pavlovska2011@gmail.com.

33. *Patsiuk Viktoriia Serhiivna* – Candidate Of Geography Sciences, assistant professor of physical geography, local history and tourism Department, SIHE "Kryvyi Rih National University", Kryvyi Rih, Ukraine, e-mail: victoriya_patsuk@mail.ru.

34. *Parfinenko Anatoly Yuriiovych* – Candidate of Historical Sciences, associate professor, Head of the Department of Tourism Business, V. N. Karazin Kharkiv National University, Kharkiv, Ukraine, e-mail: anatolij-parfinenko@yandex.ru.

35. *Popovich Ksenia Viktorivna* – Student of Food Technology and Restaurant Business Department, National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine, e-mail: lu.bava@hotmail.com.

36. *Pavluchenko Elena Stanislavovna* – Candidate of Engineering Sciences, Associate Professor, National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine.

37. Smyrnov Igor Georgiyovich – doctor of geography sciences, professor, Professor of Geography and Tourism Department, Faculty of Geography, Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv, Ukraine, e-mail: smyrnov_ig@ukr.net.

38. *Sokol Tetiana Heorhiivna* – Candidate of Pedagogy Sciences, Academy of Labor, Social Relations and Tourism, Kiev, Ukraine, e-mail: tgsspectour@gmail.com.

39. *Stafiichuk Valentyn Ivanovych* – Candidate of Geography Sciences, Associate Professor, Assistant Professor of Regional Studies and Tourism Department, Faculty of Geography, Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv, Ukraine, e-mail: valikosta@ukr.net.

40. *Savytska Olena Viktorivna* – Candidate of Geography Sciences, Associate Professor, Assistant Professor of Physical Geography and Geoecology Department, Faculty of Geography, Taras Shevchenko National University of Kyiv, e-mail: o.savytska@gmail.com.

41. *Syrovets Serhii Yuriiovych* – Candidate of Geography Sciences, Associate Professor, Assistant Professor of Regional Studies and Tourism Department, Faculty of Geography, Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv, Ukraine, e-mail: lgtinfo@ukr.net.

42. Shyian Daria Valeriyivna – Candidate of Geography Sciences, Senior Lecturer of Physical Geography, Local History and Tourism Department, SIHE

"Kryvyi Rih National University", Kryvyi Rih Ukraine, e-mail: shiyan_dv@mail.ru.

43. *Tertychna Yulia Vasilievna* - Postgraduate Student of Regional Studies and Tourism Department, Faculty of Geography, Kyiv National Taras Shevchenko University, Kyiv, Ukraine, e-mail: tertychna@i.ua

44. Terebuh Andrey Andriyovych – Doctor of Economic Sciences, associate Professor, Head of Tourism Department, National University «Lviv Polytechnic», Lviv, Ukraine, e-mail: andriy_terebyh@ukr.net.

45. Tsyganok Eugen Yurievych – Student of Physical Geography and Geoecology Department, Faculty of Geography, Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv, Ukraine, e-mail: o.savytska@gmail.com.

46. Tsyrulnikova Vita Valentynivna – Candidate of Technology Sciences, Assistant Professor of Food Technology and Restaurant Business Department, National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine, e-mail: Vita-Niki@mail.ru.

47. *Telish Pavlo Stepanovych* – Candidate of Geography Sciences, Assistant of Management of Natural Resources and Conservation Department, Faculty of Geography, Ivan Franko National University of Lviv, Lviv, Ukraine.

48. *Pandiak Ihor Hryhorovych* – Candidate of Geography Sciences, Professor, Assistant Professor of Tourism Department, Faculty of Geography, Ivan Franko National University of Lviv, Lviv, Ukraine.

49. *Shevchenko Olena Vadymivna* – Candidate of Economy sciences, Associate Professor, Assistant Professor of International Tourism Department, Zaporizhzhya national technical University, Zaporizhzhya, Ukraine.

50. *Zavarika Halyna Mykhailivna* – Candidate of Geography Sciences, Associate Professor, East Ukrainian National University named after V. Dahl, Severodonetsk, Ukraine, e-mail: dgalina_10@mail.ru

51. *Zavadovsky Taras Bohdanovych* – Assistant, Head of Educational-production Laboratory "Educational travel agency", Faculty of Geography, Ivan Franko National University of Lviv, Lviv, Ukraine, e-mail: taras_zavadovski@mail.ru

52. *Zelenska Lyubov Ivanivna* – Doctor of Pedagogic Sciences , Professor, Head of the Department of Physical and Economic Geography, Oles Honchar Dnipropetrovsk National University, Dnipropetrovsk, Ukraine, e-mail: zelenskili@mail.ru.

53. *Zubyk Andrii Ihorovych* – Post Graduate Student, Geography of Ukraine Department, Faculty of Geography, Lviv national university named after I. Franko, Lviv, Ukraine, e-mail: andrsi_zubik@mail.ru.

54. *Zyablova Anastasia Oleksandrivna* – Student of Geography and Tourism Department, Faculty of Geography, Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv, Ukraine, e-mail: tetianahnativ@gmail.com.

КОЛОНКА РЕЦЕНЗЕНТА

Науковий збірник «Географія та туризм», № 34, присвячений 25-річчю заснування кафедри країнознавства та туризму, містить 33 статті 53 авторів, які представляють провідні вищі навчальні заклади (університети, академії) України. Певне звуження географії дописувачів пояснюється не стільки економічними чинниками, скільки обмеженим значенням достатньо скромної події – ювілея кафедри країнознавства та туризму. В той же час, відносно широке коло авторів, що надіслали свої матеріали до збірника, свідчить про високий рейтинг географічного факультету та повагу до однієї з провідних кафедр з боку професорсько-викладацького складу національних університетів країни, вчених і викладачів інших ВНЗ України.

За чверть століття в збірнику опубліковано близько 1250 статей 1200 авторів, які представляли провідні ВНЗ України (Київ, Львів, Чернівці, Одеса, Дніпропетровськ, Луцьк, Ніжин, Чернігів, Івано-Франківськ, Луганськ, Донецьк, Севастополь, Сімферополь, Тернопіль, Херсон, Кіровоград, Житомир, Мукачеве, Вінниця, Ужгород, Умань, Мелітополь, Рівне та ін.), «близького» (Росія, Білорусь, Азербайджан, Казахстан) та «далекого» (Італія, Польща) зарубіжжя. Ряд авторів збірника – студентів, аспірантів, кандидатів наук, підвищили свій науковий статус, захистили кандидатські, докторські дисертації, отримали наукове звання доцентів і професорів.

В рубриці *«Кафедрі країнознавства та туризму Київського національного університету імені Тараса Шевченка – 25 років!»* представлено 5 статей 8 авторів, серед яких привертають увагу матеріали професорів Любіцевої О.О. (Київський університет) та Мальської М.П. (Львівський університет), які висвітлюють основні здобутки країнознавчого та рекреаційно-туристського напрямів діяльності географічних факультетів Київського та Львівського національних університетів.

В рубриці *«Географія рекреації та туризму: теоретичні та прикладні питання»* представлено 21 стаття 37 авторів з України (університети Києва, Львова, Чернівців, Запоріжжя, Кривого Рогу). Серед поданих матеріалів відзначимо статті Пацюк В.С., Шиян Д.В., присвячені аналізу європейського досвіду розвитку індустріального туризму та Парфіненка А.Ю., в якій розглянуто подієвий туризм як чинник формування туристської привабливості міста. Варто виділити і певне теоретико-практичне новаторство публікацій професора Смирнова І.Г.

В рубриці *«Актуальні проблеми географії»* представлено 7 статей 9 авторів столичного та регіональних наукових центрів України (Київ, Львів, Мелітополь, Умань). На увагу заслуговує стаття д.г.н. Ю.О. Кисельова, в якій вперше з екогеософічних позицій розглянуто суспільно-географічні проблеми Донбасу, а при характеристиці Луганськo-Донецького регіону

враховано і особливості, пов'язані із сучасною українсько-російською війною.

Ознайомлення з матеріалами, які надійшли до збірника, дозволяє «озвучити» деякі дискусійні моменти, побажання та зауваження:

- *певна невідповідність в ряді матеріалів в між задекларованою назвою статті* (яка, власне, є метою публікації) *та науковою новизною*, між метою публікації та результатами попередніх напрацювань (так, стаття Т.Г. Сокол присвячена «проблемам профпідготовки кафдрів екскурсоводів…», що, на нашу думку, могло б мати більш скромну назву, яка вкладається не в «проблеми», а в «деякі аспекти», адже проблема в широкому розумінні – складне теоретичне або практичне питання, для вирішення якого необхідні в т.ч. і міждисциплінарні зусилля; в меті автор зазначає: «Стаття присвячена проблемам визначення сутності та змісту роботи екскурсоводів та гідів-перекладачів» і з цього випиває запитання: а що, до сьогодні сутність та зміст роботи екскурсоводів та гідів-перекладачів ніким не визначалася? Не існує робіт М.О. Гейніке, Б.Є. Райкова, Б.В. Ємельянова (останнього автор згадує в публікації, але посилань на його роботи не дає). Зважаючи на ряд класифікаторів та стандартів, які наведені в використаних джерелах, виникає питання а чи відповідають один одному форма (назва публікації) та зміст (текст публікації) поданого матеріалу?
- *помилки при посиланнях* на праці українських та зарубіжних вчених (статті Глібової Ю.В. «Аналіз поглядів на вивчення туристичної дестинації: суспільно-географічний аспект», Тертичної Ю.В. «Показники діяльності туристичних підприємств закарпатської області у 2014 році»), певні історичні постатті (стаття Савицької О.В., Циганка Є.Ю. «регіональний ландшафтний парк «Лиса Гора» очима киян»), які свідчать про те, що автори публікацій або відповідні праці не вивчали, або про поверховість при опрацюванні відповідного матеріалу;
- *некоректні або помилкові визначені УДК:* майже 50% статей, що надійшли до збірника, містять невірні або занадто загальні УДК, які не віддзеркалюють предмет-обєктної сутності виконаних досліджень, натомість, кодування поданого матеріалу є невідємним елементом статті, ознакою її ідентифікації та положення в строкатій мережі географічних досліджень; деякі статті мають не відредаговані, занадто довгі назви, в ряді статтей географічний елемент назви не орієнтує на відповідний регіон України, трапляються матеріали, назви яких наврядчи можна вважати науковими (статті Пацюк В.С., Шиян Д.В. Теліша П.С., Каднічанського Д.А., Завадовського Т.Б., Борисова О.В., Павловської Т.С., Чабанчука М.А., Тертичної Ю.В.); трапляються статті, фрагменти яких мають описовий характер;

- *помилкове або некоректне визначення виду діяльності або явища:* на нашу думку будь-яка туристська діяльність є пізнавальною, тому озвучення такої позиції, як «пізнавальний туризм» є не доречним (стаття д.пед.наук, проф. Зеленської *Л.І.*);
- *в ряді публікацій висновки не стикуються з окреслиними завданнями* (матеріали Теліша П.С., КаднічанськогоД.А., Завадовського Т.Б, Смирнова І.Г., Гнатів Т.Б.*)*;
- *низький рівень та недоопрацьованість ілюстративного та картографічного забезпечення подаих матеріалів* (наочність складає близько 15%, а картографічні сюжети – близько 2% обсягу поданого матеріалу; «сирою» та недосконалою є схема «Типологія основних видів подій» (стаття Парфіненка А.Ю. «Подієвий туризм як чинник формування туристичної привабливості міста»), адже розмаїття подієвих видів значно більше, ніж те що, віддзеркалює схема (кулінарні фестивалі, туристські, книжкові ярмарки та салони, ярмарки вакансій тощо).

В той же час, заради об’єктивності оцінки якості матеріалів збірника, слід наголосити, що зазначені недоліки та висловлені побажання не знижують достатньо високого наукового-теретичного та практичного рівня поданих до нього статей.

Бейдик О.О., доктор географічних наук, професор,
професор кафедри країнознавства та туризму
Київського національного університету
імені Тараса Шевченка

ЗМІСТ

І. КАФЕДРІ КРАЇНОЗНАВСТВА ТА ТУРИЗМУ КИЇВСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА – 25 років !

Любіцева О.О. КАФЕДРА КРАЇНОЗНАВСТВА ТА ТУРИЗМУ КИЇВСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО УНІВЕРСИТЕТУ ІМЕНІ ТАРАСА ШЕВЧЕНКА У СТАНОВЛЕННІ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ…… 3

Бейдик О.О., Сировець С.Ю., Зяблова А.О. УКРАЇНСЬКИЙ ТУРИЗМ: ПРИХОВАНІ МОЖЛИВОСТІ ТА СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ……... 12

Мальська М.П., Пандяк І.Г. ІСТОРІЯ СТАНОВЛЕННЯ ТА СУЧАСНИЙ РОЗВИТОК ТУРИЗМОЛОГІЇ У ЛЬВІВСЬКОМУ НАЦІОНАЛЬНОМУ УНІВЕРСИТЕТІ ІМЕНІ ІВАНА ФРАНКА…… 26

Зеленська Л.І. КОНСТРУЮВАННЯ НАВЧАЛЬНОГО ПРОЦЕСУ ПРИ ПІДГОТОВЦІ СПЕЦІАЛІСТІВ У ПІЗНАВАЛЬНОМУ ТУРИЗМІ……. 36

Сокол Т.Г. ПРОБЛЕМИ ПРОФЕСІЙНОЇ ПІДГОТОВКИ КАДРІВ ЕКСКУРСОВОДІВ І ГІДІВ-ПЕРЕКЛАДАЧІВ ДЛЯ СФЕРИ ТУРИЗМУ УКРАЇНИ……... 42

ІІ. ГЕОГРАФІЯ РЕКРЕАЦІЇ ТА ТУРИЗМУ: ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРИКЛАДНІ ПИТАННЯ

Смирнов І.Г., Михайленко Т.І. ПРО ВИЗНАЧЕННЯ РІВНЯ ТУРИСТИЧНОЇ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ КРАЇН СВІТУ……. 49

Ковешніков В.С., Попович К.В. ПРОБЛЕМИ УПРАВЛІННЯ ТЕХНОЛОГІЧНИМИ ІННОВАЦІЯМИ В ТУРИЗМІ……... 64

Заваріка Г.М. РОЛЬ МЕНТАЛІТЕТУ У РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ……... 75

Малиновська О.Ю., Коханська О.А. ТУРИСТИЧНА ПОЛІТИКА ПОЛЬЩІ: ПРІОРИТЕТНІ НАПРЯМКИ, СТРАТЕГІЯ І ТАКТИКА…….. 82

Пацюк В.С., Шиян Д.В. АНАЛІЗ ЄВРОПЕЙСЬКОГО ДОСВІДУ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ ІНДУСТРІАЛЬНОЇ СПАДЩИНИ ЗАДЛЯ ЙОГО ПОДАЛЬШОЇ АПРОБАЦІЇ В УКРАЇНІ…… 93

Глібова Ю.В. АНАЛІЗ ПОГЛЯДІВ НА ВИВЧЕННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ДЕСТИНАЦІЇ: СУСПІЛЬНО-ГЕОГРАФІЧНИЙ АСПЕКТ……. 103

Гурова Д.Д., Шевченко О.В. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ АВІАЦІЙНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ…… 114

Смирнов І.Г. ІНТИМ-ТУРИЗМ ПО-РАДЯНСЬКИ: МІЖНАРОДНИЙ ТА ВНУТРІШНІЙ ВИМІР……. 124

Бучко Ж.І. ТРАНСКОРДОННІ МАРШРУТИ ІСТОРИКО-ЕТНОГРАФІЧНОГО ТУРИЗМУ НА БУКОВИНІ…… 137

Парфіненко А.Ю. ПОДІЄВИЙ ТУРИЗМ ЯК ЧИННИК ФОРМУВАННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ МІСТА…… 144

Козловський Є.В. ОСОБЛИВОСТІ ВИБОРУ ОРГАНІЗАЦІЙНО-ПРАВОВОЇ ФОРМИ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА В УКРАЇНІ…….. 154

Смирнов І.Г., Гнатів Т.Б. НЕЙМІНГ В ТУРИЗМІ: УКРАЇНСЬКИЙ ТА СВІТОВИЙ ДОСВІД…… 165

Чорненька Н.В. Теребух А.А., Костюк І.В. ЕКОЛОГІЧНИЙ НАПРЯМ ПОСИЛЕННЯ КОНКУРЕНТОСПРОМОЖНОСТІ РЕГІОНАЛЬНОГО ТУРИЗМУ…….. 173

Теліш П.С., Каднічанський Д.А., Завадовський Т.Б. ЗНАЧЕННЯ ДОБРОМИЛЬСЬКОГО ВАСИЛІАНСЬКОГО МОНАСТИРЯ ДЛЯ РОЗВИТКУ ПАЛОМНИЦЬКОГО ТУРИЗМУ…….. 182

Борисова О.В. ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЛІТЕРАТУРНОГО ТА РЕЛІГІЙНОГО ТУРИЗМУ НА ГАДЯЧЧИНІ…… 191

Павловська Т.С., Чабанчук М.А. МУЗЕЇ ПРИ ЗАГАЛЬНООСВІТНІХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДАХ ВОЛИНСЬКОЇ ОБЛАСТІ: ХОРОЛОГІЧНИЙ ТА ХРОНОЛОГІЧНИЙ АСПЕКТИ…… 200

Тертична Ю.В. ПОКАЗНИКИ ДІЯЛЬНОСТІ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ ЗАКАРПАТСЬКОЇ ОБЛАСТІ У 2014 РОЦІ…… 213

Ганич Н.М. РЕГІОНАЛЬНІ ОСОБЛИВОСТІ РОЗВИТКУ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА ЛЬВІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ……. 218

Муха І. Ю., Лявинець Г.М., Губеня В.О., Гавриш А.В. ОСОБЛИВОСТІ НАДАННЯ ДОДАТКОВИХ ПОСЛУГ У ГОТЕЛЯХ ДІЛОВОГО ПРИЗНАЧЕННЯ……. 228

Арпуль О.В., Цирульнікова В.В. Любачевська Н.С. СУЧАСНА СИСТЕМА ЕНЕРГОЗБЕРЕЖЕННЯ В ГОТЕЛЯХ…… 233

Коротка І.О., Бондар Н.П., Павлюченко О.С., Губеня В.О. ВИКОРИСТАННЯ СУЧАСНИХ ТЕХНОЛОГІЙ ОЗЕЛЕНЕННЯ В УРБАНІСТИЧНОМУ ГОТЕЛІ…… 241

ІІ. АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ ГЕОГРАФІЇ

Кириченко Я.С., Стафійчук В.І. ПРІОРИТЕТНІ НАПРЯМИ ЗОВНІШНЬОЇ ПОЛІТИКИ ЧЕСЬКОЇ РЕСПУБЛІКИ В ЦЕНТРАЛЬНІЙ ЄВРОПІ…….. 250

Кисельов Ю.О. ЕКОЛОГО-ГЕОСОФІЧНІ АСПЕКТИ ВИВЧЕННЯ ЛЮДСЬКОГО ПРОСТОРУ СТАРОПРОМИСЛОВИХ РЕҐІОНІВ РЕСУРСНОГО ТИПУ (НА ПРИКЛАДІ ДОНБАСУ)…… 258

Зубик А.І. ДЖЕРЕЛА СУСПІЛЬНО-ГЕОГРАФІЧНОГО ДОСЛІДЖЕННЯ УКРАЇНСЬКОЇ ДІАСПОРИ…… 265

Килимчук А.А. КИТАЙСЬКО-УКРАЇНСЬКА СПІВПРАЦЯ ЯК ФАКТОР ЕНЕРГЕТИЧНОЇ БЕЗПЕКИ УКРАЇНИ……. 286

Гаталяк О.М. ДЕМОГРАФІЧНІ ЧИННИКИ ФОРМУВАННЯ ВОЛИНІ ЯК ІСТОРИКО-ГЕОГРАФІЧНОГО РЕГІОНУ…… 294

Неліпа К.Г. ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ РИНКУ ПРАЦІ МЕЛІТОПОЛЬСЬКОГО РАЙОНУ……. 304

Савицька О.В., Циганок Є.Ю. РЕГІОНАЛЬНИЙ ЛАНДШАФТНИЙ ПАРК «ЛИСА ГОРА» ОЧИМА КИЯН…….. 313

ІНФОРМАЦІЯ ПРО АВТОРІВ……..……... 321

КОЛОНКА РЕЦЕНЗЕНТА……... 334

СОДЕРЖАНИЕ

КАФЕДРЕ СТРАНОВЕДЕНИЯ И ТУРИЗМА КИЕВСКОГО НАЦИОНАЛЬНОГО УНИВЕРСИТЕТА ИМЕНИ ТАРАСА ШЕВЧЕНКО - 25 ЛЕТ!

Любицева О.А. КАФЕДРА СТРАНОВЕДЕНИЯ И ТУРИЗМА КИЕВСКОГО НАЦИОНАЛЬНОГО УНИВЕРСИТЕТА ИМЕНИ ТАРАСА ШЕВЧЕНКО В СТАНОВЛЕНИИ ТУРИЗМА В УКРАИНЕ…… 3

Бейдык А.А., Сыровец С.Ю., Зяблова А.А. УКРАИНСКИЙ ТУРИЗМ: СКРЫТЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ И СОВРЕМЕННЫЕ ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ…… 12

Мальськая М.Ф., Пандяк И.Г. ИСТОРИЯ СТАНОВЛЕНИЯ И СОВРЕМЕННОЕ РАЗВИТИЕ ТУРИЗМОЛОГИИ ВО ЛЬВОВСКОМ НАЦИОНАЛЬНОМ УНИВЕРСИТЕТЕ ИМЕНИ ИВАНА ФРАНКО……. 26

Зеленская Л.И. КОНСТРУИРОВАНИЕ УЧЕБНОГО ПРОЦЕССА ПРИ ПОДГОТОВКЕ СПЕЦИАЛИСТОВ В ПОЗНАВАТЕЛЬНОМ ТУРИЗМЕ……. 36

Сокол Т.Г. ПРОБЛЕМЫ ПРОФЕССИОНАЛЬНОЙ ПІДГОТОВКИ КАДРОВ ЭКСКУРСОВОДОВ И ГИДОВ-ПЕРЕВОДЧИКОВ ДЛЯ СФЕРЫ ТУРИЗМА УКРАИНЫ……. 42

I. ГЕОГРАФИЯ РЕКРЕАЦИИ И ТУРИЗМА: ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ ВОПРОСЫ

Смирнов И.Г., Михайленко Т.И. ОБ ОПРЕДЕЛЕНИИ УРОВНЯ ТУРИСТИЧЕСКОЙ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ СТРАН МИРА……. 49

Ковешников В.С. Попович К.В. ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИМИ ИННОВАЦИЯМИ В ТУРИЗМЕ…… 64

Заварика Г.М. РОЛЬ МЕНТАЛИТЕТА В РАЗВИТИИ ТУРИЗМА……. 75

Малиновская О.Ю. Коханская О.А. ТУРИСТИЧЕСКАЯ ПОЛИТИКА ПОЛЬШИ: ПРИОРИТЕТНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ, СТРАТЕГИЯ И ТАКТИКА 82

Пацюк В.С., Шиян Д.В. АНАЛИЗ ЕВРОПЕЙСКОГО ОПЫТА РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА ИНДУСТРИАЛЬНОГО НАСЛЕДИЯ ДЛЯ ЕГО ДАЛЬНЕЙШЕЙ АПРОБАЦИИ В УКРАИНЕ……... 93

Глебова Ю.В. АНАЛИЗ ВЗГЛЯДОВ НА ИЗУЧЕНИЕ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ДЕСТИНАЦИИ: ОБЩЕСТВЕННО-ГЕОГРАФИЧЕСКИЙ АСПЕКТ…… 103

Гурова Д.Д., Шевченко Е.В. ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ АВИАЦИОННОГО ТУРИЗМА В УКРАИНЕ……... 114

Смирнов И.Г. ИНТИМ-ТУРИЗМ ПО-СОВЕТСКИ: МЕЖДУНАРОДНОЕ И ВНУТРЕННЕЕ ИЗМЕРЕНИЕ……. 124

Бучко Ж.И. ТРАНСГРАНИЧНЫЕ МАРШРУТЫ ИСТОРИКО-ЭТНОГРАФИЧЕСКОГО ТУРИЗМА НА БУКОВИНЕ…… 137

Парфиненко А.Ю. СОБЫТИЙНЫЙ ТУРИЗМ КАК ФАКТОР ФОРМИРОВАНИЯ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТИ ГОРОДА 144

Козловский Е.В. ОСОБЕННОСТИ ВЫБОРА ОРГАНИЗАЦИОННО-ПРАВОВОЙ ФОРМЫ ТУРИСТИЧЕСКОГО ПРЕДПРИЯТИЯ В УКРАИНЕ 154

Смирнов И.Г. Гнатив Т.Б. НЕЙМИНГ В ТУРИЗМЕ: УКРАИНСКИЙ И МИРОВОЙ ОПЫТ…… 165

Чорненька Н.В., Теребух А.А., Костюк И.В. ЭКОЛОГИЧЕСКОЕ НАПРАВЛЕНИЕ УСИЛЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ

РЕГИОНАЛЬНОГО ТУРИЗМА…….. 173
Телиш П.С., Кадничанський Д. А., Завадовский Т.Б. ЗНАЧЕНИЕ ДОБРОМЫЛЬСКОГО ВАСИЛИАНСКОГО МОНАСТЫРЯ ДЛЯ РАЗВИТИЯ ПАЛОМНИЧЕСКОГО ТУРИЗМА…….. 182
Борисова О.В. ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ЛИТЕРАТУРНОГО И РЕЛИГИОЗНОГО ТУРИЗМА НА ГАДЯЧЧИНЕ……. 191
Павловская Т. С., Чабанчук Н.А. МУЗЕИ ПРИ ОБЩЕОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЯХ ВОЛЫНСКОЙ ОБЛАСТИ: ХОРОЛОГИЧЕСКИЙ И ХРОНОЛОГИЧЕСКИЙ АСПЕКТЫ…… 200
Тертычная Ю. В. ПОКАЗАТЕЛИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТУРИСТИЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ ЗАКАРПАТСКОЙ ОБЛАСТИ В 2014 ГОДУ…….. 213
Ганыч Н.М. РЕГИОНАЛЬНЫЕ ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ГОСТИНИЧНОГО ХОЗЯЙСТВА ЛЬВОВСКОЙ ОБЛАСТИ…….. 218
Муха И.Ю., *Лявинец Г.М., Губеня В.О., Гавриш А.В.* ОСОБЕННОСТИ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ ДОПОЛНИТЕЛЬНЫХ УСЛУГ В ГОСТИНИЦАХ ДЕЛОВОГО НАЗНАЧЕНИЕ…….. 228
Арпуль О.В., Цырульникова В.В., Любачевская Н.С. СОВРЕМЕННАЯ СИСТЕМА ЭНЕРГОСБЕРЕЖЕНИЯ В ОТЕЛЯХ…….. 233
Короткая И.А., Бондарь Н.П., Павлюченко Е.С., Губеня В.А. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СОВРЕМЕННІХ ТЕХНОЛОГИЙ ОЗЕЛЕНЕНИЯ В УРБАНИСТИЧЕСКОМ ОТЕЛЕ…….. 241

II. АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ГЕОГРАФИИ

Кириченко Я.С., Стафийчук В.И. ПРИОРИТЕТНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ВНЕШНЕЙ ПОЛИТИКИ ЧЕШСКОЙ РЕСПУБЛИКИ В ЦЕНТРАЛЬНОЙ ЕВРОПЕ……. 250
Киселёв Ю.А. ЭКОЛОГО-ГЕОСОФИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ИЗУЧЕНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО ПРОСТРАНСТВА СТАРОПРОМЫШЛЕННЫХ РЕГИОНОВ РЕСУРСНОГО ТИПА (НА ПРИМЕРЕ ДОНБАССА)……... 258
Зубык А.И. ИСТОЧНИКИ ОБЩЕСТВЕННО-ГЕОГРАФИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ УКРАИНСКОЙ ДИАСПОРЫ…… 265
Килимчук А.А. КИТАЙСКО-УКРАИНСКОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО КАК ФАКТОР ЭНЕРГЕТИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ УКРАИНЫ……. 286
Гаталяк О.Н. ДЕМОГРАФИЧЕСКИЕ ФАКТОРЫ ФОРМИРОВАНИЯ ВОЛЫНИ КАК ИСТОРИКО-ГЕОГРАФИЧЕСКОГО РЕГИОНА……... 294
Нелипа К.Г. ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ РЫНКА ТРУДА МЕЛИТОПОЛЬСКОГО РАЙОНА…….. 304
Савицкая Е.В., Цыганок Е.Ю. РЕГИОНАЛЬНЫЙ ЛАНДШАФТНЫЙ ПАРК «ЛЫСАЯ ГОРА» В ПРЕДСТАВЛЕНИИ КИЕВЛЯН…… 313

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ……...… 321
КОЛОНКА РЕЦЕНЗЕНТА……...… 334

LIST OF CONTENTS

GEOGRAPHY AND TOURISM DEPARTMENT TARAS SHEVCHENKO NATIONAL UNIVERSITY OF KYIV - 25 YEARS!

Lyubitseva O.O. THE ROLE OF REGIONAL STUDIES AND TOURISM DEPARTMENT OF TARAS SHEVCHENKO NATIONAL UNIVERSITY OF KYIV IN THE FORMATION OF TOURISM IN UKRAINE……... 3
Beydyk O.O., Syrovets S.Y., Zyablova A.A. UKRAINIAN TOURISM: HIDDEN OPPORTUNITIES AND CURRENT TRENDS…… 12
Malska V.F., Pandiak I.G. FORMATION AND HISTORY OF MODERN DEVELOPMENT TURIZMOLOGIYA IN LVIV UNIVERSITI…… 26
Zelenska L.I. CONSTRUCTION OF THE EDUCATIONAL PROCESS IN THE PREPARATION OF SPECIALISTS IN EDUCATIONAL TOURISM…… 36
Sokol T.G. VOCATIONAL TRAINING OF GUIDE-INTERPRETER SAND CONDUCTORS FOR TOURISM IN UKRAINE…….. 42

I. GEOGRAPHY OF RECREATION AND TOURISM: THEORETICAL AND APPLIED ISSUES

Smyrnov I.G., Mikhailenko T.I. DEFINITION OF TOURISM COMPETITIVENESS OF THE WORLD'S COUNTRIES……... 49
Koveshnikov V.S., Popovich K.V. PROBLEMS OF TECHNOLOGICAL INNOVATION IN TOURISM……... 64
Zavarika H.M. ROLE OF MENTALITY IN THE DEVELOPMENT OF TOURISM……... 75
Malynovska O.Y., Kohanska O.A. TOURIST POLICY OF POLAND: PRIOPITIES, STRATEGY AND TACTICS……. 82
Patsiuk V.S., Shyian D.V. ANALYSIS OF EUROPEAN EXPERIENCE OF INDUSTRIAL HERITAGE TOURISM FOR FURTHER TESTING IN UKRAINE……... 93
Glibova I.V. ANALYSIS OF VIEWS ON THE TOURISM DESTINATION STUDY: HUMAN-GEOGRAPHICAL ASPECT……. 103
Gurova D.D., Shevchenko O.V. PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF AIR TOURISM IN UKRAINE…… 114
Smyrnov I.G. SEX-TOURISM IN THE SOVIET TIMES: INTERNATIONAL AND DOMESTIC DIMENSION……... 124
Buchko Z.I. ROUTES OF TRANSBOUNDARY HISTORICAL AND ETHNOGRAPHIC TOURISM IN BUKOVINA…….. 137
Parfinenko A.Y. EVENT TOURISM AS A FACTOR FOR THE FORMATION OF TOURISM ATTRACTION IN THE CITY…….. 144
Kozlovskyi Y.V. THE FEATURES OF SELECTION THE LEGAL FORM OF TOURISM ENTERPRISES IN UKRAINE……... 154
Smyrnov I.G., Hnativ T.B. NAMING IN TOURISM: UKRAINAIAN AND INTERNATIONAL EXPERIENCE……... 165
Chornenka N.V., Terebuh A.A.,, Kostyuk I.V. ECOLOGICAL DIRECTION OF REGIONAL TOURISM COMPETITIVENESS……. 173
Telish P.S., Kadnichanskyy D.A. Zavadovsky T.B. VALUE DOBROMYL BASILIAN MONASTERY DEVELOPMENT PILGRIMAGE TOURISM……. 182

Borisova O.V. PROSPECTS OF DEVELOPMENT OF LITERARY AND RELIGIOUS TOURISM IN GADYACH REGION…….. 191
Pavlovska T. S. Chabanchuk M.A. MUSEUMS IN SECONDARY SCHOOLS OF VOLYN REGION. HOROLOGICAL AND CHRONOLOGICAL ASPECTS…… 200
Tertychna Y.V. PERFORMANCE INDICATORS TOURIST ENTERPRISES OF ZAKARPATTYA REGION IN 2014……... 213
Hanych N.M. REGIONAL FEATURES OF THE HOTEL INDUSTRY DEVELOPMENT IN LVIV REGION……... 218
Mukha I.Y., Liavynets G.M., Hubenia V.O., Havrysh A.V. FEATURES PROVISION OF ADDITIONAL SERVICES IN THE HOTEL BUSINESS PURPOSES……. 228
Arpul O.V., Tsyrulnikova V.V., Liubachevska N.S. MODERN ENERGY SYSTEM IN HOTELS……... 233
Korotka I.A., Bondar N.P., Pavluchenko E.S., PhD, Gubenya V.A. USING MODERN GARDENING TECHNOLOGIES IN URBAN HOTELS……. 241

II. GEOGRAPHY: TOPICAL ISSUES CURRENT PROBLEMS

Kyrychenko Y.S., Stafiichuk V.I. PRIORITY DIRECTIONS OF CZECH REPUBLIC'S FOREIGN POLICY IN CENTRAL EUROPE…….. 250
Kyselov I.O. ECOLOGICAL AND GEOSOPHICAL ASPECTS OF STUDYING HUMAN SPACE OF THE OLD INDUSTRIAL REGIONS OF THE RESOURCE TYPE (EXAMPLE OF DONBAS)..... 258
Zubyk A.I. THE SOURSE OF HUMAN-GEOGRAPHICAL RESEARCHING UKRAINIAN DIASPORA……. 265
Kylymchuk A.A. HINESE-UKRAINIAN COOPERATION AS A FACTOR OF ENERGY SECURITY IN UKRAINE…… 286
Hatalyak O.M. DEMOGRAPHICAL FACTORS IN VOLYN REGION ESTABLISHING…… 294
Nelipa K.H. PROBLEMS OF FORMING OF LABOUR-MARKET OF MELITOPOL DISTRICT…….. 304
Savytska O.V., Tsyganok E.Y. REGIONAL LANDSCAPE PARK «LYSA HORA» IN THE IMPRESSION OF THE KYIV POPULATION……. 313

INFORMATION ABOUT AUTHORS……. 321

REVIEWER COLUMN…… 334