

І. ГЕОГРАФІЯ РЕКРЕАЦІЇ ТА ТУРИЗМУ: ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРИКЛАДНІ ПИТАННЯ

УДК: 339.9:338.46(1-925.8/9)

Рутинський Михайло Йосипович,
кандидат географічних наук, доцент
Топорницька Марія Ярославівна,
кандидат географічних наук, доцент

Львівський інститут економіки і туризму,
м. Львів, Україна, e-mail: rytynskij@ua.fm
Львівський торговельно-економічний
університет, м. Львів, Україна, e-mail:
Topornytska_maria@i.ua

СУСПІЛЬНО-ГЕОГРАФІЧНИЙ АНАЛІЗ СУЧАСНИХ ТЕНДЕНЦІЙ, ПРОБЛЕМ І ПЕРСПЕКТИВ ВІДРОДЖЕННЯ ПАЛІТРИ БРЕНДОВИХ ДЕСТИНАЦІЙ ЕТНОФЕСТИВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ У ЗАХІДНОМУ РЕГІОНІ УКРАЇНИ В КРИЗОВИХ РЕАЛІЯХ СЬОГОДЕННЯ

Метою дослідження є аналіз тенденцій, проблем і перспектив розвитку етнофестивального туризму в західному регіоні України в кризових реаліях сьогодення.

Методика. У дослідженні використано метод соціологічного дослідження, методи порівняння, аналізу та синтезу, метод узагальнення.

Результати. Охарактеризовано географічні та соціально-економічні перспективи розвитку етнофестивалів і дестинацій етнофестивального туризму у західному регіоні України, розкрито проблеми та особливості організації етнофестивального туризму в регіоні.

Наукова новизна. Визначено пріоритетні напрямки розвитку етнічних фестивалів у регіоні з метою приваблення додаткових туристичних потоків та сприяння розвитку етнічної культури.

Практична значимість. Запропоновано конкретні рекомендації щодо перспективного розвитку етнофестивального туризму в регіоні.

Ключові слова: етнічний туризм, етнофестиваль, етнофестивальний туризм, географія етнофестивалів, розвиток, регіон, туристичні потоки, фестивальні тури.

УДК: 339.9:338.46(1-925.8/9)

Рутинский Михаил Иосипович,
кандидат географических наук, доцент
Топорницкая Мария Ярославовна,
кандидат географических наук, доцент

Львовский институт экономики и туризма,
г. Львов, Украина, e-mail: rytynskij@ua.fm
Львовский торгово-экономический
университет, г. Львов, Украина, e-mail:
Topornytska_maria@i.ua

ОБЩЕСТВЕННО-ГЕОГРАФИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ СОВРЕМЕННЫХ ТЕНДЕНЦИЙ, ПРОБЛЕМ И ПЕРСПЕКТИВ ВОЗРОЖДЕНИЯ ПАЛИТРЫ БРЕНДОВЫХ ДЕСТИНАЦИЙ ЕТНОФЕСТИВАЛЬНОГО ТУРИЗМА В ЗАПАДНОМ РЕГИОНЕ УКРАИНЫ В СОВРЕМЕННЫХ КРИЗИСНЫХ РЕАЛИЯХ

Целью исследования является анализ тенденций, проблем и перспектив развития етнофестивального туризма в западном регионе Украины в нынешних кризисных реалиях.

Методика. В исследовании использован метод социологического исследования, методы сравнения, анализа и синтеза, метод обобщения.

Результаты. Охарактеризованы географические и социально-экономические перспективы развития этнофестивалей и дестинаций этнофестивального туризма в западном регионе Украины, раскрыты проблемы и особенности организации этнофестивального туризма в регионе.

Научная новизна. Определены приоритетные направления развития этнических фестивалей в регионе с целью привлечения дополнительных туристических потоков и содействия развитию этнической культуры.

Практическая значимость. Предложены конкретные рекомендации по перспективному развитию этнофестивального туризма в регионе.

Ключевые слова: этнический туризм, этнофестиваль, этнофестивальный туризм, география этнофестивалей, развитие, регион, туристические потоки, фестивальные туры.

UDC: 339.9:338.46(1-925.8/9)

Rutynskiyi Mikhailo Yosypovych,
PhD in Geography, associate professor,
Topornytska Maria Yaroslavivna,
PhD in Geography, associate professor,

Lviv Institute of Economy and Tourism,
Lviv, Ukraine, e-mail: rytynskij@ua.fm
Lviv Trade and Economic University, Lviv,
Ukraine, e-mail: Topornytska_maria@i.ua

***SOCIAL AND GEOGRAPHIC ANALYSIS OF MODERN TENDENCIES,
PROBLEMS AND PROSPECTS FOR THE REVIVAL OF THE PALETTE OF
BRAND DESTINATIONS OF ETHNO-FESTIVAL TOURISM IN THE
WESTERN REGION OF UKRAINE IN THE CURRENT CRISIS REALITIES***

The aim of the study is to analyze trends, problems and prospects for the development of ethno-festival tourism in the western region of Ukraine in the current crisis realities.

Methods. The study used the method of statistical analysis, the methods of analysis and synthesis, comparative method, synthesis method.

Results. The geographical and socio-economic prospects for the development of ethno-festivals and destinations of ethno-festival tourism in the western region of Ukraine are described, the problems and peculiarities of the organization of ethno-festival tourism in the region are revealed.

Scientific novelty. Priorities for the development of ethnic festivals in the region have been identified in order to attract additional tourist flows and promote the development of ethnic culture.

Practical significance. Concrete recommendations on the future development of ethno-festival tourism in the region are proposed.

Keywords: ethnic tourism, ethnic festival, ethno-festival tourism, geography of ethno-festivals, development, region, tourist flows, festival tours.

Постановка проблеми. Автентична етнічна культура регіону здатна викликати у потенційних туристів сильний спонукальний мотив до мандрівки. Тому ми переконані, що збереження етнокультурного надбання і його активна фестивально-туристична репрезентація мають вирішальне значення для стійкого залучення туристичних потоків і збереження популярності місцевостей і осередків традиційного етнокультурного туризму.

Однією з головних ознак культурного простору України і її західного регіону зокрема за останні десятиріччя є надзвичайно швидке поширення й розкорінення етнофестивального руху, формування модних етнофестивальних дестинацій, поява упізнаваних брендів фестивального туризму. Починаючи з 1990-х років фестивальний рух збував місцеві громади та охопив практично всі міста і навіть села. Причинами, що спровокували фестивальний “бум”, стало прагнення розширити етнокультурні здобутки та ширше презентувати мистецьку спадщину України.

Піку активності етнофестивальний туризм – як окремий феномен соціокультурно-дозвілєвої активності українців – сягнув у 2004–2012 рр. Власне, з початку XXI століття етнофестивальний туризм в Україні визрів у потужне соціокультурне явище сучасності. А дедалі динамічніше ускладнення його територіальної організації дало матеріал географам для предметного вивчення географії фестивальних дестинацій та дослідження низки актуальних суспільно-географічних тенденцій і процесів просторово-часової організації етнофестивального туризму.

Наукове вивчення вище зазначеної проблематики вимагає від географів, які осмислюють етнокультурні явища і процеси у геопросторовому вимірі, використання сукупності методів декількох наук та потребує залучення суміжних наукових напрямів: туризмології, культурології, етнології, етнографії, антропогеографії і т. і.

Аналіз останніх досліджень і публікацій з цієї проблематики свідчить про дедалі зростаючу увагу науковців країни до висвітлення окремих питань поступу етнофестивального туризму в Україні. Праці узагальнюючого й регіонального характеру з цієї проблематики щороку публікуються на шпальтах вітчизняних наукових збірників [див., напр., 1, 2, 4–8 та ін.]. Етнокультурна проблематика здавна перебуває в полі зору науковців – культурологів, туризмологів, етногеографів. Актуальність цієї теми невичерпна, що викликано активізацією процесу “етнічного ренесансу”, зокрема, української нації. Проблемам формування і розвитку етнонаціональних спільнот України та ефективності використання культурно-пізнавального (етнокультурного) туризму регіонів України присвячено окремі дослідження вітчизняних учених: О.І. Амоші, В.Ф. Кифяка, О.О. Любіцевої, Є.В. Панкової, А.Ю. Парфінєнка, І.С. Посохова, Л.М.Ільїна, М.М. Лаврук, Р.М. Лозинського, М.Й. Рутинського, Н.М. Паньків, Т.Ю. Лужанської, А.Т. Каприва, Н.А. Городецької, О.В. Лобової, І.В. Шевчук, С.С. Махлинець, Л.І. Тебляшкіна, Т. Олексійчук та інших.

Цілі дослідження: з позиції суспільної географії актуалізувати напрацювання в царині аналізу розвитку етнофестивального туризму у західному регіоні України до та після 2013 року, а відтак, висвітлити авторські зауваги щодо актуальних питань його розвитку в кризових реаліях сьогодення.

Виклад основного матеріалу. Ознайомлення зі звичаями, побутом, культурою народу іншої країни, з її історією і етнічними надбаннями

спонукає до міжетнічного порозуміння та консолідації довкола спільних гуманістичних цінностей. Саме цим цілям служить етнофестивальний туризм [6, 11].

Етнофестивалі за останні 15 років перетворилися у загальновизнану туристичну візитівку західного регіону України, один з найпринадніших та комерційно найперспективніших напрямків залучення іноземних і внутрішніх туристів у регіон. Вони спрямовані на ретрансляцію туристам місцевих традицій, відновлення та збереження етнокультурно-мистецького надбання, на розвиток та популяризацію звичаїв і обрядів, автентичного фольклору тощо. Адже всі ми живемо в мультинаціональному середовищі, і кожна народність має свою неповторність, культуру, історію, традиційні види занять, притаманні для певної місцевості. Етнофестивалі України присвячуються певному роду занять, обряду або навіть продукту і, як правило, відбуваються в традиційний час, відповідно до визначних подій в житті громади – збору врожаю, закінчення посту чи повернення горян з полонин. Найважливіше, що вони сприяють відродженню народних традицій, стилю життя в гармонії з природою та економічному розвитку місцевих громад.

Етнофестивальний туризм, який щороку набуває дедалі більшої популярності (що зумовлено більшою збереженістю етнокультурних традицій), у ХХІ столітті стає одним з найважливіших секторів туристичного господарства західного регіону України [7]. Після появи в регіоні низки нових етнофестивалів, помітно зросла зацікавленість туристів саме до цього виду відпочинку.

Фестивальний туризм охоплює дві різні категорії мандрівників:

- глядачів;
- учасників конкурсів, концертів, обслуговуючий персонал та ін.

Молодь у віці 18-25 років є найперспективнішим сегментом етнофестивального туризму, оскільки цей сегмент надає перевагу недорогим подорожам із невисоким комфортом і активним відпочинком. Цей сегмент потенційних споживачів становить близько 16 % від загальної кількості населення регіону. За результатами проведеного нами опитування, на цю категорію припадає 74% вибіркової групи опитаних гостей літніх етнофестивалів Львівської області.

Можна прослідкувати тенденцію (за даними кількох сезонів соціологічного опитування вибірки гостей), що 8% респондентів відвідують 3-5 фестивалів на рік, менше 3 заходів відвідує 24%, а більше 10 фестивалів відвідує всього лише 8% опитаних. Щодо кількості днів, якій віддають перевагу потенційні відвідувачі, то це – 2-3 дні, за це віддало свої голоси 96% опитаних.

Місце проведення більшості етнофестивалів (етнофестивальна туристична дестинація) приурочене до певного туристичного ресурсу чи об'єкту. Найбільше етнофестивалів проводиться в місті Лева, оскільки Львів нагадує музей просто неба, у ньому міститься понад дві тисячі історичних, архітектурних і культурних пам'яток. Також, це місто завжди

відіграло роль значного історичного, культурного, політичного й економічного центру. Поза Львовом у потужні регіональні центри етнофестивального туризму буквально за останнє десятиріччя “виросли” такі міста як Ужгород, Мукачеве, Виноградів, Рахів, Івано-Франківськ, Яремче, Ворохта, Верховина, Коломия, Трускавець, Дрогобич, Славське, Моршин, Яворів, Тернопіль, Заліщики, Рівне, Луцьк та ін.

З кожним роком у календарі туристичних подій у західному регіоні України залишається дедалі менше білих плям, не позначених проведенням якогось фестивального дійства. До війни доходило до того, що в окремі сезони впродовж одного вікенду у межах регіону відбувалися дві (а то і три) рівноцінні за хедлайнерсько-вартісною шкалою етнофестивально-туристичні події.

У книзі “Зелений туризм” львівські науковці М. Й. Рутинський і Ю. В. Зінко виділяють такі турпродукти зеленого й етнокультурного туризму в Карпатському регіоні:

- культурні тури майстернями народних умільців;
- етнокультурні тури з відвідуванням цікавих атракцій (етнографічних об’єктів);
- етнофестивальні тури, які активізують сільськогосподарські народні традиції та поєднуються з релігійними та самобутніми святами.

Етнофестивалі актуалізують увагу молодого покоління українців до традиційних, часто-густо призабутих чи проігнорованих історико-культурних туристичних ресурсів, розпорошених поза модними центрами масового туризму з їх багатою гастрономічною і розважальною (тусівочною) інфраструктурою. До прикладу, за останні роки вже чимало т.зв. брендових, цебто реально популярних серед туристично активної молоді етнофестивалів Львівської області розташовуються в околі таких традиційних центрів притягання туристичних потоків:

- осередків компактного проживання певної етнічної групи (Бойківський фестиваль в Турці, “Карпатія” в Трускавці),
- замків (Свірж, Старе Село, Золочів),
- старовинних монастирів (Підкамінь, Лаврів, Крехів, Унів),
- атракційних залишків оборонних фортифікацій (“Фортмісія” в с. Поповичах) і літописних міст Давньої Русі (фестиваль в Звенигороді, “Тустань” у с. Уричі) тощо.

Сучасний країномовний сегмент Інтернету й соцмережі ряхтіють десятками усталених, доволі широко відомих серед туристично-активної молоді брендів етнофестивалів та етнофестивальних DESTINATIONІВ західного регіону України. Це предмет окремого дослідження.

Усталеними, добре знайомими поціновувачам подієвого туризму етнофестивальними брендами Західної України за роки мирного розвитку країни стали: Всесвітні бойківські фестини “З чистих джерел” (м. Турка), “Бойківська ватра” (м. Долина), “Бойківська Дрогобиччина” (с. Нагуєвичі), “Карпатія” (м. Львів і м. Трускавець), “Великдень у Космачі” (с. Космач), “Я люблю Карпати” (сmt. Славське), “Дзвони Лемківщини” (м.

Монастирок), “Підкамінь” (с. Підкамінь), “Львів – столиця ремесел” і “Дзвони Покрови” (м. Львів), “Карпатський вернісаж” (м. Івано-Франківськ), міжнародні Гуцульські фестивалі 1991-2018 рр. та інші.

Популярність і вагоме міжнародне визнання здобули *етнофестивалі національних культур*: фестиваль словацької народної пісні і танцю (с. Середнє, Закарпаття), фестиваль етнічної музики “Тайстра Чугайстра” (м. Львів), фестиваль румунського народного мистецтва (с. Біла Церква, Рахівський р-н), українсько-чеський фольклорний фестиваль “Колочавське відлуння Тересовлянської долини” (с. Колочава, Міжгірський р-н), фестиваль національних культур “Букова віть” (м. Чернівці), фестиваль культур народів світу “Етновир” (м. Львів), фестиваль культур національних меншин “Мелодії соляних озер” (с. Солотвино, Тячівський р-н) та інші.

У повноцінній дестинації масового етнотуристичного паломництва “виросли” *фестивалі-свята (дійства)*, присвячені традиційним релігійно-обрядовим подіям українського календаря: “Великдень у Космачі”; “Ой, радуйся земле”, “Велика коляда”, “Спалах Різдвяної зівіди”, “Фестиваль вертепів”, “Велика Гаївка”; “Святий Миколай дарує свято” та інші.

Підвищений інтерес у туристів традиційно викликають *гастрономічні фестивалі*: основною “родзинкою” яких є представлення національної кухні та дегустація окремих страв, напоїв. Серед них: “Борщ’їв” (м. Борщів, Тернопільщина), фестиваль дерунів (м. Коростень, Житомирщина), фестиваль кави (м. Львів), “Фестиваль меду” (у понад двох десятках селищ і містечок України), свято “Бойківського меду” (м. Долина), фестиваль чаю (м. Золочів), “Гуцульська бринза” (м. Рахів), “Верховинське сало” (с. Міжгір’я, Закарпаття), “Гуцульська ріпа” (с. Лазенщина, Закарпаття), “Свято пампуха” (м. Львів), “Берлибанський банош” (с. Костилівці, Рахівського р-ну), “Червене вино” (м. Мукачеве), винний фестиваль (м. Берегове), фестиваль шоколаду (м. Львів) та інші.

Дестинаціями пріоритетної уваги кола прихильників історії рідного краю за останнє десятиріччя стали місця проведення фестивалів історичної реконструкції, котрі відтворюють (за концепцією “жива історія”) окремі історичні події та періоди, органічно поєднують історичні реконструкції з етнокультурними заходами та спортивними змаганнями.

Поки центральні канали телебачення з року в рік нав’язують українцям розважально-гумористичні шоу виключно у форматі домінування концертів “русскоязычного юмора Украины” і вип’ячують на зірковий п’єдестал апологетів “м’якої” медійно-розважально-культурної русифікації країни, поза цими високими сценами, серед величі рідної природи, твориться інший пласт сучасної живої гумористичної культури народу, який не цурається ні своєї мови, ні її багатющого народно-гумористичного надбання. До прикладу, заслуженою увагою туристичного товариства (і передусім, соціально активної молоді) упродовж останнього десятиріччя користуються такі туристично-резонансні дійства як *етнофестивалі сатири та гумору*:

- фольклорно-етнографічний фестиваль “Захарецький Гарчик” (с. Підзахаричі, Путильський р-н, Чернівеччина);
- фестиваль гумору та сатири “Бербиницьи фіглів” (с. Ясіня, Рахівський р-н);
- міжнародний фестиваль українського гумору “Карпатський словоблуд” (м. Ужгород, корчма-музей “Деца у нотаря”) тощо.

Практика організації туристичними фірмами регіону подієвих турів проявила ще одну цікаву тенденцію. З року в рік зростає особливе зацікавлення пересічних туристів і організованих груп курортників до новомодних дестинацій, де можна зануритися у неповторну веремію жвавого опенейр-дійства *професійно-ремісничих етнофестивалів* на кшталт:

- міжнародний фестиваль соломникарського мистецтва “Сніп” (м. Луцьк);
- свято виноробів – фестиваль “Червене вино” (м. Ужгород);
- свято бджолярів “Свято бойківського меду” (м. Дрогобич);
- свято пекарів: свято хліба (м. Львів);
- фестиваль пивоварів – “Львівське пиво” (м. Львів);
- міжнародний симпозіум гутників “Львів – столиця гутників”;
- свято вівчарів “Проводи на полонину”, “Полонинське літо” (Рахівський р-н, Верховинський р-н);
- міжнародний фестиваль ковалів “Замкові ворота” (м. Львів);
- фестиваль ковалів “Гамора” (с. Лисичеве, Закарпаття);
- фестиваль-з’їзд писанкарів (с. Космач, Коломийський р-н).

За нашими підрахунками на початку 2010-их років в Україні щороку відбувалося понад пів тисячі масових фестивалів етнокультурного спрямування. Географія і масштаби туристично-фестивального руху щороку зростали. Так, лише в 2012 р. у культурно-масових фестивальних заходах взяло участь близько 9,5 млн місцевих мешканців і туристів. У тім числі, на Львівщині, де туристи традиційно складають близько 60 - 70 % гостей кожного туристичного фестивалю, у 2012 р. їх кількість упритул наблизилася до позначки в 1 млн. гостей.

Революція гідності та розпалювання президентом РФ гібридної українсько-російської війни призвели до тимчасового масштабного згортання туристично-фестивального руху в Україні в 2014 році.

Тогоріч уперше не відбувся Всеукраїнський лемківський фестиваль “Дзвони Лемківщини”. Його проводили 15 років поспіль на Тернопільщині, спершу у червні, потім у серпні. На свято в урочище Бичова поблизу райцентру Монастириської традиційно з’їжджалися тисячі лемків з усього світу. 2014-го року мав відбутися уже 16-й фестиваль лемківської культури. Його очікували майже 30 тисяч гостей. Чому ж відмінили етнофестиваль, що вже давно став міжнародною туристичною візитівкою нашої країни, подією інтер-національного масштабу, внесеною у календар провідних туристичних подій у туррегіоні “Європа”? Доречно процитувати слова Голови Всеукраїнського товариства “Лемківщина”

Анатолія Венгриновича, бо в них – причина і мотивація згорання цілої низки етнофестивально-туристичних масових дійств у містах і селах України.

“Як і всі громадяни України, ми розуміємо, що веселитися у такий час – непристойно. Ми переживали, коли почалася АТО. Надіялися, усе швидко закінчиться. Але військові дії досі тривають, люди гинуть щодня. До мене дзвонили лемки з усього світу. Люди навіть спеціально приїжджали з Іспанії, Італії, Франції. Вони планували відпустки наперед, хотіли потрапити на фестиваль. Однак, не судилося” – йдеться в заяві Голови Всеукраїнського товариства “Лемківщина” [3].

2014-го року наймасовіший молодіжний етнофестиваль “Підкамінь”, який протягом семи років збирав до 20–25 тис. туристів на Бродівщині, скасували (організатори натомість зробити Вечір культурного гуртування молоді України).

На вимогу громадськості скасували проведення улюбленого серед киян і гостей з інших куточків України туристичного етнофестивалю “Ніч на Івана Купала” на Дніпрі в Черкасах.

І таких прикладів відміни чи перенесення на наступні роки популярних серед туристів етнофестивалів України – понад три сотні.

Загалом, у травні – вересні 2014 року в умовах українсько-російської війни було скасовано або суттєво скорочено в плані розважальних заходів такі *брендові туристичні фестивалі України* як: II Чемпіонат бограчу, Косонь (1-2 травня), Фестиваль етно-джазу «Флюгери Львова», Львів (1-4 травня), Черемош-фест, с. Криворівня, Івано-Франківська область (2-4 травня), Рок-фестиваль Lviv Spring Fest, Львів (3 травня), VIII Дитячий фестиваль, Львів (16-18 травня), Весняний фестиваль “Три дні в саду”, Київ (16-18 травня), III міжнародний фестиваль середньовічної культури “Срібний Татош”, Чинадієво, Закарпаття (17-18 травня), Київський міжнародний фестиваль короткометражних фільмів, Київ (21-25 травня), фестиваль “Стрічка”, Київ (23 травня), Шульц-фест, Дрогобич, Львівська область (26-30 травня), Чемпіонат України з історичного середньовічного бою “Зов Героїв Г”, Парк Київська Русь, Київ (31 травня-1 червня), “Парад культур” – Дні культур народів світу, Парк Київська Русь, Київ (31 травня-3 червня), Міське свято їжі, Київ (6-8 червня), Альфа джаз фест, Львів (12-14 червня), Київський фестиваль вогню, Київ (13-14 червня), Міжнародний фестиваль “Гості Древнього Києва XV ст.”, Парк Київська Русь, Київ (20-22 червня), Leopold Grand Prix Festival, Львів (26-29 червня), III Гастрономічний Фестиваль «Львів на тарілці», Львів (27-29 червня), Музичний етнофестиваль TheBestCity.UA, Дніпропетровська область (27-29 червня), Фестиваль камерної музики у Карпатах, Буковель, Яремче, Івано-Франківськ (3-11 липня), Рок-фестиваль “Тарас Бульба”, Дубно (4-6 липня), Підкамінь, Львівська область (18-20 липня), Міжнародний фестиваль короткометражних фільмів Wiz-Art 2014, Львів (23-28 липня), День Святого князя Володимира. “День Хрещення Русі”, Парк Київська Русь, Київ (26-27 липня), Захід, Львівська область (15-17 серпня),

Міжнародний фестиваль культури та історії “Билини Древнього Києва IX-XI ст.”, Парк Київська Русь, Київ (15-17 серпня), Міжнародний фольклорний фестиваль “Етновир 2014”, Львів (20-24 серпня), “Свята та обряди Древньої Русі”, Парк Київська Русь, Київ (23 серпня), Відкритий турнір з верхової стрільби з лука за кубок Древнього Києва, Парк Київська Русь, Київ (30-31 серпня), MERIDIAN CZERNOWITZ, Чернівці (5-7 вересня), Фестиваль Respublica, Кам’янець-Подільський (5-7 вересня) та інші.

У кризових реаліях сьогодення (синергетичного ефекту воєнних, політичних, економічних, демографічно-міграційних, психоемоційних потрясінь) етнофестивальний туризм України віднедавна став на шлях відродження улюблених брендів і центрів етнотуристичного притягання та подальшого розширення географії новомодних подієво-етнокультурних дестинацій.

З одного боку, на заваді поступу досі стоять моральні дилеми. 2019 – уже шостий рік, як триває війна, шостий рік, коли чи не щокожної днини Українське радіо й інші мас-медіа повідомляють про чергових Захисників України, які віддали життя на східному фронті в ім’я того, щоб по цей бік окопів всі ми не відчували жахить війни та не обмежували своє туристичне дозвілля – подорожували, пізнавали, жили повноцінним життям. Щороку на тисячі особистостей зростає чисельність тих, хто не повернувся з фронту, і тих, у кого не повернулися батько, брат чи сестра, чоловік, син, родич, близький приятель із сусідньої вулиці, усі ті, з кими пам’ять асоціює донедавні спільні поїздки на ті чи інші фестивальні імпрези.

З іншого боку, якраз саме тепер масові етнокультурно-туристичні заходи, що збирають тисячі відвідувачів з різних, почасти зрусіфікованих і розчарованих у державотворчому процесі регіонів України, є тим цементом, що консолідує сучасних українців від Ужгорода до Маріуполя, що збудує серця небайдужих українців, а відтак спонукає їх змінювати Україну на краще. Міжнародні етнофестивалі, у т. ч. включені у календарі CIOF (Conseil International des Organization de Festivals et d'Arts Traditionnelles) як імпрези світового масштабу, якраз саме тепер є одним з найважливіших чинників і найпромовистіших констант утвердження іміджу України в світі як держави з високорозвиненою культурою, розмаїтою палітрою заходів традиційного і сучасного мистецтва, насиченим календарем імпрез етноподієвого туризму.

Лідери місцевих громад нині дедалі активніше повертаються до ідеї організації культурно-масових заходів для краян і усіх прибулих туристів з метою продемонструвати, що країна рухається вперед, що всупереч прагненню інтервентів психоемоційно надламати українців, останні не опускають рук долу, а відроджують і малі сільські етнофестини, і етнофестивалі всеукраїнського чи міжнародного масштабу. Скажімо, добрим прикладом порозуміння між місцевою владою й громадськими активістами стало проведення 5.07.2015 року у сесійній залі Львівської

міськради фахового тренінгу “Фестивальний туризм як перспективна ніша розвитку внутрішнього туризму”.

Інший приклад. Резонансною позитивною звісткою з України на тлі засилля кривавих новин зі східного фронту у польських мас-медіа в 2015 році були анонси і туристичні репортажі польських журналістів про колоритний Фестиваль карпатської туристичної культури “Черемош-фест - 2015”. З 24 по 26 липня в с. Криворівня (найпоетизованішій столиці Гуцульщини) нуртував фестиваль, що зібрав до 10 тис. відвідувачів і презентував розмаїття програм туристичного дозвілля у долині Черемоша, а також програму молодіжного музичного етнодрайву за участю таких іменитих хедлайнерів як KozakSystem, LosColorados, КораЛЛі, ДримбаДаДзига та ін.

Цього 2018-го р. в Українських Карпатах з рекордним розмахом відлунав XXV Міжнародний гуцульський фестиваль. Гостей фестивалю приймали і Яремче, і Ворохта, і Татарів, і Микуличин, і Поляниця. І за кількістю етнотуристів, і за тривалістю, і за новозареєстрованими рекордами це етнотуристичне дійство перевершило попередні Міжнародні гуцульські фестивалі довоєнної доби.

Фестиваль тривав нон-стоп аж цілих дев’ять діб. Причому, кожен день гостей принаджували нова локація, нові рекорди та імпрези. На фестивалі зареєстровано чергові звершення у Книгу Національного Реєстру Рекордів України. А саме: найтриваліше виконання гуцульського танцю аркан (65 хв.), а також – наймасовіше частування стравами гуцульської кухні, приготованими на вогні (просто неба у с. Поляниці). Ще один Національний рекорд України в рамках гуцульського фестивалю встановили в селі Микуличин під час свята “Полонинський клич”, де зібралася рекордна кількість чабанів. На полонині Горган разом зішлося 37 ватаг (пастухи, сировари), які колоритно представили туристам усе розмаїття різновидів карпатських сирів.

Натомість, в Яремче численним туристам відтворено автентичне обрядове весільне дійство (відтворено всі етапи гуцульського весілля – від благословення нареченої та нареченого, танців старост із деревцями – до обрядодійств вінчання та завивання молодої).

Географія туризму України характеризуються значними територіальними диспропорціями. Ще десятиріччя тому масштаб і тренди цих диспропорцій у кількісному вимірі було предметно висвітлено М. Рутинським і В. Пантелей у спеціальній публікації [12]. За останні роки відставання окремих регіонів за низкою показників розвитку туризму від регіонів-лідерів лише поглибилося.

Географія етнофестивального туризму, натомість, демонструє сучасну тенденцію динамічного заміщення “білих плям” туристичної карти краю новими етнофестивально-туристичними дестинаціями, подієво-мистецькими локаціями, новими брендами туристичної промоції сіл, селищ і містечок нашої країни. Проілюструємо цей уваги вартий факт

на прикладі Рівненщини – області із традиційно низькими показниками віддачі масового туризму.

Упродовж першого півріччя 2018 р. Рівненщина вельми успішно (судячи з репортажів у пресі) реалізувала можливості додаткового залучення туристичних потоків шляхом запровадження нових фестивально-туристичних продуктів.

23.05.2018 р. у селі Хотин Рівненського району відгомонів молодіжний пригодницький етнофест “Вогняна сова”. Формат: триденний туристичний фестиваль просто неба, що поєднує активний відпочинок із сучасними надбаннями фольк- та рок-музиканти, а також живими традиціями поліського декоративно-ужиткового мистецтва.

28.05.2018 р. понад 5 тис. відвідувачів консолідував колоритний поліський етно-тур-фест “Бурштиновий шлях”. Організатори запропонували гостям краю провести вікенд у справжньому поліському селі, пізнати автентичний побут жителів Полісся, скуштувати традиційні українські страви, взяти участь в туристично-спортивних забавах, у т. ч. скористатися унікальною нагодою проїхатись раритетною вузькоколійною залізницею за маршрутом “Антонівка-Зарічне” (турбренд – Поліський трамвай).

Новою локацією для сотень поціновувачів атмосфери “справжнього етно” стало заснування громадою села Буца Здолбунівського району етно-еко-фестивалю “Буца папороть” над заводами р. Збитинки у магічні 6-7 липня 2018 р. Для туристів поліщуки підготували цікаві обрядові театралізовані дійства, а також спортивні та розважальні імпрези в стилі етно. А брендом-символом фестивалю став рідкісний вид папороті (гронянка багатороздільна), що проростає в околицях цього села.

Статус головної сцени справжньої нової української музики й естрадного етношоу 13-15.08.2018 р. вкотре утвердив легендарний Рок-фестиваль “Тарас Бульба” в м. Дубно. Втім, його насичену програму не транслювали центральні канали українського телебачення. Тим часом на окремих з них транслювалися музичні шоу іншого штибу з розпіареними “зірками”-виконавцями здебільшого неукраїномовних пісень та кліпів.

А 29.08.2018 р. на Рівненщині зібралися команди дитячих туристичних клубів для участі у фестивалі, що має метою виховувати нові покоління туристично активної і вихованої на традиційних цінностях молоді – запоруки нашого майбутнього. Дитячий етно-еко-туристичний фестиваль “Новомалинська Любава” у с. Новомалин Острозького району уже слід ставити за приклад успішної реалізації сучасної концепції дитячої рекреації в літній період. Концепція фестивалю інтегрувала арт-локації різного профілю, спортивно-туристичні ігри та квести, майстер-класи та конкурси, а також справжнє родинне туристичне таборування просто неба, польову школу української традиційної кухні, ярмарок-презентації майстрів ужиткового мистецтва, дитячі етнодискотеки.

Підводячи підсумки, окреслимо перспективи відродження й подальшого урізноманітнення палітри брендівих дестинацій

етнофестивального туризму у західному регіоні України в кризових реаліях сьогодення.

З-поміж усіх видів туризму етнофестивальний туризм якісно вирізняється насамперед своєю метою – довести, що нам, українцям, є що запропонувати унікального як пересічному туристові, так і туристові з вибагливим смаком.

На нашу думку, етнофестивальний туризм в державі у 2015–2018 рр. зазнав нового потужного імпульсу розвитку, а тому і надалі збагачуватиметься новими ексклюзивними туристичними продуктами.

Чільні умови розвитку етнофестивального туризму на сучасному етапі:

- зростання інтересу як українських, так і іноземних туристів;
- традиційні святкування, які можна перенести у формат масового дійства:
 - християнські та дохристиянські свята представників етнічних груп і різних етногеографічних локацій;
 - місцева кухня, зацікавлення якою в Європі в умовах глобалізації й урбанізації зростає щороку.
- визнання на рівні регіональної і місцевої влади етнофестивального туризму одним із пріоритетних напрямків туризму;
- сприяння очільників місцевого самоврядування та ініціативи нової генерації місцевих громадських активістів;
- мальовничість краю, наявність значної туристично-ресурсної основи для формування конкурентоздатних й оригінальних продуктів подієвого туризму.

Подальший розвиток етнофестивального туризму слід розцінювати як один з ринково ефективних локомотивів розвитку економічної, соціальної, туристичної інфраструктури регіонів і господарського комплексу загалом. Адже розвиток етнофестивального туризму передбачає створення широкого спектру послуг для туристів під час фестивальних подорожей. Це, зокрема, такі послуги:

- доставка туристів у місце проведення фестивалю;
- розміщення туристів (готелі, мотелі, кемпінги і т.і., створення і забезпечення функціонування наметових містечок);
- забезпечення туристів харчуванням (кейтерінг, організація польової кухні і виїзної торгівлі продовольчими товарами, кафе, продуктові лотки і т.і.);
- PR, брендинг, промоція і реклама фестивалю. Медійно-інформаційне та поліграфічне забезпечення заходів;
- збут фестивально-туристичного продукту (послуги туристичних агентств і інших точок з продажу квитків);
- задоволення культурних потреб туристів (відвідування визначних пам'яток, музеїв і виставок і т.і.);

- місцевих територіальних громад із розміщення та задоволення утилітарних потреб туристів;
- майстрів народних ремесел, представників творчих спілок, історичних клубів та інших громадських організацій із організації дозвілля й фестивальних розваг (концерти, майстер-класи тощо);
- торгових підприємств, як загального, так і спеціального призначення (продаж сувенірів, буклетів, листівок, путівників, предметів туристичного спорядження);
- адміністративних органів, служб охорони, волонтерів тощо.

Висновки. Узагальнюючи, можемо констатувати, що етнофестивальний туризм на протидію кризовим реаліям сьогодення уже виконує важливу функцію в розвитку господарського комплексу західного регіону України, оскільки:

- збільшує місцеві доходи;
- створює нові робочі місця;
- сприяє розвитку галузей, орієнтованих на виробництво туристичних послуг;
- розвиває соціальну і виробничу інфраструктуру в місцях проведення фестивалів;
- оптимізує психоемоційний стан і активізує соціальну віддачу економічно активного населення держави;
- створює позитивний імідж та здійснює туристичну промоцію регіону;
- збільшує валютні надходження в бюджет областей і країни загалом.

У реаліях сьогодення масові етнофестивально-туристичні заходи в Україні відіграють вагомий роль у консолідаційно-державотворчому процесі. А на міжнародному рівні вони є найважливішими репрезентантами України в світі як держави з високорозвиненою культурою, традиційним і сучасним мистецтвом [13, 14]. Ба більше, окремі наші етнофестивали є візитними картками нашої країни у світі, цебто вагомим чинником залучення потоків іноземних туристів.

У довоєнну епоху інформацію про культурно-мистецький поступ України у царині організації етнофестивалів міжнародна спільнота черпала з низки спеціальних видань та медіа-контентів. Маємо пишатися, що PR-інформація про провідні інтернаціональні етнотуристичні імпрези України ще донедавна була представлена на шпальтах офіційних видань CIOFF у колі провідних фольклорно-мистецьких дійств нашої етнічно строкатої планети (див., зокрема, CIOFF annual report 2012 [9] та CIOFF Festivals Calendar 2013 [10]). Відновити якнайширшу поліканальну міжнародну PR-репрезентацію та медійну промоцію розмаїття етнокультурно-подієво-туристичних дійств в Україні – пріоритетне завдання уряду, Національної туристичної організації, CIOFF-Україна та громадськості на наступний і найближчі роки.

Тенденція започаткування в Україні нових етнофестивалів доводить, що етнофестивальний туризм навіть в умовах системи кризи й збройної

боротьби проти російських регулярних військ і найманців за цілісність держави не просто існує, а й інтенсивно розвивається, залучаючи у периферійні сільські райони значні потоки туристів (і передусім молоді) з великих міст.

Насамкінець констатуємо: саме етнокультурний і етнофестивальний туризм спільно із зеленим туризмом у сучасних економіко-демографічних умовах здатні реально допомогти малим поселенням України вижити. Адже здебільшого саме малі села своєю етнокультурною специфікою притягують до себе вітчизняного і зарубіжного туриста.

Запровадження низки нових оригінальних етнофестивалів у малих туристично-етнографічних поселеннях країни за умови їх ефективної промоції сприятиме пожвавленню туристичного руху та подоланню соціально-економічних проблем регіонів, а також активізує процеси залучення низки периферійних місцевостей краю в орбіту масових потоків міжнародного туризму з країн ЄС та інших регіонів світу.

Список використаних джерел:

1. Любіцева О. О. Туристичні ресурси України: навч. посібник / О. О. Любіцева, Є. В. Панкова, В. І. Стафійчук. – К. : Альтерпрес, 2007. – 369 с.
2. Молодецький А. Значення фестивального туризму у розвитку міст та регіонів / А. Молодецький, А. Пташнік // Історія української географії. – 2012. – Вип. 26. – С. 113–118.
3. На Тернопільщині вперше скасували лемківський фестиваль. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://gazeta.ua/articles/culture/_na-ternopolschine-vpervye-otmenili.../577685
4. Парфіненко А. Ю. Подієвий туризм як чинник формування туристичної привабливості міста / А. Ю. Парфіненко // Географія та туризм. – 2015. – Вип. 34. – С. 144–154.
5. Посохов І. С. Фестивальна діяльність в контексті розвитку подієвого туризму України: стан, проблеми, перспективи / І. С. Посохов // Географія та туризм. – 2017. – Вип. 38. – С. 58–71.
6. Рутинський М. Й. Етнофестивальний туризм: теоретичні засади й етногеографічні аспекти організації / М. Й. Рутинський, М. Я. Топорницька // Географія та туризм: наук. зб. / Відп. ред. Я. Б. Олійник. – К. : Альтерпрес, 2011. – Вип. 16. – С. 82–93.
7. Топорницька М. Я. Суспільно-географічні перспективи розвитку та урізноманітнення системи фестивального туризму у Карпатському регіоні / М. Я. Топорницька // Вісник Львівського ун-ту. Серія географічна. 2013. Вип. 43. Ч. 1. С. 281–287.
8. Туристичний імідж регіону: монографія / За ред. А. Ю. Парфіненка. – Х. : ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2011. – 312 с.
9. CIOFF annual report 2012. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.cioff.org/doc.cfm/en/193/CIOFF®_Annual_Report_2012.pdf
10. CIOFF Festivals Calendar 2013. – Montreal: Printed in Montreal, Canada, by the CIOFF Festivals Commission, 2012. – 126 p.
11. Event Tourism and Cultural Tourism / ed. by Larry Dwyer, Eugenia Wickens. – New York Rutledge, 2013 – 640 p.
12. Rutyns'kyj M. Obszary problemowe w turystyce Ukrainy / M. Rutyns'kyj, W. Pantylej // Annales Universitatis Mariae Curie-Skłodowska. – Lublin, 2009. Vol. LXIV, S. 141–155.
13. Rutynskij M. Festiwali międzyetniczni w obszarach przygranicznych jako jeden ze strategicznych kierunków transgranicznej turystyki oraz współpracy kulturalnej Polski i Ukrainy / M. Rutynskij // III Międzynarodowa Konferencja Naukowa “Współpraca transgraniczna w gospodarce turystycznej Polski i Ukrainy” (Lublin – Lwów, 20–22 października 2016 r.). – Lublin, 2016. – S. 28–29.
14. Fouberg E. H. Human Geography: People, Place, and Culture, 10th Edition / E. H. Fouberg. – New York : Wiley, 2012. – 480 p.

Список использованных источников:

1. Любичева А. А. Туристические ресурсы Украины: учеб. пособие / А. А. Любичева, Е. В.

- Панкова, В. И. Стафийчук. – Киев : Альтерпрес, 2007. – 369 с.
2. Молодецкий А. Значение фестивального туризма в развитии городов и регионов / А. Удалой, А. Пташник // История украинской географии. – 2012. – Вып. 26. – С. 113-118.
3. На Тернопольщине впервые отменили лемковский фестиваль. - [Электронный ресурс]. - Режим доступа: https://gazeta.ua/articles/culture/_na-ternopolschine-vpervye-otmenili.../577685
4. Парфиненко А. Ю. Событийный туризм как фактор формирования туристической привлекательности города / А. Ю. Парфиненко // География и туризм. – 2015. – Вып. 34. – С. 144-154.
5. Посохов И. С. Фестивальная деятельность в контексте развития событийного туризма Украины: состояние, проблемы, перспективы / И. С. Посохов // География и туризм. – 2017. – Вып. 38. – С. 58-71.
6. Рутинский М. И. Етнофестивальный туризм: теоретические основы и этногеографические аспекты организации / М. И. Рутинский, М. Я. Топорницкая // География и туризм: науч. сб. / Отв. ред. Я. Б. Олийнык. – Киев : Альтерпрес, 2011. – Вып. 16. – С. 82-93.
7. Топорницкая М. Я. Общественно-географические перспективы развития и разнообразия системы фестивального туризма в Карпатском регионе / М. Я. Топорницкая // Вестник Львовского университета. Серия географическая. 2013. Вып. 43. Ч. 1. С. 281-287.
8. Туристический имидж региона : монография / Под ред. А. Ю. Парфиненко. – Х.: ХНУ имени В. Н. Каразина, 2011. – 312 с.
9. CIOFF annual report 2012. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.cioff.org/doc.cfm/en/193/CIOFF®_Annual_Report_2012.pdf
10. CIOFF Festivals Calendar 2013. – Montreal: Printed in Montreal, Canada, by the CIOFF Festivals Commission, 2012. – 126 p.
11. Event Tourism and Cultural Tourism / ed. by Larry Dwyer, Eugenia Wickens. – New York Rutledge, 2013 – 640 p.
12. Rutyn's'kyj M. Obszary problemowe w turystyce Ukrainy / M. Rutyn's'kyj, W. Pantylej // Annales Universitatis Mariae Curie-Skłodowska. – Lublin, 2009. Vol. LXIV, S. 141-155.
13. Rutynskij M. Festiwali międzyetniczni w obszarach przygranicznych jako jeden ze strategicznych kierunków transgranicznej turystyki oraz współpracy kulturalnej Polski i Ukrainy / M. Rutynskij // III Międzynarodowa Konferencja Naukowa “Współpraca transgraniczna w gospodarce turystycznej Polski i Ukrainy” (Lublin – Lwów, 20–22 października 2016 r.). – Lublin, 2016. – S. 28–29.
14. Fouberg E. H. Human Geography: People, Place, and Culture, 10th Edition / E. H. Fouberg. – New York : Wiley, 2012. – 480 p.

References:

1. Lyubitseva O. O. Turystychni resursy Ukrayiny: navch. posibnyk / O. O. Lyubitseva, YE. V. Pankova, V. I. Stafiyuchuk. – K. : Al'terpres, 2007. – 369 s.
2. Molodetskyi A. Znachennya festyval'noho turizmu u rozvytku mist ta rehioniv / A. Molodetskyi, A. Ptashnik // Istoryia ukrayins'koyi heohrafiyi. – 2012. – Vyp. 26. – S. 113–118.
3. Na Ternopil'shchyni vpershe skasuvaly lemkiivskyi festyval. – [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu: https://gazeta.ua/articles/culture/_na-ternopolschine-vpervye-otmenili.../577685
4. Parfinenko A. Y. Podiyevyy turizm yak chynnyk formuvannya turystychnoyi pryvablyvosti mista / A. Y. Parfinenko // Heohrafiya ta turizm. – 2015. – Vyp. 34. – S. 144–154.
5. Posokhov I. S. Festyvalna diyalnist v konteksti rozvytku podiyevoho turizmu Ukrayiny: stan, problemy, perspektyvy / I. S. Posokhov // Heohrafiya ta turizm. – 2017. – Vyp. 38. – S. 58–71.
6. Rutynskyi M. Y. Etnofestyvalnyi turizm: teoretychni zasady y etnoheohrafichni aspekty orhanizatsiyi / M. Y. Rutynskyi, M. Y. Topornytska // Heohrafiya ta turizm: nauk. zb. / Vidp. red. Y. B. Oliynyk. – K. : Alterpres, 2011. – Vyp. 16. – S. 82–93.
7. Topornytska M. Y. Suspilno-heohrafichni perspektyvy rozvytku ta uriznomanitnennyya systemy festyvalnoho turizmu u Karpatskomu rehioni / M. Y. Topornytska // Visnyk Lvivskoho un-tu. Seriya heohrafichna. 2013. Vyp. 43. C. 1. S. 281-287.
8. Turystychnyy imidzh rehionu: monohrafiya / Za red. A. Y. Parfinenka. – Kh. : KhNU imeni V. N. Karazina, 2011. – 312 s.
9. CIOFF annual report 2012. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www.cioff.org/doc.cfm/en/193/CIOFF®_Annual_Report_2012.pdf
10. CIOFF Festivals Calendar 2013. – Montreal: Printed in Montreal, Canada, by the CIOFF Festivals Commission, 2012. – 126 p.

11. Event Tourism and Cultural Tourism / ed. by Larry Dwyer, Eugenia Wickens. – New York Rutledge, 2013 – 640 p.
12. Rutyns'kyj M. Obszary problemowe w turystyce Ukrainy / M. Rutyns'kyj, W. Pantylej // Annales Universitatis Mariae Curie-Skłodowska. – Lublin, 2009. Vol. LXIV, S. 141-155.
13. Rutynskij M. Festiwali międzyetniczni w obszarach przygranicznych jako jeden ze strategicznych kierunków transgranicznej turystyki oraz współpracy kulturalnej Polski i Ukrainy / M. Rutynskiy // III Międzynarodowa Konferencja Naukowa “Współpraca transgraniczna w gospodarce turystycznej Polski i Ukrainy” (Lublin – Lwów, 20–22 października 2016 r.). – Lublin, 2016. – S. 28–29.
14. Fouberg E. H. Human Geography: People, Place, and Culture, 10th Edition / E. H. Fouberg. – New York : Wiley, 2012. – 480 p.

УДК 911.3

Ковешніков Володимир Сергійович,
кандидат економічних наук, доцент

Драмарецька Катерина Андріївна

Національний університет фізичного
виховання і спорту України, м. Київ,
Україна, e-mail: vskoveshnikov@ukr.net
Національний університет фізичного
виховання і спорту України, м. Київ,
Україна

СПОРТИВНИЙ ТУРИЗМ: СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ

Основна мета статті - показати важливість вдосконалення спортивного туризму на сучасному етапі розвитку туристичної галузі України. Довести актуальність створення нових умов для реалізації та просування цього напрямку.

Методика. В статті були використані такі методи дослідження: порівняльний, експертних оцінок, аналізу, історичний, статистичний та інші.

Результати. Розроблено і наведено новий підхід до актуалізації спортивного туризму у туристичній діяльності. Виявлено недоліки та помилки при організації спортивного туризму.

Наукова новизна. Розкриті можливості та показані шляхи створення оптимальних умов для реалізації ефективного розвитку спортивного туризму.

Практична значимість. Приведені рекомендації щодо підвищення якості надання послуг у спортивному туризмі.

Ключові слова: спортивний туризм, туристичні організації, туризм, туристичний регіон.

УДК 911.3

Ковешников Владимир Сергеевич,
кандидат экономических наук, доцент

Драмарецкая Екатерина Андреевна

Национальный университет физического
воспитания и спорта Украины, г. Киев,
Украина, e-mail: vskoveshnikov@ukr.net
Национальный университет физического
воспитания и спорта Украины, г. Киев,
Украина

СПОРТИВНЫЙ ТУРИЗМ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

Основная цель статьи - показать важность усовершенствования спортивного туризма на современном этапе развития туристической отрасли Украины. Доказать актуальность новых условий для реализации и продвижения этого направления.

Методика. В статье были использованы следующие методы исследования: сравнительный, экспертных оценок, анализа, исторический, статистический и другие.

Результаты. Разработан и приведен новый подход к актуализации спортивного туризма в туристической деятельности. Выявлены недостатки и ошибки при организации спортивного туризма.

Научная новизна. Раскрыты возможности и показаны пути создания оптимальных условий для реализации эффективного развития спортивного туризма.

Практическая значимость. Приведены рекомендации по повышению качества предоставления услуг в спортивном туризме.

Ключевые слова: спортивный туризм, туристические организации, туризм, туристический регион.

UDC 911.3

Koveshnikov Volodymyr Serhiyovych,
candidate of economic sciences, associate
professor

National University of Physical Education
and Sport of Ukraine, Kyiv, Ukraine, e-mail:
vskoveshnikov@ukr.net

Dramaretska Kateryna Andriivna

National University of Physical Education
and Sport of Ukraine, Kyiv, Ukraine

SPORT TOURISM: STATE AND PROSPECTS OF DEVELOPMENT

The main purpose of the article is to show the importance of improving sport tourism at the present stage of development of the tourism industry in Ukraine. Prove the relevance of new conditions for the implementation and promotion of this direction.

Methods. The following research methods were used in the article: comparative, expert assessments, analysis, historical, statistical and others.

Results. The new approach to the actualization of sport tourism in tourism activities are developed and brought. Identified short comings and mistakes in the organization of sport tourism.

Scientific novelty. The possibilities are revealed and the ways of creating optimal conditions for the realization of the effective development of sport tourism are shown.

Practical significance. The recommendations for improving the quality of service in sport tourism are given.

Key words: sport tourism, tourism organizations, tourism and tourist region.

Постановка проблеми. Розглядаючи питання організації відносно нового і перспективного напрямку спортивного туризму, необхідно усвідомити науково-практичну сутність категорій "туризм", "турист", "туристичний продукт", "спортивний туризм", "оздоровчий туризм" та інших. Відомий вчений, провідний філософ, член-кореспондент НАН України В. С. Пазенок писав, що «поглиблена робота над теоретичним визначенням специфіки феномену туризму – не лише важливе наукове завдання, а і практична потреба. Не розробленість понятійного апарату, неузгодженість у визначеннях основних концептів вищезазначених категорій, довільність трактувань понять туристичної науки істотно означаються на змісті засадничих документів туристичного спрямування, туристичній статистиці, офіційній звітності, яка має аналітично відображати стан туризму взагалі» та спортивного туризму зокрема.

Розвитку досліджень у сфері туризму сприяють спеціалізовані дослідницькі інститути й організації, що інтенсивно розвиваються: Всесвітня туристична організація (ЮНВТО), Європейська комісія з туризму, Азійсько-Тихоокеанська асоціація з туризму, Карибська організація з туризму, які діють на міжнародному регіональному рівні. Вивченням розвитку туризму займаються провідні дослідницькі інститути, такі як International Association of Scientific Experts in Tourism (AIEST), Travel & Tourism Research Association (TTRA), Міжнародна академія туристських досліджень. Науку про туризм розвивають Американська антропологічна асоціація, Міжнародний географічний союз, Міжнародна соціологічна асоціація. Вони проводять наукові конгреси з проблем

туризму. Європейський центр з управління дослідженнями і документацією у сфері соціальних наук «Віденський центр» став ініціатором проведення мультидисциплінарного і міжкультурного дослідження на тему «Туризм як фактор змін: соціокультурне дослідження».

Вивченням, аналізом та змістом категорій "туризм" та "турист" як відомо займалися багатьох спеціалістів туристичної галузі, наукові установи різних рівнів протягом десятка років. На сьогодні дійшли до висновку, що туризм проявляється в багатьох формах і аспектах, тому дати йому єдине і повне визначення практично неможливо. Це в певній мірі відноситься і до туриста. І з наукового погляду глибина сутності туризму полягає в тому, що він є формою самореалізації людини. Людина, що подорожує це не просто споживач туристичного продукту, що пересувається у просторі і часі, а особистість, яка протягом мандрівок, походів, відвідувань долучається до світу природи, культурних артефактів, цінностей інших країн і народів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Спортивному туризму присвячено достатньо книжок, статей, брошур та інших публікацій. Можна привести наступних авторів-дослідників Альошин В. М., Бардін К. В., Болдирєв С. Н., Ганопольський В. Н., Кодиш Е. Н., Богомолева Є., Гаранін Н. І., Давидова О., Оліферов А. Н., Тимченко З. В., Птахіна Є. В., Назаренко В. К. та інші. В публікаціях вищезазначених дослідників розглянуті питання по видам спортивного туризму, регіональних особливостей цього виду туризму, проблеми безпеки, та інші питання. Аналіз останніх досліджень показує, що відсутні дослідження присвячені підготовки спеціалізованих фахівців спортивного туризму, нормативної і правової бази, методики по розробці маршрутів спортивного туризму, системи керівних структур та багато іншого.

Ціль статті полягає в тлумаченні основних туристичних категорій, розумінні того що реалізує туристичне підприємство, як туристичний продукт, як треба розуміти рекреаційний фізичний продукт, тощо.

Виклад основного матеріалу. Важливо розібратися, що пропонують споживачам туристичні компанії – товар чи послугу? Ми підтримуємо думку вчених і практиків які вважають, що туристичний продукт це синтез першого і другого, тобто це сукупність товару і послуг. Виходячи з вищезазначеного, спортивний туризм пропонує споживачам в якості туристичного продукту сукупність товарів і послуг, де пріоритетним є спорт, оздоровлення та послуги і товари, які необхідні для організації цього виду туризму. А якщо так, то до вищезазначеного туристичного продукту доцільно застосувати маркетингову багаторівневу модель Ф. Котлера.

У своїй моделі продукту він виділяє основну вигоду, що пропонується для задоволення базової потреби споживача, і сукупність комерційних характеристик, які групуються на різних рівнях і які важливі для адаптації продукту до наявних потреб споживачів. Основна вигода

відповідає першому рівню продукту і є "продуктом за задумом", на цьому рівні завдання полягає в тому, щоб виявити потреби споживача, які повинні бути задоволені шляхом реалізації конкретного продукту. У нашому випадку спортивний туристичний продукт, по суті, на цьому рівні вивчається попит на туристичний продукт і визначається частка та характеристика ринку.

На другому рівні "продукт у реальному виконанні" визначається набором корисних, з точки зору споживачів, характеристик продукту: ціна, якість, країни та напрями туру, види та форми спортивного туризму, особливості оздоровлення та інші.

Третій рівень носить назву "продукт з підкріпленням", включає в себе гарантії і додаткові послуги, які сприяють зручності споживачів в повній мірі використовувати всі позитивні складові спортивного туризму.

Треба відзначити, що в останні роки особливо зростає роль фізичної культури і спорту в житті суспільства, оскільки характер їх дії на сучасну людину виходить далеко за рамки функції розвитку фізичних якостей, а фізичне вдосконалення індивіда впливає на важливі наслідки для найрізноманітнішої сфери його життєдіяльності:

- виробничої діяльності людини (як головної продуктивної сили суспільства, підвищення його працездатності);
- оздоровчої, рекреаційної (збереження і зміцнення здоров'я, подовження активного періоду життєдіяльності людини);
- естетичної, відпочинкової (раціональна організація вільного часу з використанням активних форм відпочинку).

У теперішніх умовах правомірно звернути увагу на послуги туристичної галузі з позиції фізичної рекреації. Прийняти головну ідею зміцнення здоров'я, відновлення працездатності в якості головного чинника туристичного руху – це означає, вважати туризм активною формою використання вільного часу, призначеного для відпочинку. Враховуючи, що в сучасній дійсності гостро знаходиться проблема не лише зниження загальних показників здоров'я нації, але і втрата моральних орієнтирів, а також зважаючи, що більшість населення відчувають стрес урбанізованого способу життя, військові дії, держава і громадські інститути повинні затребувати спортивного туризму, як одну з найбільш сучасних технологій продукування у людини духовних і фізичних якостей. Це дуже важливо, враховуючи відносну невелику вартість організації окремих різновидів спортивного туризму.

Інтеграція різновидів спортивного туризму охоплює широке коло питань, починаючи від навчання і виховання в освітньому процесі, розкриття структури освіти і закінчуючи осмисленням підстав збереження здоров'я, як органічної частини розвитку особистості у відношенні соціуму, що постійно міняється, до фізичної культури самої особи. Здійснення спортивного напрямку у сфері туризму повинне відповідати вимогам, які пред'являються до фізкультурно-оздоровчих і спортивних послуг, які створюються організаціями і індивідуальними підприємствами.

Спортивний туризм об'єднує в собі можливість реалізовувати всі необхідні для цього види послуг. При цьому у зв'язку з тим, що люди відрізняються один від одного, як своїми потребами, можливостями так і рівнем доходу, на практиці ринок послуг у сфері спортивного туризму є складною мозаїкою – від оздоровчо-рекреативних послуг до використання в процесі дозвілля екстремальних видів спорту.

Сучасна реальність така, що велика частина туристичних організацій не в змозі ефективно організувати спортивні тури завдяки наявності ряду об'єктивних чинників, серед яких відсутність матеріального ресурсу та фахівців, що мають спеціальну підготовку в області сервісу і здатних забезпечити послуги з фізичної рекреації і екстремального туризму.

У вітчизняній вищій школі підготовка кадрів по спортивно-оздоровчому, у тому числі самодіяльному, туризму почалася ще в 50-х рр. минулого століття (у рамках СРСР) і переважно здійснювалася в навчальних закладах, підвідомчих Держкомспорту. Підготовкою кадрів для туристичного сервісу в основному займалася система профспілкового туризму, який як унікальне громадське явище залишився в архіві історії.

Необхідність в професіоналах по рекреації і спортивному туризму продиктована особливими рисами сучасності, а також можливостями України. Природні ресурси і кліматичні можливості нашої держави відповідають всім вимогам для розвитку спортивного та екстремального туризму, а наявність природних мінеральних джерел сприяють оздоровленню і лікуванню.

Сучасний фахівець повинен володіти основами спортивного туризму, а також основами по оздоровленню населення засобами фізичної культури, спорту і туризму, індустрії туризму в цілому, організації дозвілля і рекреації. Потреба суспільства в підготовці цих фахівців не залежить від відомчої приналежності туризму. В загальному розумінні цієї проблеми робота фахівців будується на дослідженні і реалізації спеціалізованих рухових систем, спрямованих на профілактику і відвертання психологічних і фізіологічних перенапружень; суспільно цивілізованого, природоохоронного, краєзнавчого і фізіологічного розвитку особистості; проектування рекреаційно-оздоровчих циклів сервісу туристів; координаційно-методичну, адміністративну роботу в області туризму, краєзнавства і рекреаційного комплексу; дослідження і встановлення основ активного здорового способу життя, їх фактичну реалізацію рекреації, туризму і краєзнавства: хід розвитку особистості, її ознайомлення з загальнолюдськими і культурними цінностями.

Ця спрямованість є профільною для спортивних інститутів, в ході викладання учнів цього напрямку, як правило, задіяна велика частина теоретичних і практичних кафедр, таким чином, як в тренувальному плані показаний великий діапазон тренувальних дисциплін, які зобов'язані вивчити ті, що навчаються: психологія і педагогіка, іноземна мова, російський стиль і рівень культури мовлення, екологія, етногеографія,

рекреаційна система і туризм, рекреалогія, курортологія, анатомія і будова людини, концепція і технологія фізичної культури і багато іншого.

Ю.А. Стрибків, В.К. Шеманаєв, Ю.В. Шулико рахують, що у випускника цього напрямку стануть такі конкурентоздатні достоїнства, як значна висока кваліфікація і фактичний професіоналізм у сфері рекреації і спортивного туризму; ціннісний підхід до фізичної культури, спорту і туризму як умов, що забезпечують стан здоров'я, фізичну і багатофункціональну підготовку і повну позитивну спрямованість у властивості існування.

Відмітимо також те, що необхідність суспільства в підготовці вказаних професіоналів ніяк не знаходиться в залежності з відомчими організаціями туризму і санаторно-курортного комплексу, об'єктивна неупереджена і постанови цієї трудності конкретного рівня знаходяться в залежності стану здоров'я цивілізації і громадської безпеки жителів.

Таким чином, підвищення вимог до педагогічної майстерності викладачів і якості освітнього процесу за напрямом "Рекреація і спортивний туризм" є важливим завданням сьогоденної системи освіти і пріоритетним напрямом в розвитку освітніх послуг сучасних ЗВО.

Спортивний туризм, як сфера громадської діяльності не бере участь безпосередньо в створенні сукупного громадського продукту і національного доходу. Незважаючи на це, спортивний туризм, має в розпорядженні свої власні джерела фінансування і накопичення грошових коштів. До власних джерел фінансування (накопичення) у сфері спортивного туризму відносяться: кошти, що одержані від реалізації спортивних виробів, реалізації видаваної літератури, надання платних послуг і таке інше. Проте, цих власних надходжень недостатньо для покриття витрат сфери спортивного туризму, утримання і розвитку її інфраструктури, підготовки кадрів і оплати праці фахівців. Тому, виникає необхідність в перерахуванні частини доходів від виробництва і реалізації послуг і продукції галузі матеріального виробництва на формування додаткових джерел фінансування спортивного туризму. Перевага віддається централізованим і децентралізованим джерелам фінансування. Централізованим джерелом фінансування служить державний бюджет України та бюджети місцевих громад.

Все більшого значення набувають децентралізовані джерела фінансування спортивного туризму, тобто використовуються відрахування місцевих структур житлово-комунального господарства, структур торгівлі, транспорту, зв'язку і так далі.

Враховуючи вищезазначене, виникає негайне питання щодо розробки державної та місцевих програм розвитку фізичної культури, спорту та спортивного туризму в яких варто визначити джерела фінансування бюджетних та позабюджетних коштів. В програмах передбачити надходження від підприємницької діяльності, від позабюджетних фондів, податкові пільги та інші.

Особливість спортивного туризму, при оцінці ефективності, полягає в тому, що він має як "зовнішні", так і "внутрішні" аспекти. Зовнішні чинники спортивного туризму впливають на різні сторони громадського життя за межами галузі. До них відносяться: підвищення престижу держави, формування моральності, естетичних і етичних ідеалів, норм здорового способу життя, розвиток тимчасового спілкування різних соціальних груп населення, підвищення трудової активності, розвиток творчих здібностей, тощо.

Внутрішній аспект полягає в ефективному функціонуванні самої туристичної галузі, фізичної культури і спорту. В даному випадку чинники ефективності наступні:

- Раціональне управління. Міністерство визначає основні напрями державної політики у сфері фізичної культури і спорту, здійснює аналіз і проводить щорічну оцінку відповідності показників стану фізичної культури, спорту і туризму, основним напрямом соціально-економічного розвитку регіону та ін.

- Уміле використання економічних методів. До економічних методів оцінки ефективності спортивного туризму відносяться: метод порівняння, метод угруповання, метод стандартизації.

Метод порівняння має на увазі порівняння фактичних даних з плановими завданнями, з минулим періодом, з середніми показниками, з досягненнями кращих колективів. Шляхом порівняння дізнаються абсолютні і відносні зміни.

Метод угруповання використовується для виявлення однотипних чинників, критеріїв в різних організаціях галузі спортивного туризму.

Метод стандартизації структур використовується для зіставлення і оцінки фактичних показників нормативним, що особливо важливо при порівнянні ефективності витрат, визначенні питомих витрат і тому подібне.

До соціальних відносяться особисті і спортивні досягнення з емоційною дією (спілкування з іншими людьми, отримання цінних подарунків, заохочення і увага з боку оточення); продовження життя і підтримка інтенсивності життєдіяльності; гармонійний розвиток особистості та ін. Економічні ефекти діляться на непрямі і прямі. Непрямі відбивають продуктивність і якість праці працівників сфери і тому подібне. Прямі – демонструють економію капітальних вкладень: прибуток від реалізації послуг; отримання коштів від лотерей, спортивних видовищ; доходи від комерційних заходів; доходи від виробництва і реалізації товарів спортивного і туристичного призначення.

Спортивний туризм включає різноманітні спортивні, оздоровчі, рекреаційні, пізнавальні, виховні, економічні і інші функції, але по ряду чинників рівень їх реалізації на сьогодні не відповідає потенційним можливостям туристично-спортивного руху в Україні. Труднощі, з якими зіткнувся у своєму розвитку спортивний туризм, в першу чергу, пов'язані з соціально-економічними проблемами розвитку суспільства, а також з

майже повною відсутністю державної і громадської підтримки цього виду туризму. Проблеми, з якими стикається спортивний туризм, обумовлені недосконалістю, а в окремих випадках і відсутністю сучасної нормативно-правової, методичної і інформаційної бази, яка б враховувала його реалії, а також внутрішніми організаційними протиріччями в самому туристично-спортивному русі, що накопичилися за останні роки. Спортивний туризм являвся і продовжує бути невід'ємною частиною життя сучасного суспільства, роблячи позитивний вплив на організм людини, підтримуючи здоров'я і гарну фізичну форму. Спортивний туризм в Україні є не олімпійським видом спорту, що має багаторічні історичні традиції. Він включає не лише спортивну складову, але і особливу духовну сферу, і спосіб життя самих любителів мандрів. Спортивний туризм відноситься до виду спорту, яким, в основному, займаються верстви населення, що не мають великих доходів, такі як молодь, студентство, інтелігенція, вчителі, лікарі, інженерно-технічні працівники та ін.

Спортивний туризм є активним, а частенько і екстремальним видом подорожей. Він має на увазі автономне подолання великих відстаней в різних природно-кліматичних зонах, що мають різноманітні локальні перешкоди, що вимагає від туриста фізичної сили, гарного здоров'я і володіння різними технічними і тактичними навичками. На відміну від звичайних маршрутів, траси для спортивного туризму класифікуються по категоріях складності. Вони визначаються наявністю на шляху всіляких перешкод – вершин, перевалів, каньйонів, скель, льодовиків, боліт, річкових порогів і тому подібне. Успішне проходження маршрутів певної протяжності і складності надає право туристові на отримання спортивного звання – від юнацького розряду до майстра спорту. Спортивний туризм є невід'ємною складовою загальнодержавної системи фізичної культури і спорту і спрямований на зміцнення здоров'я, розвиток фізичних, морально-вольових і інтелектуальних здібностей людини шляхом залучення його до участі в спортивних походах і змаганнях по техніці спортивного туризму. Він також є важливим засобом сприяння підвищенню соціальної і трудової активності людей, задоволення їх моральних, естетичних і творчих запитів, життєво важливої потреби взаємного спілкування, розвитку дружніх стосунків між народами. Громадський характер взаємовідносин в туризмі вимагає від учасників колективізму, взаємовиручки, самопожертвування в ім'я спільної мети, виховує духовність. Тому, говорячи про цей вид туризму, ми говоримо про виховання патріотизму, мужності, громадянськості. Спортивний туризм має яскраво виражене військово-прикладне значення, а також є ефективним засобом екологічного виховання.

Цей вид туризму має на меті спортивне вдосконалення в подоланні природних перешкод. Це означає вдосконалення усього комплексу знань, умінь і навичок, фізичної підготовки, необхідних для безпечного пересування людини по місцевості, насиченій природними перешкодами, в процесі здійснення походу.

Основні види спортивного туризму визначаються способом пересування. До таких видів відносяться: пішохідний, лижний, гірський, водний, велосипедний, автомобільний, мотоциклетний, спелеологічний, вітрильний, кінний туризм та деякі інші. Нерідко практикується здійснення комбінованих походів, коли на одному маршруті мандрівникам доводиться долати перешкоди, характерні для двох і більше видів туризму.

У радянську епоху спортивний туризм був масовим. Про це говорять дані звітів Української республіканської ради з туризму і екскурсій (УРСТЭ) за 1985-1990 рр., по яких визначався рівень розвитку цього виду спорту в країні. Історія спортивного туризму показує, що масовим цей рух стає лише за умови стабільної економічної ситуації, коли створені порівняно достатні матеріальні умови життя і забезпечено зростання реальних доходів населення.

Необхідно підкреслити, що з 2005 по 2013 рік спортивний туризм в Україні мав середній темп розвитку, проте хвилеподібний характер його розвитку обумовлюється нестабільністю економічної ситуації в країні, а також різного виду соціальними проблемами. Порівняно з радянським періодом спостерігається значне зниження як кількості здійснюваних туристичних походів, так і кількості туристів, що беруть в них участь.

Відсутність державного фінансування привела до того, що структури управління спортивним туризмом, які існували раніше, в основному припинили свою діяльність. Організацією, яка узяла на себе функції координації діяльності спортивно-оздоровчого туризму, є Міжнародний туристично-спортивний союз (МТСС), створений в 1991 р. Членами МТСС являються країни СНД і Балтії, у тому числі і Україна, яка з 2002 р. також є членом Міжнародної федерації спортивного туризму (МФСТ).

Україну, як дійсного члена МТСС і МФСТ, представляє як Туристично-спортивний союз (ТССУ) так і Федерація спортивного туризму (ФСТУ). Ці громадські організації працюють на основі затверджених статутів і мають на меті об'єднання зусиль членів Союзу і Федерації, і координацію їх діяльності по сприянню розвитку спортивного туризму в Україні. Організаційними і методичними центрами розвитку спортивного туризму є туристичні союзи, клуби та секції.

Останніми роками в Україні було організовано і проведено низку національних і міжнародних заходів по різних видах спортивного туризму. Одним з найбільш розвинених в спортивному плані регіонів України є Карпатський регіон. Тут добре розвиваються більшість видів спортивного туризму, найбільш популярними з яких є: пішохідний, гірськолижний, водний (сплав на байдарках, катамаранах, плотах і човнах), велосипедний. Є значні можливості для розвитку спелеотуризму, параглайдингу (парапланеризму).

Також, в Україні склалася і успішно діє система дитячо-юнацького туризму і краєзнавства, яка є невід'ємною складовою позашкільної освіти. На сьогодні в Україні діє більше 100 центрів туризму і краєзнавства молоді, станцій юних туристів, які є базовими організаційно-методичними

центрами розвитку дитячо-юнацького туризму в регіонах. Найбільша кількість центрів туризму має Дніпропетровська, Харківська, Хмельницька, Луганська, Полтавська, Львівська, Черкаська, Волинська, Донецька та Одеська області. Найбільш масовими видами спортивного туризму в Україні є пішохідний і велосипедний туризм. Своєрідним підсумком роботи туристично-спортивних гуртків є участь у Всеукраїнських змаганнях по спортивному туризму.

Усе це створює умови для залучення до активного зайняття спортивним туризмом усіх верств населення країни, стимулює розвиток спортивного туризму, дає імпульс загальному розвитку туризму в Україні як потенційно високорентабельній галузі економіки, сприяє виходу країни на світовий туристичний ринок.

На сьогодні, говорячи про перспективи розвитку спортивного туризму, передусім слід зазначити його соціальний характер, оскільки ця форма відпочинку, на відміну від багатьох інших, доступна для більшості населення. Саме тому серед важливих завдань зараз – інтеграція спортивного туризму в соціальний механізм національного оздоровлення. Але одночасно не можна не помічати, як здоровий і активний спосіб життя завойовує і забезпечені верстви населення в Україні. Тому спортивний туризм, що реалізовується через туристичні підприємства, що пропагують різноманітні маршрути з активними способами пересування, має ще і значний комерційний потенціал. Це вже усвідомили десятки регіональних туристичних фірм – не лише на Західній Україні, де вони безпосередньо надають ці послуги, але і в інших регіонах.

Головна особливість спортивного туризму полягає в тому, що він розвивається в природному середовищі, і капіталовкладення, яких він вимагає, не занадто великі, в порівнянні з відпочинком в п'ятизіркових курортних готелях або багатоденними подорожами до екзотичних дестинацій світу. Виходячи з цього можна припустити, що цей вид туризму може стабільно розвиватися навіть під час погіршення соціально-економічного стану в країні.

Висновки. Для створення в країні оптимальних умов для реалізації ефективного розвитку спортивного туристського руху, потрібне об'єднання зусиль державних органів законодавчої і виконавчої влади і органів місцевого самоврядування, туристично-спортивних громадських об'єднань, усіх зацікавлених організацій, а також окремих громадян, у тому числі спонсорів і меценатів.

Слід також звернути увагу на нормативно-правове забезпечення туристичної діяльності, підготовку кваліфікованих кадрів, розвиток і поліпшення системи управління і матеріально-технічної бази спортивного туризму, інформаційно-рекламну і видавничу діяльність, налагодження міжнародної співпраці у сфері спортивного туризму, а також пільги на комунальні послуги для туристичних громадських організацій.

Список використаних джерел

1. Булашев А. Я. Спортивний туризм/ А.Я. Булашев, М.В. Тонкошкур. –Харьків: ХДАФК, 2009. – 120 с.
2. Грабовський Ю.А. Спортивний туризм. Навчальний посібник / Ю.А. Грабовський, О.В. Скалій, Т.В. Скалій. –Тернопіль: Навчальна книга-Богдан, 2008. – 304 с.
3. Грішнова О.А. Туризм і рекреація як чинники людського розвитку / О.А. Грішнова / Матеріали доповідей учасників другої науково-практичної конференції «Інформаційні технології в управлінні туристичною та курортно-рекреаційною економікою» (15-16 вересня 2006 року, Бердянськ). – Бердянськ: АУІТ «АРИУ», 2006. – 245 с.
4. Закон України «Про туризм». –Київ: Відомості Верховної Ради України, 2001. – №32.
5. Культура дозвілля/ В.М. Піча, І.В. Бестужев-Лада, В.М. Димов та ін. – Київ, 1990. – С.8-15.
6. Москалець Т.В., Туризм, рекреаційний потенціал країни / Т.В. Москалець // Вісник Чернігівського державного педагогічного університету ім. Т.Г. Шевченка. – 2012. – Вип.98. – С.262-266.

Список использованных источников:

1. Булашев А. Я. Спортивный туризм / А. Я. Булашев, М. В. Тонкошкур. – Харьков: ХГАФК, 2009. – 120 с.
2. Грабовский Ю. А. Спортивный туризм. Учебное пособие / Ю. А. Грабовский, А. В. Скалий, Т. В. Скалий. – Тернополь: Учебная книга-Богдан, 2008. – 304 с.
3. Гришнова А. А. Туризм и рекреация как факторы человеческого развития / А. А. Гришнова / Материалы докладов участников второй научно-практической конференции «Информационные технологии в управлении туристической и курортно-рекреационной экономикой» (15-16 сентября 2006 года, Бердянск). – Бердянск: АУИТ «АРИУ», 2006. – 245 с.
4. Закон Украины «О туризме». – Киев: Сведения Верховной Рады Украины, 2001 – №32.
5. Культура досуга / В. Пича, И. В. Бестужев-Лада, В. М. Дымов и др. – Киев, 1990. – С.8-15.
6. Москалец Т.В., Туризм, рекреационный потенциал страны / Т. В. Москалец // Вестник Черниговского государственного педагогического университета им. Т. Шевченко. – 2012. – Вип.98. – С.262-266.

References:

1. Bulashev A., Sports Tourism / A. Bulashev, M. Tonkoshkur. –Kharkiv: Kdafk, 2009. –120 p.
2. Grabovsky Yu., Sports Tourism [navchalnyiposibnyk] /Yu. Grabovsky, O. Skaliy, T. Rocky. – Ternopil: Educational Book – Bogdan, 2008. – 304 p.
3. Grishnov O., Tourism And Recreation As Factors Of Human Development / O. Grishnova / Materials Of Reports Of Participants Of The Second Scientific – Practical Conference "Information Technologies In Management Of Tourism, Resort And Recreational Economics" (September 15-16, 2006, Berdyansk). – Berdyansk: Auit "Ariu", 2006. – 245 p.
4. Act Of Ukraine "On Tourism". – Kyiv: Information From The Verkhovna Rada Of Ukraine, 2001. – №32.
5. Culture Of Leisure // V. Picha, I. Bestuzhev-Lada, V. Dimov. – Kiev, 1990. – p.8-15.
6. Moskalets T., Tourism As A Recreational Potential Of The Country / T. Moskalets // Herald Of The Chernihiv State Pedagogical University Named After T.G. Shevchenko. – 2012. – № 98. – p.262-266.

УДК 338.48:658

Басюк Дарія Іванівна,
доктор економічних наук, доцент
Погуда Наталія Вікторівна,
кандидат економічних наук, доцент
Примак Тетяна Юхимівна,
кандидат фізико-математичних
наук, доцент

Національний університет харчових технологій,
м. Київ, Україна, e-mail: Daruna.b@gmail.com
Національний університет харчових технологій,
м. Київ, Україна
Національний університет харчових технологій,
м. Київ, Україна

ВИКОРИСТАННЯ НОВИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ПЕРСОНАЛІЗАЦІЇ ВІДНОСИН З КЛІЄНТАМИ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Мета: наукове обґрунтування нових шляхів покращення персоналізованої взаємодії з клієнтами туристичних компаній на основі використання сучасних інтернет-технологій.

Методика. Здійснено теоретичне узагальнення наукових джерел щодо питань використання інтернет-технологій в рамках відносин з клієнтами (І. Решетнікова, С. Ільяшенко, Е. Пан, П. Гамбл, Р. Джонсон та Д. Форд, С. Мельниченко, М. Бойко, В. Лук'янов, Г. Мунін, Ю. Правик). Аналіз діяльності вітчизняних та іноземних туристичних підприємств щодо персоналізації відносин з клієнтами показав, що на сучасному етапі спостерігається тенденція переходу від стратегії концентрованого маркетингу до стратегії персоналізації, де кожному клієнту пропонується індивідуальний сервісний комплекс.

Результати. Персоналізація відносин з клієнтами для туристичних підприємств є надзвичайно важливим чинником розвитку та отримання прибутку, оскільки продажі в туризмі передбачають тісну взаємодію з споживачами, врахування їх індивідуальних запитів та побажань. Українські компанії, які реалізують принципи персоналізації, часто зіштовхуються з відсутністю науково обґрунтованих методів підготовки та прийняття управлінських рішень з використанням сучасних інформаційних технологій.

В результаті наукового пошуку було запропоновано різні інноваційні шляхи та засоби оптимізації роботи менеджерів туристичних компаній для персоналізованої взаємодії з клієнтами. Менеджери туристичних підприємств на основі сучасних інтернет-технологій можуть ефективно здійснювати аналітику ринку, збір та обробку персональної інформації, а також задіювати інструменти, які дозволяють створювати персональні електронні листи, рекламні оголошення, контент і т. д.

Наукова новизна полягає в комплексній інтегрованій диференційованій оцінці застосування ІТ- технологій для формування персоналізованих стосунків туристичного підприємства з клієнтами .

Практична значимість. Комплексна реалізація сучасних персоналізованих маркетингових інструментів гарантує ефективні та довготривалі відносини з клієнтами, що є запорукою успішної роботи туркомпанії на ринку.

Ключові слова: маркетингові відносини, ІТ – технології, CRM - системи, персоналізація

УДК 338.48:658

Басюк Дарья Ивановна,
доктор экономических наук, доцент
Погуда Наталья Викторовна,

Национальный университет пищевых
технологий, г. Киев, Украина,
e-mail: Daruna.b@gmail.com
Национальный университет пищевых

кандидат экономических наук, доцент

Примак Татьяна Ефимовна,

кандидат физико-математических наук, доцент

технологий, г. Киев, Украина

Национальный университет пищевых

технологий, г. Киев, Украина

ИСПОЛЬЗОВАНИЕ НОВЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ПЕРСОНАЛИЗАЦИИ ОТНОШЕНИЙ С КЛИЕНТАМИ ПРЕДПРИЯТИЙ ТУРИЗМА

Цель: научное обоснование новых путей улучшения персонализированной взаимодействия с клиентами туристических компаний на основе использования современных интернет-технологий.

Методика. Проведено теоретическое обобщение научных источников по вопросу использования Интернет-технологий в рамках персонализированных отношений с клиентами (И. Решетникова, С. Ильяшенко, Е. Пан, , П. Гамбл, Р. Джонсон и Д. Форд, С. Мельниченко, М. Бойко, В. Лукьянов, Г. Мунин, Ю. Правик). Анализ деятельности отечественных и иностранных туристических компаний по персонализации отношений с клиентами показывает, что на современном этапе наблюдается тенденция перехода от стратегии концентрированного маркетинга стратегии персонализации, где каждому клиенту предлагается индивидуальный сервисный комплекс.

Результаты. Персонализация отношений с клиентами для туристических предприятий является чрезвычайно важным фактором развития и получения прибыли, поскольку продажи в туризме предусматривают тесное взаимодействие с потребителями, учет их индивидуальных запросов и пожеланий. Украинские компании, которые реализуют принципы персонализации, часто сталкиваются с отсутствием научно обоснованных методов подготовки и принятия управленческих решений по использованию современных информационных технологий.

В результате научного поиска были предложены различные инновационные пути и средства оптимизации работы менеджеров туристических компаний для персонализированной взаимодействия с клиентами. Менеджеры туристических предприятий на основе современных Интернет-технологий могут эффективно осуществлять аналитику рынка, сбор и обработку персональной информации, а также задействовать инструменты, которые позволяют создавать персональные электронные письма, рекламные объявления, контент и т. Д.

Научная новизна заключается в комплексной интегрированной дифференцированной оценке применения ИТ технологий для формирования персонализированных отношений туристического предприятия с клиентами

Практическая значимость. Комплексная реализация современных персонализированных маркетинговых инструментов гарантирует эффективные и долговременные отношения с клиентами, что является залогом успешной работы туркомпаний на рынке.

Ключевые слова: маркетинговые отношения, ИТ - технологии, CRM - системы, персонализация

UDC 338.48:658

Basyuk Daria Ivanovna, Doctor of Economics, Associate Professor

Pohuda Natalia Viktorovna,

PhD in Economics, Associate Professor

Prymak Tatyana Yuchimovna,

PhD in Physics and Mathematics, Associate Professor

National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine, e-mail: Daruna.b@gmail.com

National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine

National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine

USAGE OF THE NEW INFORMATIONAL TECHNOLOGIES IN PERSONALIZATION OF RELATIONS WITH CUSTOMERS OF TOURISM ENTERPRISES

Purpose: scientific substantiation of new ways to improve personalized interaction with tourist companies' clients based on the use of modern Internet technologies.

Methods. A theoretical synthesis of scientific sources concerning of usage of Internet technologies in the framework of relations with clients (I. Reshetnikova, S. Ilyashenko, E. Pan, P. Gumble, R. Johnson and D. Ford, S. Melnichenko, M. Boyko, V. Lukyanov, G. Munin, Yu. Pravyk). An analysis of the activities of domestic and foreign tourist enterprises regarding the personalization of relations with clients shows that at the present stage there is a tendency to switch from a strategy of concentrated marketing to a strategy of personalization, where each client is offered an individualized service complex.

Results. Personalizing relationships with clients for the tourism industry is an extremely important factor in the development and profit making, since communication in tourism involves close interaction with consumers and their individual requests and wishes. Ukrainian companies that implement the principles of personalization often face the lack of scientifically based methods for preparing and adopting managerial decisions using modern information technologies.

As a result of the scientific search, there have been offered various innovative ways and means of optimizing the work of tourism company managers for personalized interaction with customers through Internet technologies, which include modern analytics services, information collection and processing, as well as tools that allow the creation of personalized emails, promotional advertisement, content, etc.

The scientific novelty lies in the complexed integrated differentiated assessment of the use of IT-technologies for the formation of personalized relations of a tourism enterprise with customers.

The practical significance. The integrated implementation of modern personalized marketing tools ensures effective and long-lasting relationships with customers, which is the key to the successful operation of the company's tour in the market.

Keywords: marketing relations, IT-technologies, CRM-systems, personalization.

Relevance of the research. Modern conditions of increasing competition in most business sectors push companies, including tourism ones, to constantly seek effective strategies for engaging and interacting with customers. The center of influence, which determines the structure of relations in the market, shifts from sellers to buyers, to build long-term relationships with which is becoming more and more difficult. These conditions form scientific and practical interest in improving the effectiveness of working with clients.

Finding ways to solve the efficiency problem requires innovative approaches that take into account the current realities of market development. Moreover, modern information technologies allow to abandon the mass influence on a wide audience which loses its effectiveness, in favour of personalization - the establishment of trust relationships with the client. This determines the need for adaptation of personal work tools to the Internet environment in order to increase the efficiency of business in the face of growing competition.

At the same time, Ukrainian companies implementing the principles of personalization often face the lack of scientifically grounded methods of preparation and adoption of managerial decisions in this area. As a result, the competitive personalization potential is sprayed and does not give the expected effect.

Overview of the recent research. After studying the scientific sources regarding this issue of research, it should be noted that the works that mentioned and described the marketing of relationships appeared in the 1950-1960s (in particular, the works of McGerry [1] and K. Alderson [2]. (Initially, marketing of relationships proposed to apply only to industrial markets, as evidenced by the work of A. Adler [3], J. Arndt. [4] A new wave of curiosity in personalizing relations with the client is the result of the rapid development of modern Internet tools that has significantly brought the company closer to the consumer and provided still Domestic experts N. Golovkin [5], I. Lutsenko, I. Baskova [6], D. Krasov [7] have joined the study of the peculiarities of the introduction of marketing of relations in modern Ukrainian realities, but mainly on the examples of industrial markets. Issues of the use of Internet technologies in the framework of relations with clients in the field of services are devoted to the works and such domestic researchers as I. Reshetnikova (the importance of using Internet technology in the marketing of services) [8], S. Ilyashenko (internet marketing in the sphere of RI educational services) [9]. Such foreign scholars as E. Pan [10], P. Gemble [11], R. Johnson and D. Ford [12] made a significant contribution to the development of the relationship with clients in the service sector. The peculiarities of marketing in the tourism sector were studied by S.Melnichenko, M. Boyko [13], V.Lukyanov, G.Munin [14], Yu. Prajk [15], and others. Emphasizing the importance of personalization of the tourism product marketing, experts note that "the main condition for the proper development of the product tour is the understanding of consumer behaviour and the ability to predict how it will change in the future" [14; with. 121].

Emphasising the previously unresolved issues. Having analysed the works of researchers in the relationship with customers, it should be noted that followers of the relationship marketing, as a rule, consider the importance of improving relations with customers, the purpose and means of achieving long-term relations, but inadequate, in most research, remains the question of personalization of the client and the tools of his qualitative identification Also, this issue is not sufficiently highlighted in relation to the tourism industry, regardless of the relevance of the application.

In this regard, the purpose of this article is to find ways and methods for expanding the possibilities of personalizing relations with clients of travel companies on the basis of Internet technologies.

Presenting main material. According to the definition proposed by the American Marketing Association, marketing relations are the marketing, aimed at developing and managing long-term, trust-based relationships with consumers, distributors, suppliers and other parts of the marketing environment [16]. According to the definition of the famous marketer F. Kotler,

personalization - a personalized offer, carried out to meet the needs of the target market or consumer demand (for example, the proposal is timed to the birthday of the client) [17].

The urgency and importance of this issue is also emphasized by the diversity of scholars' interpretation, which is presented in Table 1. The ambiguity of the interpretation and existence of different approaches to the definition of "marketing relationships", emphasizes the relevance of the selected topics of the study. In our opinion, the most detailed analysis of the approaches to the definition of "marketing relationships" made A.K. Agaria and D. Singh [18], having analyzed the interpretation of foreign scientists from 1980 to 2010. The authors presented 72 definitions and stated that all definitions Different approaches to the chosen concept, that is, "marketing of relationships" can be considered as a process of buying or maintaining relationships, or increasing profitability, or long-term customer orientation, or a win-win situation for all stakeholders [18; with. 228].

Table 1.

Characteristics of approaches to the interpretation of the definition of "Marketing of relationships"

№	Definition	Author
1	Creating, developing and improving individual relationships with carefully selected clients and groups of clients to maximize the total cost of their lives.	E. Pein [20]
2	The marketing result that continues to evolve and reflects its current state as the next step after the concept of socially oriented marketing.	M. Webster [21]
3	The general desire of all employees of the company to find all consumers, identify who they are, and maintain the relationship between your company and these consumers as long as these relationships are mutually beneficial.	P. Gamble, M. Stone, . Woodcock [11]
4	This is the kind of marketing, which focuses on selling to one buyer the maximum number of products, rather than selling one product to the maximum number of buyers.	R. Matthews, A. Ageev, Z. Bolshakov [22]
5	An approach, as a result of which the firm can get completely satisfied consumers and high profitability	J. Novo [23]
6	The strategy of two-side marketing is aimed at the "staff-consumer" link and is connected with quality control of the provision of services, the process of which occurs during the interaction of personnel and consumers.	Yu. Pravyk [15]
7	Strategic, process oriented, interfactual and valueable for the buyer and seller method to achieve the highest financial efficiency	Д. Lambert [24]
8	This is a collection of practical methods of consumer retention. The main priority is to maintain and increase the clientele so that the complex relationships are mutually beneficial	J.J. Lamben [25]

Based on the analysis of theoretical research and modern business practice, we propose the definition of marketing of relationships as an integrated concept of management of relations with consumers, aimed at maximizing the satisfaction of their needs on the basis of long-term interaction.

The peculiarity of marketing the relationship is that the accent is mixed from the mass consumer to the individual, thus, providing the maximum benefit to the consumer, and the company - the consistency of the client through a strong "attachment" to themselves.

The main factors that significantly affect the development of marketing relationships are [19]:

- databases (from creation to effective functioning);
- Interactive dialogue with consumers (via communication: telephone, mail, chat, e-mail);
- personalization (identity of the consumer, taking into account his personal needs and wishes);
- forecasting and modelling the needs of consumers in the near and distant future.

Relationship marketing refers to one of the key business philosophies of progressive organizations, including tourist ones, that focus their activities solely on the client. It is not surprising that today every consumer's attention is distributed between e-mail, personal visits, mail servers, and a variety of marketing messages from various companies trying to influence their choices. Therefore, the consequence of the development of marketing relationships can be considered the creation of CRM-systems.

So, in the range of activities of travel agencies, there are many online services that greatly facilitate and automate their work. If online booking of tours, tickets, transport for travel companies is already a common practice, then the use of CRM-systems has not become as an obligatory attribute of firms in the field of tourism. CRM (customer relationship management) systems are designed to build long-term loyalty and customer relationships through the use of personalized contact technology facilitated. CRM programs go beyond the development of a database and traditional sales tactics. They cover product modifications to meet the needs of individual customers [5; with. 32].

CRM gives an understanding that customers are generating revenue even after a while. Using such systems improves cost efficiency and interoperability. This means that the company is able to provide what the client wants in such a form that neither the company nor the client will waste extra time. What is more, the services or products offered to clients, as much as possible correspond to their needs and interests. The client, in turn, thanks the travel agency for long-term loyalty. CRM works better when customers have highly differentiated needs, highly differentiated ratings, or both. The key feature is to know exactly what the client wants, and to tailor the product or service to suit its needs. The greatest value for a CRM to work properly is the customer data, the maximum detail will allow you to have a happy birthday, remind you of hot deals, etc. It is important for companies specializing in providing services to accumulate as

much detail as possible about customers and their orders, and then to process them in a quality and detail with CRM tools for detailed market analysis, to create their own customer profile, to see the most promising market trends. , evaluate and plan marketing activities, etc.

The peculiarity of CRM systems is the storage of a whole array of customer data in a single database, with the ability to quickly and promptly search for information about it and identify needs with further maximization in their satisfaction. Such systems possess not only real information about the products in which the client is interested, but also allow them to react in a timely manner to the change of market preferences.

The main goal of using CRM-systems is to identify the most "profitable" customers and maintain effective cooperation with them, preventing their transition to a competitor, which leads to increased revenue.

However, it's worth remembering that technology can only help in formulating and storing the record and some aspects of the execution of the order. The rest is the responsibility of employees who must understand the client and develop ways to adapt the services to their requirements. The disadvantage of any CRM system is that customers feel as if something is "pushing" them. An attempt to build relationships with an uninterested customer will be more annoying than to be of benefit, so the main thing is to have a sense of measure. By its very nature, the CRM-system is a tool aimed at systematizing consumer data with the possibility of personalizing them.

The introduction of a CRM system allows a travel company to gain the following benefits: increased returns when in contact with the consumer; obtaining reliable information about interests and wishes of the client through its entrance to the site; the ability to integrate the system with other operating systems; obtaining basic information about making informed managerial decisions; Individual approach to each client with maximum consideration of his needs; Detection of the relationship between the interests of customers and the volume of their purchases; prompt response to changes in customer needs and system compliance to meet them. In table 2 shows statistics on the use of personal data by marketers for personalization [26].

Table 2.

Use of personal / personal data for personalization [26]

<i>Data</i>	<i>Respondet percentage</i>
E-mail address	57%
Name	45%
Geographic location	41%
Demographics (age / sex)	40%
Cookies	31%
IP-address	33%
Social ID (for example, Facebook, Twitter, Instagram)	30%
Work-related data (company, department, position)	25%
ID of the device	22%
Social media ID	22%

Postal address	20%
Location data (weather, etc)	18%
Client account data	18%
Telephone	17%
Way of life detail (property, pets)	15%
Social influence (traditions, stereotypes)	15%
Business related data	15%
Family info	13%
Psychographics (religion, political preferences)	8%
Other	3%
Nothing on the list	5%

Source: (26)

The main disadvantage of using such software is its cost, since its implementation is associated with high resource expenses. This involves both the cost of a license or the introduction of CRM, and the cost of servicing and staff training, as well as the necessary updates and upgrades of such software. Such programs are designed to work through an operator or sales representative, which requires considerable time and financial resources. In addition, the value of the organization's staff is added, since more qualified personnel should be selected to work with such systems and continuously improve their qualifications. It takes much more time to make additional detailed data, and this very often frustrates the management of the idea of introducing CRM systems, as the number and qualifications of employees in travel agencies are usually not sufficient.

To assess the real extent of the penetration of CRM-systems in the technological processes of tourist companies in Ukraine, we conducted surveys of tourism companies, both well-known ones and small agencies from different regions of Ukraine, by sending an e-mail questionnaire. Of the 108 companies that were invited to participate in the survey, only 41 companies provided answers to the questionnaire, which in itself shows a low level of interest and awareness of travel companies regarding the implementation of CRM issues. The results of the questionnaire on the problems of implementing CRM-systems in the tourism business are presented in the table 3.

Table 3.

Results of the questionnaire on the problems of implementing CRM-systems in the tourism business

1.	Question	Multiple choice answers	Answer percentage. %
1.	How do you keep your client base?	Paper journals	3
		Electronic documents	34
		Special apps	37
		Personally developed apps	24
		CRM -systems	2
2.	Evaluate the level of your company's	1-3	35
		4-6	36

	automatisation	7-8	22
		9-10	7
3.	Do you use CRM-systems in your company's work	Yes	2
		No, it is too expensive	69
		Never heard of them	29

As follows from the answer to the question about maintaining a client base, it is clear that most companies use either specialized software (mainly for network companies) or MS Word or MS Excel elementary tables that do not meet the requirements of the database and offer very limited opportunities for analysis. Ready-made analysis and forecasting templates in this way of storing customer data are either missing or cumbersome and inaccessible to an ordinary manager, which significantly reduces the value of that client list for future use.

Analyzing the answer to the question about the degree of automation of business of the company, one can pay attention to the fact that the vast majority of companies consider this degree insufficient, which shows the relevance of the issue in modern conditions.

As for the answer to the key question, the third question of the questionnaire, it is important that most respondents are familiar with CRM systems, but their implementation in the day-to-day operations of companies is low.

29% of respondents have never heard of CRM systems, although their use in tourism industry companies would help to plan and conduct marketing activities, manage resources and spend on marketing in an optimal way. The absolute majority of surveyed tour operators noted the high cost of implementing CRM systems, without paying attention to the fact that the ability to plan sales, organize transparent transaction management and optimize sales channels will allow it to pay back its cost quickly enough. Usually the experts pay the greatest attention to the automatization of daily operational activities - the search for tours, the processing of documents, customer service, forgetting that the CRM system keeps a complete history of communication with customers, helps sales departments to analyze their behaviour, create and implement products that require promising customers. Such customer-orientation, personalization of relationships is the most useful in the field of service, where a good dialogue with the client is a key condition for success.

Summarizing the results of the study, it is necessary first of all to state the insufficient level of automation of the work of travel companies and the low degree of use of CRM-systems in everyday work. The analysis showed that 71% of industry professionals are already aware of the possibility of using such programs, but in practice most are not yet ready to use them.

Specialized software used by modern travel companies is one way or another largely adapted specifically for tourism, with the ability not only to keep track of clients, but also to perform a number of special functions that are not subject to simple documents in Microsoft Office or classic CRM systems. . These

functions include: sales of tours, reservation of air and railway tickets and tours from tourist organisations, creation of own tours, accounting and financial prognosis, sending e-mail and text messages, preparation of documents for the tourist, storage of contracts and documents in the system.

When all the tools necessary for the agent are combined into a single complex, there is no confusion in the organization of the work of employees, and there is no need to work simultaneously in several programs, magazines and tables. The presence on the market of a large selection of software for tour companies (for example, Master-TOUR, Master Agent, SAMO-TOUR, SAMO-Tour Agent, Overseas-tourism, Parus-Travel Agency) allows you to fully appreciate the advantages and disadvantages of tourist software complexes in view of their functionality in terms of marketing analysis.

Such kind of exclusively "tourist" software often does not even have elementary functions of CRM-systems, although it also requires the input of customer data and details of booked tours. However, manufacturers often pay attention to the "utilitarian" functions of creating, booking, promotion and tours, without paying due attention to the tools for analysis, forecasting, personalization of customer relations. Accordingly, the implementation of the CRM system is considered by the tourism professionals to be inappropriate, and tools for building a personalized relationship with the client in a special software to support operating activities are missing or insufficient to duplicate the functions of CRM. It is possible to solve these contradictions by means of an integrated approach that helps to combine the advantages of CRM-systems with the most modern personalization tools through Internet technologies and the use of special operating tourism software.

In order to set up a qualitative system for personalizing customer relationships, you need to go through the following steps:

- 1) making a decision on the implementation of a personalization strategy, defining the main objectives and budget of the project;

- 2) development of business processes - each business process must be developed with the participation of managers, marketers and sales managers, as well as formalized in order to unify the approaches and understanding of all participants in the final goal process;

- 3) service settings - most services require the intervention of marketers and technicians who can correctly set up the work of each service and develop the links that are lacking for the full operation of those or other tools;

- 4) personnel training - for the proper launch of personalization tools, we need really high-quality personnel, the travel company must spend time and money, or hire the right employee. The process of continuing training for staff is permanent - this means that the staff who is in direct contact with the client must know and constantly work out a clear customer interaction procedure, for example, that he asks during a conversation who can offer what data and where enter, at what stage there is a repeated contact with the client, etc.

5) realization of the personalization strategy - with the help of already configured tools and by using accumulated data, marketers and sellers work together on personalized relationships with clients;

6) analysis of the achieved results in terms of increasing the number of clients, increasing the percentage of repeated appeals, reducing complaints and penalties. If necessary, adjusting individual procedures and business processes.

In addition, it should not be forgotten that technology providers for travel companies (for example, Amadeus, Saber) also develop and actively respond to market needs that provide technological opportunities for managing marketing relationships at tourist enterprises.

A recent study by IBM showed that more than 28,000 consumers support similar initiatives, while 59% of respondents said they were ready to supply service providers and agencies with extended lifestyle information and suggestions to be able to locate and receive tailor made travel products [27].

Analyzing the positive experience of the leading travel companies in the world and the latest trends in marketing communications, we can offer the main elements of the strategy of the tourist company's activities in building a sustainable personalized and mutually beneficial relationship with the tourist:

1) collecting customer data by a clear algorithm in accordance with the established business process and bringing them to the CRM-system;

2) use of all possibilities of the CRM-system for personalization of relations with each client, including, in phone conversations;

3) personalization of emails in content (addressing a name, offering in accordance with the interests of the client, building chain of letters, tracking events in the life of the client) and design (adaptive design);

4) personalization of the website - adaptive design, creation of custom sections, personal cabinet, subscription and its settings, offers according to the location of the client, personalized content of the site according to the last session of the client, creating a stopper - a popup message that contains a call and motivation (for example, discount) for the client before leaving the website of the travel company;

5) communication in social networks - adherence to recommendations on content proportions (70% - traditional low-risk content, 20% - innovative content, based on successful development of the past, 10% - fundamentally new ideas of high-risk content), shares and special offers for page subscribers in social networks, activity in social networks of company executives, connection of additional services (for example, inTarget);

6) advertising in social networks - the choice of the target audience of interests, interaction with the leaders of opinions;

7) search advertising in search engines - according to the user's search query;

8) thematic advertising on the display network - advertisements on thematic websites;

9) Remarketing - Displaying ads to users who have already visited the company's website or uploaded an application to the company;

10) Return of the "abandoned cart" - personalized promotional messages for users who added, for example, a tour or tickets to the cart, but did not finish the order, with information about these products, possibly giving them a discount after some time;

11) Tracking the emergence of new services and mobile applications that can be useful to customers when traveling.

Conclusions and recommendations. Thus, the article analyzed the scientific approaches and actual practical aspects of management of marketing relationships using modern information tools. The results of the study suggest the application of an integrated approach to managing personalization of relationships with customers with a multi-choice choice using CRM-systems, personalized versions of the site of the company, social networks, banner advertising, etc. If the travel company will come up with an integrated approach to personalize customer relationships and apply in practice all the possible tools and services, then the result will be customer loyalty and a substantial increase in income.

Consequently, Ukrainian travel companies should work on the correct use of modern tools such as CRM systems, contextual advertising, remarketing, inTarget, email distribution, since at the moment only some of them are implemented, and then very superficial. Thus, the company loses opportunities and profits, and most importantly - time. In the conditions of high competition in the tourism industry, companies that will be able to adjust the entire set of tools to the first, will be able to take a larger market share.

References:

1. Mc-Garry, E.D. (1953). Some new viewpoints in marketing. *Journal of Marketing*, 18 (1), 36-43.
2. Alderson, W. (1965). *Dynamic Marketing Behavior: A Functionalist Theory of Marketing*, IL: Homewood,
3. Alder, H. (2003). *Marketynh budusheho: dyaloh soznanyj: Obschenye s potrebyteliamy v XXI veke* [Marketing of the Future: Dialogue of Consciousness: Communication with Consumers in the 21st Century]. Moskva, Rossya: FAYR PRESS.
4. Arndt, J (1985). On Making Marketing Science More Scientific: Role of Orientations, Paradigms, *Journal of Marketing*, 49 (3), 11-23.
5. Holovkina, N. V. (2007). Personalizatsiia marketynhovykh komunikatsij: Novyj stratehichnyj prostir [Personalizing Marketing Communications: A New Strategic Space]. *Marketynh v Ukraini - Marketing in Ukraine*, 2 (48), 27-33 [in Ukrainian].
6. Lutsenko, I.S. & Bas'kova, I.H. (2012). Upravlinnia vidnosynamy zi spozhyvachamy - iak osnova iakisnykh innovatsij [Managing consumer relations - as a basis for quality innovation]. *Efektivna ekonomika - Effective economy*, 12. Retrieved from <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1631&p=1> [in Ukrainian].
7. Krasov D. M. Navischo potribni CRM - systemy? [Why do you need CRM systems?]. (n.d.). [www.vidpo.net](http://vidpo.net). Retrieved from <http://vidpo.net/navishho-potribni-crm-sistemi.html> [in Ukrainian].
8. Reshetnikova, I. (2014). Vykorystannia internet-tekhnohij v marketynhu sfery posluh [Use of Internet technologies in the marketing of services]. *Marketynh v Ukraini - Marketing in Ukraine*, 5, 45-47 [in Ukrainian].
9. Iliashenko, S.M. (2014). Internet-marketynh naukovo-osvitnikh posluh [Internet marketing of scientific and educational services]. *Naukovi pratsi Donets'koho natsional'noho tekhnichnoho universytetu. Ser. : Ekonomichna - Scientific works of Donetsk National Technical University. Ser. : Economic*, 4, 271-278. Retrieved from http://nbuv.gov.ua/UJRN/Npdntu_ekon_2014_4_36 [in Ukrainian].
10. Pejn, E. (2007). *Rukovodstvo po CRM: Put' k sovershenstvovanyiu menedzhmenta* [Guide to CRM: The Way to Improve Management]. Mynsk, Belorussiya: Hrevtsov Pablysher [in Russian].

11. Hembl, P., Stoun, M. & Vudkok, N. (2002). Marketynh vzaymootnoshenyj s potrebytelem [Marketing of customer relationships]. Moskva, Rossyia: FAYR PRESS [in Russian].
12. Ford, D. & Johnsen, Rhona E. (2000). Asymmetrical and symmetrical customer-supplier relationships: contrasts, evolution and strategy. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 5(6), 279-312.
13. Mazaraki, A. A., Tkachenko, T.I., Mel'nychenko, S.V. et al. (2013). Turysts'ki destynatsii (teoriia, upravlinnia, brendynh) [Tourist Destinations (theory, management, branding)]. Kyiv, Ukraina: KNTEU [in Ukrainian].
14. Luk'ianov, V.O. & Munin, H.B. (2012). Marketynh turystychnoho biznesu [Marketing of tourism business]. Kyiv, Ukraina: Kondor [in Ukrainian].
15. Pravyk, Yu.M. (2008). Marketynh turyzmu [Marketing for tourism]. Kyiv, Ukraina: Znannia [in Ukrainian].
16. Sait «Amerykans'ka asotsiatsiia marketolohiv» [Website American Marketing Association]. www.ama.org. Retrieved from <https://www.ama.org/publications/JournalOfInternationalMarketing/Pages/JIM-TOC-2015-3.aspx>.
17. Kotler, F, Bouen, Dz. & Mejkenz, Dz. (2007). Marketynh. Hostepryymstvo. Turyzm [Marketing. Hospitality. Tourism]. Moskva, Rossyia: Yunyty-Dana [in Russian].
18. Agariya, A.K. A. & Singh, D. (2011). What really defines relationship marketing? : a review of definitions and general and sector-specific defining constructs. *Journal of relationship marketing : innovations & enhancements for customer service, relations & satisfaction*, 10(4), 203-23. Retrieved from <http://www.dsacademia.com/wp-content/uploads/2015/10/What-Really-Defines-Relationship-Marketing.pdf>
19. Butenko, N. V. (2006). Marketynh [Marketing]. Kyiv, Ukraina: Atika Retrieved from http://pidruchniki.com/1256060740067/marketing/kontseptsiya_marketingu_vzayemovidnosin [in Ukrainian].
20. Payne, A. (2000). Customer retention in marketing management: A relationship marketing perspective. Basingstoke, England: MacMillan Business.
21. Vebster, F., Enys, B., Koks, K. & Mokva, M. (2001). Yzmenenye roly marketynha v korporatsyy [Change in the role of marketing in a corporation]. SPb, Rossyia: Pyter [in Russian].
22. Met'iuz, R., Aheev, A. & Bol'shakov, Z. (2003). Novaia matrytsa, yly Lohyka stratehycheskoho prevoskhodstva [The new matrix, or the Logic of strategic superiority]. Moskva, Rossyia: OLMA-PRESS [in Russian].
23. Novo, J. (2004). Drilling down: Turning Customer Data into Profits with a Spreadsheet. Booklocker.
24. Lambert, D. M. (2010). Customer relationship management as a business process. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 25(1), 4-17.
25. Lamben, Zh.-Zh., Chumpytas, R. & Shulynh, I. (2014). Menedzhment, oryentyrovannyj na rynek [Market-oriented management]. SPb, Rossyia: Pyter [in Russian].
26. Jones, A. Identity and Marketing. Capturing. Unifying and Using Customer Data to Drive Revenue Growth. (n.d.). www.insight.venturebeat.com. Retrieved from <http://insight.venturebeat.com/report/customer-identity-marketing-capturing-storing-and-enriching-right-data>.
- Katie Sweet. Consumers want personalization: Stats roundup (n.d.). www.ibm.com. Retrieved from <https://www.ibm.com/think/marketing/consumers-want-personalization-stats-roundup>.

УДК 378.1:615.825

Белоусова Наталія Володимирівна,
кандидат географічних наук, доцент

Національний авіаційний університет,
Київ, Україна,
e-mail: belousova-69@ukr.net

АНАЛІЗ ГОТОВНОСТІ ТУРИСТИЧНИХ АГЕНЦІЙ УКРАЇНИ ДО РОБОТИ З ІНКЛЮЗИВНИМИ ТУРИСТАМИ

Мета. Враховуючи соціально-економічні чинники дати аналіз готовності сучасних українських туристичних агенцій на предмет створення адаптованих туристичних маршрутів для інклюзивних туристів з урахуванням їх особливих потреб і виявити проблеми надання туристичних послуг людям з інклюзією, особливо особам з інвалідністю різних нозологій.

Методика. Використані аналітичний, порівняльно-географічний та синтетичний методи.

Результати. Проаналізувавши стан роботи сучасних українських туристичних агенцій на предмет розробки та впровадження туристичних маршрутів для інклюзивних туристів, особливо для людей з інвалідністю, було виявлено небажання туристичних агенцій займатись даним сегментом туристів з економічних, медичних та суто соціальних аспектів.

Наукова новизна. Проаналізований стан готовності туристичних агенцій для роботи з інклюзивними туристами, виявлені причини низького рівня зацікавленості туристичних операторів у розробці маршрутів для інклюзивних туристів, особливо людей з інвалідністю.

Практична значимість. Матеріали публікації можуть бути використані під час навчального процесу у вищих навчальних закладах, що здійснюють підготовку фахівців для української туристичної індустрії, практичній діяльності туристичних операторів і агенцій.

Ключові слова: туризм, інклюзивні туристи, люди з інвалідністю, туристичні агенції.

УДК 378.1:615.825

Белоусова Наталья Владимировна,
кандидат географических наук, доцент

Национальный авиационный университет,
Киев, Украина, e-mail: belousova-
69@ukr.net

АНАЛИЗ ГОТОВНОСТИ ТУРИСТИЧЕСКИХ АГЕНЦИЙ УКРАИНЫ К РАБОТЕ С ИНКЛЮЗИВНЫМИ ТУРИСТАМИ

Цель. Учитывая социально-экономические факторы дать анализ готовности современных украинских туристических агентств на предмет создания адаптированных туристических маршрутов для инклюзивных туристов с учетом их особых потребностей и выявить проблемы предоставления туристических услуг людям с инклюзией, особенно лицам с инвалидностью различных нозологий.

Методика. Использованы аналитический, сравнительно-географический и синтетический методы.

Результаты. Проанализировав состояние работы современных украинских туристических агентств на предмет разработки и внедрения туристических маршрутов для инклюзивных туристов, особенно для людей с инвалидностью, было обнаружено

нежелание туристических агентств заниматься данным сегментом туристов из экономических, медицинских и чисто социальных аспектов.

Научная новизна. Проанализировано состояние готовности туристических агентств для работы с инклюзивными туристами, выявлены причины низкого уровня заинтересованности туристических операторов в разработке маршрутов для инклюзивных туристов, особенно людей с инвалидностью.

Практическая значимость. Материалы публикации могут быть использованы в учебном процессе в высших учебных заведениях, осуществляющих подготовку специалистов для украинской туристической индустрии, практической деятельности туристических операторов и агентств.

Ключевые слова: туризм, инклюзивные туристы, люди с инвалидностью, туристические агентства.

UDC 378.1:615.825

Belousova Natalya Vladimirovna,
Candidate of Geographical Sciences,
Associate Professor

National aviation University of Kyiv, Ukraine
e-mail: belousova-69@ukr.net

ANALYSIS OF PREPAREDNESS OF TOURIST AGENCIES OF UKRAINE TO WORK WITH INCLUSIVE TOURISTS

Goal. Taking into account socio-economic factors, to give an analysis of the readiness of modern Ukrainian travel agencies for the purpose of creating adapted tourist routes for inclusive tourists taking into account their special needs and to identify the problems of providing tourist services to people with inclusions, especially those with a disability of different nosologies.

Method. Analytical, comparative-geographical and synthetic methods were used.

Results. Analyzing the state of work of modern Ukrainian travel agencies for the development and introduction of tourist routes for inclusive tourists, especially for people with disabilities, the reluctance of travel agencies to deal with this segment of tourists on economic, medical and purely social aspects was revealed.

Scientific novelty. The state of readiness of travel agencies for work with inclusive tourists is analyzed, reasons of low level of interest of tour operators in developing routes for inclusive tourists, especially people with disabilities are revealed.

Practical significance. Materials of publication can be used during the educational process in higher educational institutions that train specialists for the Ukrainian tourist industry, practical activities of tour operators and agencies.

Key words: tourism, inclusive tourists, people with disabilities, travel agencies

Постановка проблеми. На сучасному етапі розвитку українського суспільства, рішення проблем людей інклюзивних груп є одним з пріоритетних напрямків соціальної політики і в значній мірі визначає рівень соціального благополуччя як всього населення країни, так і його соціально вразливих верств. Актуальність проблеми визначається наявністю в соціальній структурі суспільства значної кількості осіб, які мають інвалідність різних груп і нозологій. За прогностичними оцінками науковців, у зв'язку з несприятливою соціально-економічною обстановкою, у найближчі роки очікується збільшення чисельності людей інклюзивних груп, в тому числі людей з інвалідністю у 4-5 разів, а то і

більше. Це свідчить про масштабність проблеми інвалідності та визначає необхідність прийняття на державному рівні комплексу заходів реінтеграції людей з інвалідністю у суспільство [3].

На даний момент не прийнята за основу базова програма реабілітації, не розроблена система контролю й оцінки ефективності індивідуальних програм реабілітації, в тому числі програм реабілітації за допомогою туристичної сфери послуг (пакет документів щодо надання інклюзивному реабілітаційному туризму статусу соціально-реабілітаційних послуг за допомогою туристичної сфери підготовлений Асоціацією інклюзивного реабілітаційно-соціального туризму до Кабінету міністрів України).

Аналіз досліджень та публікацій. Проблеми соціалізації та адаптації людей з інклюзією до навколишнього середовища є тематикою наукових досліджень як вітчизняних (О.Бейдик, О.Любіцева, С.Богданов, Г. Гаврюшенко, А. Колупаєва, Н. Найда, Н. Софій, І. Ярмошук та ін., присвячують свої праці дослідженням проблеми залучення осіб з особливими потребами до навчання в освітніх закладах, їх реабілітації та соціалізації до суспільних норм) [2], так і зарубіжних вчених (В.Преображенський, М. Мироненко, І. Твердохлебов, І. Зорін, С.Сесьолкін та ін.) [1]. Допоміжним матеріалом для виконання наукових досліджень виступають тематичні сайти internet-ресурсів.

Мета статті. Враховуючи соціально-економічні чинники дати аналіз готовності сучасних українських туристичних агенцій на предмет створення адаптованих туристичних маршрутів для інклюзивних туристів з урахуванням їх особливих потреб і виявити проблеми надання туристичних послуг людям з інклюзією, особливо особам з інвалідністю різних нозологій.

Виклад основного матеріалу. Враховуючи той факт, що в роботі туристичних агенцій головну роль відіграє матеріально-технічне забезпечення, ми не можемо обійти стороною таке питання як наявність туристичних об'єктів в Україні, які готові прийняти людей з інвалідністю та інші групи інклюзивних туристів, а також розробку маршрутів, адаптованих для інклюзивних груп туристів.

Питання залишається відкритим стосовно бажання і можливостей туристичних агенцій розробити туристичні маршрути для інклюзивних реабілітантів та надати їм повний спектр туристичних послуг. Причина в тому, що більшість туристичних агенцій мають приватну форму діяльності, для яких основною метою є економічна обґрунтованість їх діяльності, і тільки на другому плані якість обслуговування туристів. А якщо питання стосується людей з інвалідністю, то розмова заходить у глухий кут. Це пояснюється тим, що туроператори не бажають чи не вважають актуальним напрям інклюзивного туризму з декількох причин:

1. Для надання туристичних послуг для людей з інвалідністю необхідно вивчити особливості кожної з нозологій (а їх 132), щоб визначитись з тими напрямками, які, на думку туроператора, будуть більш

перспективними в плані безпеки проведення туристичних подорожей та з точки зору фінансової рентабельності;

2. Для отримання туристичною агенцією прибутку необхідні кількісні показники туристів. Інклюзивні туристи потребують особливої уваги, за необхідності – супроводу, присутності сурдоперекладачів, реабілітологів чи спеціалізованих медичних працівників. За кількісним складом дані туристичні групи формуються відповідно до нозологій майбутніх туристів та рівня необхідного обслуговування (від 3 до 19 осіб). Тому, пріоритетними є туристичні групи (чим більша група – тим краще), для яких пропонуються вже апробовані стандартні туристичні маршрути та які дають бажаний прибуток агенції.

3. Окремим питанням є транспортні послуги для групи інклюзивних туристів, які можуть потребувати особливих умов транспортного переміщення. Наприклад, для інвалідів-візочників необхідний спецтранспорт, для сліпих людей - супровід, для людей з надмірною вагою - габарити транспорту, для пенсіонерів – комфортний транспорт і т.д. Тривалість таких подорожей або скорочується (спостерігається швидка втомлюваність, ніж у звичайних екскурсантів), або маршрут витримується за повним терміном, але формується таким чином, щоб дані туристи мали змогу частіше відпочивати. Тоді загальний час подорожі - збільшується. При цьому повинні бути враховані фізичні, психологічні та фізіологічні особливості екскурсантів.

4. Для туристів інклюзивних реабілітаційно-соціальних груп необхідні особливі умови відпочинку та оздоровлення (пансіонати, готелі, бази відпочинку, об'єкти харчування та дозвілля), які б мали максимально комфортні умови та архітектурну доступність середовища.

5. Певна кількість інклюзивних туристів – це особи різних соціальних груп, які мають низьке державне пільгове грошове забезпечення, що нівелює бажання турагенцій надавати свої послуги і можливості пільговика на отримання туристичних послуг. Єдиним вірним шляхом в даному випадку є залучення іноземних інклюзивних туристів до української сфери туристичних послуг, яка, очима іноземців не витримує критики (пострадянська архітектура готелів, низький рівень якості туристичного обслуговування, відсутність достатньої кількості різномовних екскурсоводів і обслуговуючого персоналу готелів і ресторацій (нормою є невідповідність якості страв ціновій політиці закладу), низький рівень професійного кадрового забезпечення, критичний стан автошляхів, відсутність туристичного спецтранспорту.

Моніторинг туристичних агенцій м.Києва показав, що всі перелічені вище причини та інші моменти відлякують туристичні агенції від розробки туристичних маршрутів для інклюзивних туристів. Не завжди керівники турагенцій чи туркомпаній розуміють актуальність створення даного туристичного сегменту. І навіть ті, агенції, які спочатку погодились взяти участь в експерименті по створенню туристичних маршрутів для інклюзивних туристів по території України (TREVEL@HAB), дуже

швидко відмовились, пояснюючи своє рішення економічною нерентабельністю.

Інші туристичні агенції (м. Київ, м.Харків, м. Одеса, м.Черкаси) хотіли б долучитись до даного Проекту, але не мають методичного супроводу щодо роботи з туристами інклюзивних груп, що теж є значною перешкодою в процесі інтеграції і соціалізації українських інклюзивних туристів у сучасне суспільне середовище.

Висновки та пропозиції. Доцільним, на нашу думку, є аналіз вже існуючих закордонних методик надання туристичних послуг інклюзивним групам туристів і створення аналогічної методики, яка буде адаптована для українського суспільства. Підсумовуючи все вище викладене можна зробити висновок, що українська туристична сфера ще не сформована для надання туристичних послуг інклюзивним туристам і це завдання повинно стати першочерговим для розвитку туристичної індустрії України.

Список використаних джерел:

1. Белоусова Н.В. Теоретичні аспекти розвитку інклюзивного реабілітаційно-соціального туризму в Україні. Науковий журнал «Наукові записки Сумського державного педагогічного університету. Географічні науки». - Суми: СумДПУ імені А.С.Макаренка, 9-й випуск, 2018 – С.205-213;
2. Белоусова Н.В. Інклюзивний туризм в системі реабілітаційної географії: від теорії до практики: монографія / Белоусова Н.В. – К., ТАЛКОМ, 2018. – 346 с.
3. International Displacement Monitoring Center. Latest IDP numbers bycountry.[Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.internal-displacement.org/database>.

Список использованных источников:

1. Белоусова Н.В. Теоретические аспекты развития инклюзивного реабилитационно-социального туризма в Украине. Научный журнал «Научные записки Сумского государственного педагогического университета. Географические науки ». - Сумы: СумГПУ имени А.С.Макаренка, 9-й выпуск, 2018 - С.205-213;
2. Белоусова Н.В. Инклюзивный туризм в системе реабилитационной географии: от теории к практике: монография / Белоусова Н.В. - М., ТАЛКОМ, 2018. - 346 с.
3. International Displacement Monitoring Center. Latest IDP numbers bycountry.[Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.internal-displacement.org/database>.

References:

1. Belousova N.V. Theoretical aspects of the development of inclusive rehabilitation and social tourism in Ukraine. Scientific journal «Scientific notes of Sumy State Pedagogical University. Geographic Sciences». - Sumy: SumGPU named after A.S.Makarenko, 9th issue, 2018 - C.205-213;
2. Belousova N.V. Inclusive tourism in the system of rehabilitation geography: from theory to practice: monograph / Belousova N.V. - M., TALCO, 2018. - 346 p.
3. International Displacement Monitoring Center. Latest IDP numbers bycountry: [Electronic resource]. - Access mod: <http://www.internal-displacement.org/database>.

УДК 379.85:641(477.4)

Нестерчук Інна Костянтинівна,
кандидат географічних наук, доцент

Житомирський національний агроекологічний
університет, м. Житомир, Україна,
e-mail: nester_geoeek@ukr.net

ПРИКЛАДНЕ ГАСТРОНОМІЧНЕ ДОСЬЄ ПРАВОБЕРЕЖНОГО ПОЛІССЯ

В статті проведено ревізію гастрономічних пропозицій території дослідження Правобережного Полісся з метою залучення та просування місцевих автохтонних страв та харчових традицій.

Мета. Обґрунтування теоретико-методологічного підходу до питань просування місцевих продуктів харчування та вина шляхом ретроінноваційної перспективи. Тому створення іммерсивного еногастрономічного досвіду вимагає інноваційного підходу, починаючи із винаходів традиційних страв та рецептів, але без ризику втрати автентичності.

Методика. Спираючись на ретроінноваційний підхід та польові дослідження намагалися забезпечити синергію гастрономічного туризму через ряд змінних: просування та реклама місцевої кухні як ресурсу конкретного регіону; розробка універсального тур продукту, який включає гастрономічні тури; набутий досвід, щодо унікальних місць, які справляють враження «привабливої кухні»; кулінарні події, прив'язані локалізовано.

Результати. Результати наукового дослідження регіону анонсують велику традиційну спадщину, в якій автохтонна кухня стає ланкою між задоволенням досвіду для туриста та рекламою місцевості. Ключовим фактором є перетворення загального туристичного продукту на унікальний досвід, завдяки гастрономічним маршрутам, які поліпшать місцеву інфраструктуру та будуть сприяти розвитку економіки в регіоні.

Наукова новизна. Знання про їжу та вино Правобережного Полісся стануть основним мотиваційним фактором для відвідування даного пункту призначення. В світлі цих змін необхідно прийняти новий підхід до популяризації гастрономічного туризму – новий образ мислення.

Практична значимість. Гастрономія в останні роки стала однією з головних мотивацій для відвідування географічних районів, зокрема Правобережного Полісся. Фактично, туристи вимагають нових вражень, які стимулюють інші почуття, крім зору: гастрономічний туризм здатний стимулювати інші відчуття, такі як смак і запах. Гастрономічний туризм демонструє великий потенціал для туристичного продукту та створює нові можливості для розвитку інших господарських заходів.

Ключові слова: гастрономічний туризм, гастрономічне досьє, Правобережне Полісся, ретроінноваційна перспектива, історія і еволюція продуктів харчування.

УДК 379.85:641(477.4)

Нестерчук Инна Константиновна,
кандидат географических наук, доцент

Житомирский национальный
агроэкологический университет, г.
Житомир, Украина,
e-mail: nester_geoeek@ukr.net

ПРИКЛАДНОЕ ГАСТРОНОМИЧЕСКИЕ ДОСЬЕ ПРАВОБЕРЕЖНОГО ПОЛЕСЬЯ

В статье проведена ревизия гастрономических предложений территории исследования Правобережного Полесья с целью привлечения и продвижения местных автохтонных блюд и пищевых традиций.

Цель. Обоснование теоретико-методологического подхода к вопросам продвижения местных продуктов питания и вина путем ретроинновационной перспективы. Поэтому создание иммерсивного этногастрономического опыта требует инновационного подхода, начиная с изобретений традиционных блюд и рецептов, но без риска потери подлинности.

Методика. Опираясь на ретроинновационный подход и полевые исследования пытались обеспечить синергию гастрономического туризма через ряд переменных: продвижение и реклама местной кухни как ресурса конкретного региона; разработка универсального турпродукта, который включает гастрономические туры; приобретенный опыт, относительно уникальных мест, которые производят впечатление «привлекательной кухни»; кулинарные события, привязанные локализовано.

Результаты. Результаты научного исследования региона анонсируют большое традиционное наследие, в котором автохтонная кухня становится звеном между удовлетворением опыта для туриста и рекламой местности. Ключевым фактором является превращение общего туристического продукта на уникальный опыт, благодаря гастрономическим маршрутам, которые улучшат местную инфраструктуру и будут способствовать развитию экономики в регионе.

Научная новизна. Знание о еде и вине Правобережного Полесья станут основным мотивационным фактором для посещения данного пункта назначения. В свете этих изменений необходимо принять новый подход к популяризации гастрономического туризма - новый образ мышления.

Практическая значимость. Гастрономия в последние годы стала одной из главных мотиваций для посещения географических районов, в частности Правобережного Полесья. Фактически, туристы требуют новых впечатлений, которые стимулируют другие чувства, кроме зрения: гастрономический туризм способен стимулировать другие ощущения, такие как вкус и запах. Гастрономический туризм демонстрирует большой потенциал для туристического продукта и создает новые возможности для развития других хозяйственных мероприятий.

Ключевые слова: гастрономический туризм, гастрономическое досье, Правобережное Полесья, ретроинновационная перспектива, история и эволюция продуктов питания.

UDC 379.85:641(477.4)

Nesterchuk Inna Kostyantynivna,
Candidate of Geographical Sciences, Associate
Professor

National Argoecological University,
Zhytomyr, Ukraine, e-mail:
nester_geoek@ukr.net

APPLIED GASTRONOMIC DOSSIER OF THE RIGHT-BANK POLISSYA

In the article, an audit of gastronomic proposals for the territory of the the Right-bank Polissya study was carried out in order to attract and promote local autochthonous dishes and food traditions.

Goal. The substantiation of the theoretical and methodological approach to the issues of promotion of local food and wine through a retro-innovative perspective. Therefore, the creation of immersive ethno-gastronomic experience requires an innovative approach, starting with the inventions of traditional dishes and recipes, but without the risk of loss of authenticity.

Method. Based on the retro-innovative approach and field research, we tried to ensure the synergy of gastronomic tourism through a range of variables: promotion and advertisement of local cuisine as a resource of a particular region; development of a universal

product tour, which includes gastronomic tours; the experience gained about the unique places that make the impression of an "attractive kitchen"; culinary events tied locally.

Results. The research results of the region announce a large traditional heritage in which the autochthonous cuisine becomes a link between the pleasure of experience for the tourist and the advertisement of the area. A key factor is the transformation of the general tourist product into a unique experience, thanks to gastronomic routes that will improve local infrastructure and contribute to the development of the economy in the region.

Scientific novelty. Knowledge of food and wine of the Right-bank Polissya will become the main motivating factor for visiting this destination. In light of these changes, it is necessary to adopt a new approach to the promotion of gastronomic tourism – a new way of thinking.

Practical significance. Gastronomy in recent years has become one of the main motivations for visiting geographic areas, in particular, the Right-bank Polissya. In fact, tourists demand new experiences that stimulate other feelings, besides the sight: gastronomic tourism can stimulate other sensations such as taste and smell. Gastronomic tourism demonstrates great potential for tourism product and creates new opportunities for development of other economic events.

Key words: gastronomic tourism, gastronomic dossier, the Right-bank Polissya, retro-innovative prospect, history and evolution of food products.

Вступ. Правобережне Полісся має сильну і точну ідентичність, однак це відоме в основному лише мешканцям, а ще гірше іноземцям. Тому зважаючи на цю причину цей регіон вважають новим та непізнаним туристичним напрямком, який пропонує широкий спектр послуг та розваг для туристів. Кухня та страви Правобережне Полісся мало відомі за кордоном. Туристи сьогодні мало знають про цю територію і тому не знають про культурну і продовольчу та винну пропозицію. Тільки завдяки ефективній компанії крупно масштабного просування, яка дозволить нам взнати про їжу, вино цього краю, і таким чином покращить сприйняття Правобережного Полісся як місця для гастрономічного туризму.

Постановка проблеми. Сьогодні все більше число туристів рухається за конкретними інтересами, включаючи культуру, гастрономію, продукти харчування, вино. Сподіваючись отримати відповідний їхнім вимогам досвід, хочуть взаємодіяти із тими, хто проживає в цьому місці та пізнати місцевий стиль життя. Зокрема, туристи із продуктів харчування і вина являють собою зростаючий сегмент ринку, і все більше та більше напрямків та посередників пропонують сумісний творчий досвід. З цієї точки зору регіон Правобережне Полісся повинен покращити якість відвідин та запропонувати регіональні продукти, які можуть задовольнити потреби цього туриста. В той же час заохочувати розвиток співпраці між виробниками та постачальниками агропродовольчої продукції з операторами туризму та культури. Знайти баланс між традиціями та інноваціями складно, але необхідно надихнути уяву туриста, на допомогу приходить новий спосіб захисту продуктів харчування і вина – ретроінноваційний.

Аналіз останніх публікацій. Основним джерелом для написання даної роботи послуговував науковий матеріал [1- 4, 10, 13, 16, 19, 20 - 22, 24, 27,

33, 38], Важливу роль для вивчення теми зіграв також аналіз наукових праць [7, 8, 23]. Суттєве значення має розпочате в статті теоретичне узагальнення матеріалу за темою: ретроспективне вивчення харчування поліщуків Правобережного Полісся [9, 36]. Врахований плідний науковий досвід зарубіжних вчених з вищезазначеної проблеми [39 - 55].

Метою даної статті є комплексне міждисциплінарне дослідження гастрономії, традицій харчування, етнокультури поліщуків Правобережного Полісся в напрямку формування туристських ресурсів для організації гастрономічного туризму.

Виклад матеріалу дослідження. Їжа являє собою важливий етнологічне джерело, що відображає специфіку культурного і соціально-економічного розвитку народів. Тому необхідно точне і недвозначне розуміння того, що Полісся - не просто міжетнічна зона, а в історичному і етнокультурному відношенні воно приналежить до етнічних територій України та Білорусі, а в північно-східній частині - і Росії, що його корінне населення відповідно є складовими частинами українського, білоруського та російського етносів [9, с. 5].

Особливою ієрархичністю відрізняються крайові самоназви на міжрегіональному пограниччі і в етноконтактних зонах. Так, в Західному Поліссі, де в основному проживають українці і білоруси, значна частина українців називає себе ще поліщуками, а українців, які живуть південніше, - польовиками або полянами [36, с. 20].

Найдавніші згадки про Полісся і його жителів - будинах (вудинах) мають місце в працях грецького історика Геродота (бл. 485-430 рр. до н. е.) [14, с. 21]. У Галицько-Волинському літописі, під роком 1274 згадується про князя Мстислава, який воював в Поліссі, котрий від Копиля пішов на південь до Полісся [31]. До другої половини XVI ст. відноситься вже карта Полісся (Tabula Paludum Polesie DrZiekera), видана в 1560 р в Гданську. Термін «Полісся» зустрічається в працях польських істориків XV-XVI ст. Я. Длугоша [42], М. Кромера [46], М. Стрийковського [54]. Згадані автори вкладали в це поняття різний зміст. Не було єдиної думки про розміщення Полісся і на картах XVI-XVIII ст. У XVIII ст. зона Полісся на карті французького інженера Гійома де Боплана позначена південним басейном р. Прип'ять (Волинь - Мозир). На карті Польщі 1702 р Поліссі розміщено в південно-прип'ятському басейні і простягається до межиріччя Дніпра і Сожа. Російський історик В. Татищев ототожнював Полісся з Чорної Руссю, центром якої називав Новгородок (Новгородок) і поміщав його між верхів'ям Німану, Дніпра і Прип'яттю. Різні тлумачення поліської зони мали місце і в XIX ст. в працях польських, російських і білоруських авторів (Р. Зенькевича [55], П. Шпилевського [37], А. Киркора [18], М. Довнар-Запольського [15], Е. Карського [19] і ін.).

Про Волинське Полісся та давні його період древньому містяться етнографічні відомості в другому томі «Стародавньої Польщі» польських авторів М. Балінського і Т. Ліпінського [39]. Певний внесок у вивчення етнографії Українського Полісся внесла Комісія за описом губерній

Київського навчального округу, в який входили, крім інших, поліські частини Київської, Чернігівської та Волинської губерній. Дійсним членом цієї Комісії був етнограф-збирач П. Делафліз[25].

Ряд статей з етнографії Полісся з'явився в 50-х роках ХІХ в. в різних періодичних виданнях. Виробнича діяльність, знаряддя праці, промисли і ремесла населення Полісся охарактеризовані в статтях російських етнографів і географів В. Міхельсона [26], А. Братчікова [11], А. Перлштейна [29], а також в роботі М. Очаповського [49].

Систематичний і цілеспрямований збір етнографічних матеріалів починається із заснування в 1845 р. Російського географічного товариства (РГТ). У Білорусію і в Україну були направлені дві етнографічні експедиції - етнографів і фольклористів С. Максимова та М. Дубенського в Білорусію, П. Чубинського – в Україну.

Виключно плідними були підсумки експедиції українського етнографа П. Чубинського, який в кінці 60-х - початку 70-х років обстежив Правобережну Україну, а також Мозирський, Пінський, Кобринський, Слонімський, Пружанський і Брестський повіти Білорусії. Виділяючи Полісся як окремий етнографічний регіон, П. Чубинський звернув особливу увагу на матеріальну і

духовну культуру його населення. У семитомному виданні «Трудов» ... [35] експедиції містяться багаті матеріали з етнографії та фольклору українців і білорусів Полісся.

Дослідження про населення Волинського Полісся належить польському автору Тадеушу Стецкому [53]. В його монографії «Волинь» дані відомості про житло і садиби, основні заняття населення, одяг.

Різнманітні відомості з етнографії Волинської губернії містяться в роботах українських істориків і краєзнавців Н. І. Теодоровича [34], А. Братчікова [12]. У них містяться цінні дані про господарську діяльність населення Волинського Полісся, його одяг і побут.

По Українському Поліссю численні статті були опубліковані в «Волинських губернських відомостях», «Київських губернських відомостях», «Чернігівських губернських відомостях», «Київському телеграфі», про білорусів і українців Полісся - у виданнях Російського географічного суспільства, Товариства любителів природознавства, антропології та етнографії Краківської Академії наук і ін.

У 80-90-ті роки з'являються дослідження Полісся, здійснені на більш високому науковому рівні. Це відноситься в першу чергу до публікацій білоруських і польських вчених М. Довнар-Запольського, О. Кольберга, М. Федоровського, Н. Янчука. Багаті матеріали, переважно по духовній культурі і сімейному побуті зібрав на Поліссі польський фольклорист і етнограф О. Кольберг [45].

В кінці ХІХ ст. покладено початок публікацій фольклорно-етнографічних матеріалів, зібраних протягом трьох десятиліть білоруським вченим М. Федоровським [43].

По Українському Полісся етнографічні матеріали містяться в «Військово-статистичному огляді Волинської губернії» (Київ, 1887) А. Забеліна, в «Земському збірнику Чернігівської губернії» (1899, 1900), в «Волинських губернських відомостях», де було опубліковано кілька статей А. Братчикова про місцеве скотарство і городництво [12]. Опис поліської сохи дається в роботі Т. Луневського [44].

Протягом 80-х і 90-х рр. ХІХ ст. ряд робіт по етнографії Полісся з'являються у виданні Краківської академії наук [40], варшавських етнографічних журналах «Wisla» [51] 72, «Ziemia» [48]. У 1883 р виходить друком перша бібліографічна робота по Полісся, укладачами якої є З. І. Пенкіна і В. І. Межов [28].

Основним продуктом харчування поліщуків є - хліб, тому що це притаманно землеробським народам, які споживали в основному страви з борошна, крупів та овочів. Бідні поліські землі мали вкрай низькі врожаї, тому хліба не вистачало на весь рік. Його випікали з житнього («житнай», «житнього») борошна з додаванням вівса, ячменю.

З другої половини ХІХ ст. в хлібне тісто стали додавати сиру терту або варену картоплю. У білоруських селах він називався «бульбяний хліб» [9, с 377]. Наповнювачем до борошна слугували ще домішки подрібненої кори молодих липових пагонів, товчений жолудь, листя лободи. У поліщуків було шанобливе ставлення до хліба, який відгравав важливу роль в сімейних обрядах як символ благополуччя: з хлібом відвідували породіллю, відправлялися сватати, зустрічали почесних гостей. Хліб клали на кути зрубу при будівництві будинку. Як у всіх східнослов'янських народів, в поліських селах хліб пекли із заквашеного тіста. Тісто замішували ввечері. Замість дріжджів використовували залишки тіста від попередньої випічки («тісто», «кісто», «рашчина», «закваска»). У селах західного Полісся закваскою слугувала також терта картопля. Тісто, що підійшло вранці місили, обробляли на буханки і садили в піч за допомогою дерев'яної лопати, що вистилана капустиним, дубовим або кленовим листом, лепехою («лепеха») або посипана мукою. Буханець хліба називалася в центральному та західному Поліссі «паляниця», «буханець», «бохан», «боханець», а в селах східного Полісся - «кулідка», «хлібина», «корвіга», а іноді «пірог», «пиріг», «палянка» [6]. Хлібних відходів майже ніколи не було, т. К. Сухі кірки, шматки, покриті в квас, сироватку, в березовий сік або в підсолону воду, становили особливу страву - «цюрю», широко відоме у найбідніших верств білорусів-поліщуків.

З житнього хлібного тесту на сніданок пекли коржі - «підпалкі» (Овруцький, Олевський, Лугинський територіально-адміністративний район), «пудпалкі», які їли замість хліба. В українських селах східного Полісся крім житніх випікали невисокі буханки з гречаного борошна («гречаники»). Окрім цього до раціону додавали пироги з квасолею, картоплею, квашеною капустою, тертою коноплями («масльонкой»), пшоняною кашею, маком та сухими фруктами: яблуками, грушами, влітку - з чорницею і вишнями [41]. З житнього хлібного тіста випікали невеликі

круглі булочки - «пампушки». В Овруцькому р-н Житомирської області до «пампушок» варили «урду» - з розтертого і розведеного з водою конопляного насіння. Утворену зверху білу масу пересмажувати з цибулею та олією [32]. Багато страв робилося з закислого тіста, яке не підійшло, перш за все – млинці, які готували зазвичай із гречаного борошна в святкові та недільні дні. У ряді місць центрального Полісся (Столінський, Туровський райони), в зв'язку з тим що гречку не вирощують, млинці пекли з ячної, у заможних - з пшеничного борошна. Їли їх вранці і в обід з сиром або «клинковим» сиром, розведеним молоком або сметаною, смаженим («праженим») салом, а в піст - «з конопляним молоком». Під час посту готували готували «кулагу», «саладуху», «квашу». У деяких селах східного Полісся це блюдо готували з пророщеного жита, яку запарювали окропом (звідси назва цієї страви «паріш», «паріші» в західному Поліссі). Протягом ночі тісто для кваші бродило («солодало», «гуляло»), вранці його варили. виходила кисло-солодка маса різної густоти. Часто в кулагу для кислоти додавали сушені яблука або калину, споживали в їжу з хлібом, печеною картоплею. Вівсяний кисіль на Поліссі готували з вівсяної муку, розведеної теплою водою, залишали в теплому місці на півдобу, після чого проціджували, розбавляли водою і варили. Готували його найчастіше під час постів, споживали з олією, маковим молоком, а також з солодкою водою - ситою. У селах центрального з західного Полісся готували «жур», «джюрі» - рідкий вівсяний кисіль. Древня страва - толокно у другій половині XIX - початку XX ст. більше вживалося в селах заболоченого пінського Полісся н в північних районах центральної частини Українського Полісся. При його приготуванні борошно з висушеного в печі н запареного окропом вівса розводили невеликою кількістю солоної або солодкої води. Ця страва не вимагало подальшої теплової обробки. Толокно вживали в їжу зазвичай в дорозі і на польових роботах [5].

Поширеними в поліських селах були такі борошняні страви, як «затірка», «куліш», «лемішка», «галушки», «палушки», готували з прісного гречаного або ячмінного тіста, яке пропускали через решето, розтирали руками і варили у воді або молоці. Нічим не заправлене, це блюдо в українських селах називалося «порожня затірка». Улюбленим блюдом поліщуків були вареники, які їли в недільні та святкові дні. Начинкою для вареників служила варена м'ята квасоля, пшоняна каша на молоці, квашена капуста, варена картопля, сир, мак, товчені сухі груші – дички, влітку – ерніка, вишні. Під час постів готували вареники з ертой коноплів, розведеною невеликою кількістю води. Важливу роль в харчуванні поліщуків грали каші з гречаної, ячмінної, пшоняної, рідше - із житньої та вівсяної крупи. У центральному та західному Поліссі (сучасні Рівненська і Житомирська області) готували круту пшеничну кашу з квасолею або на сироватці («сіроватчина каша», «сіроватка»). Ячмінна каша називалася «кутя», «груц», «путра».

З овочів на Поліссі готували переважно перші рідкі страви (рис. 1), (рис. 2).



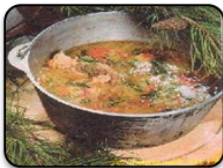
Рис. 1. Посуд та начиння для приготування їжі, випікання хліба.
1 - хлібна діжа, 2, 3 - горшки, 4 - «латка», 5 - чашика дерев'яна, 6 - «ковганка», 7 - половник, 8 - «хлібна лопата», 9 - вилошник [9, с. 393].

Основні інгредієнти овочевих рідких страв, а саме **борщу** - свекла (буряки), морква, цибуля і в першу чергу капуста (свіжа і квашена, в залежності від пори року);



- додавали картоплю, квасолі;
- з грибами або рибою, часто з в'юнами, хлібним квасом, заправлений пісним маслом, який готували в пісні дні і на весіллях, тільки в свята присмачували м'ясом або салом.

У поліщуків відоме рідке блюдо - «**капуста**» з квашеної капусти, заправленої сушеними грибами або крупою (пшоняною, ячною);



- відомо рідке блюдо «**морк-а**» - відварена морква, залита молоком;
- влітку вживали «**холодний борщ**», «**хоздець**», «**халаднік**» - із зеленої цибулі, кропу, огірків хлібного або березового квасу.

• «**Голий суп**» - одна картопля;



- крім картоплі додавали квасолі, гриби, крупу, заправляли салом, «здором», пісним маслом.
- поширені були рідкі страви - «**юшка**», «**юшонка**», «**буля**», «**булл**», «**крішані з бульби**», «**варенок**», «**варьонкі**», заможні селяни варили із м'ясом.

Рис. 2. Рідкі овочеві страви поліщуків на теренах Правобережного Полісся

Поліщуки виключно вживали коров'яче молоко. Повсякденно було скудно, а в свята - вдосталь. Забілювали борщі молоком та відходами переробки. З молока готували сир, сирний сир, із сметани збивали масло. Повсюдно поліщуки готували на молоці густу або рідку пшоняну кашу. На свята готували сирники («сирніки»), налістники («перегартованічки»), молочний кисіль, борошняну або крохмальну локшину на молоці. Українці поліських сіл з першого після отелення корови молока і яєць випікали в печі молозиво [9, с. 384].

У раціоні поліщуків м'ясо в будень не вживали, здебільшого на свята. В основному споживали свинячу солонину. З м'ясом готували борщ, тушили картоплю («жарьонку»), капусту («качання з м'ясом», «смажена капуста»). Найпоширенішим був холодець - «холодець» («холодьонка», «дріжка», «дрігель», «холодне», «квашеніна»), ковбаси, які подавали на стіл у холодному або підігрітому вигляді. При прийомі гостей смажили яєчню зі збитих або цілих яєць («пражана яєшня», «цалкавуха»).

Харчовими добавками у поліщуків слугували гриби та ягоди. Висушені ягоди і фрукти (яблука, чорниця, груші) вживали для приготування компоту («звар», «озвар»), киселі готували з чорниці («мурза» Олевський, Овруцький, Луганський, Народицький, Ємільчинський райони), калини («каліновнік»), груш («грушовнік») [9, с. 384].

Для поліщуків рибні страви мали вагому роль. Найпоширенішою була вуха. Смажена риба рідко з'являлася на селянському столі, в основному її тушили в горщиках. З свіжої риби готували ребне холодне («холодець», «студзень», «холодьонку»).

Природно-географічні умови поліського регіону обумовлювали своєрідність традиційних напоїв домашніми приготування (рис. 3).



Рис. 3. Домашні напої поліщуків

Очевидним постає те, що ті харчові звички, які не мають глибокого зв'язку з навколишнім середовищем та історією гастрономії краю, можуть бути легко змінені, але не в нашому випадку, тому що території притаманна автентичність та щирість продукту. Тому туристи надають великого значення щирості продукту, який вони купують, та не потерплять обману. Існує природний зв'язок між територією, кліматом та виробництвом продуктів харчування. Для того, щоб відновити автохтонні страви потрібно задіяти ретроінноваційний підхід, який є джерелом фундаментальних історичних досліджень та симбіозом майстерності кухарів.

Ретроінноваційний підхід – це інтеграція історичних періодів, неповторної етнографічної індивідуальності, еволюції території, гастрономічних традицій, «розумної спеціалізації» в контексті гастрономічного туризму.

Завдяки вище зазначеному підходу в політиці регіонального розвитку, виразно ідентифікуються та яскраво посилюються унікальні знання та ресурси на територіальному рівні: окремі продукти та їх культурна самобутність тісно пов'язана з виробництвом, туризмом та охороною здоров'я.

Висновки і перспективи дослідження. У багатьох випадках гурмані-туристи мало знають про культуру продуктів харчування та винна і кулінарних звичках на території Правобережного Полісся. У зв'язку з цим ми намагалися охарактеризувати автохтонні продукти харчування та напої, для «адаптації» місцевих продуктів і рецептів до смаків гурманів у всьому світі, спираючись на ретроінноваційний підхід. Важливо визнати, що стійкий розвиток гастрономії Правобережного Полісся не тільки проходить через збереження минулого, але й також відноситься до створення майбутнього. Соціальні та культурні зміни, по суті впливають на звички харчування. Отже, традиційна кухня регіону заснована на передачі неявних знань, сучасна – кодифікована, яка передається через засоби масової інформації.

Використані джерела:

1. Артюх Л. Ф. З історії народної кухні. Великий піст. Молочні страви / Л. Артюх // Неопалима купина. – 1995. – № 1/2. – С. 3–5.
2. Артюх Л. Ф. З історії народної кухні. Картопля. Борщ / Л. Артюх // Неопалима купина. – 1995. – № 5/6. – С. 18–21.
3. Артюх Л. Ф. Звичаї українців у народному календарі : [укр. народна кухня] / Л. Ф.
4. Артюх Л. Ф. Українська народна кулінарія: історико-етнографічне дослідження : [монографія] / Л. Ф. Артюх. – К. : Наук. думка, 1977. – 154 с.
5. Архив ЛО ИИФЭ. – Ф. 1. – Оп. 2. – Ед. хр. 292. – Тетр. 1. – С. 127.
6. Архив ЛО ИИФЭ. – Ф. 1. – Оп. 2. – Ед. хр. 292. – Тетр. 1. – С. 102.
7. Бабарицька В. К. Організація туризму : навч. посібник / В. К. Бабарицька, О. О. Любіцева. – К., 1998. – Ч. 1. – 82 с.
8. Бейдик О. О. Рекреаційно-туристські ресурси України: методологія та методика аналізу, термінологія, районування : монографія / О. О. Бейдик. – К. : ВПЦ «Київ. ун-т», 2001. – 295 с.
9. Бондарчик В. К. Полесьє. Матеріальна культура / В. К. Бондарчик, И. Н. Браим, Н. И. Бураковская. – К. : Наук. думка, 1988. – 448 с.

10. Борисенко М. Побут міських мешканців України в 30-х роках ХХ століття / М. Борисенко // Етнічна історія народів Європи. – 2008. – Вип. 24. – С. 12–18.
11. Братчиков А. Изготовление и сбыт хлеба в Волынской губернии / А. Братчиков // Волынские губернские ведомости. – Житомир, 1855. – № 15. (Далее: ВГВ).
12. Братчиков А. Материалы для исследования Волынской губернии в статистическом, этнографическом, сельскохозяйственном и других отношениях / А. Братчиков. – Житомир, 1868–1869. – Вып. 1/2. – С. 17–29.
13. Волкова А. В. Науково-етнографічне дослідження особливостей технології страв української національної кухні [Електронний ресурс] / А. В. Волкова. – Режим доступу: <http://journals.uran.ua/pathofscience/article/view/72984>.
14. Геродот История : в 9 кн. / под общ. ред. С. А. Утченко ; пер. и примеч. Г. А. Стратановского. – Л., 1972. – Кн. 4. – С. 21–136
15. Довнар-Запольский М. Белорусское Полесье / М. Довнар-Запольский // Сборник этнографических материалов, собранных М. Довнар-Запольским. – Киев, 1895. – Вып. 1. Песни Пинчуков.
16. Жовнірова М. В. Їжа і харчування як елемент традиційно-побутової культури українців / М. В. Жовнірова, Р. В. Дьяченко // Українська культура ХХІ століття: стан, проблеми, тенденції : матеріали Всеукр. наук.-теорет. конф. – К. : КНУКіМ, 2011. – С. 36–38.
17. Карский Е. Беларусы / Е. Карский. – Вильна, 1904. – Т. 1. С. 24–20
18. Киркор А. Литовское Полесье. Белорусское Полесье / А. Киркор // Живописная Россия. – 1882. – Т. 3, ч. 1/2. – С. 10–18.
19. Кравець О. М. Сімейний побут і звичаї українського народу: істор.-етногр. нарис / О. М. Кравець. – К. : Наук. думка, 1966. – 136 с.
20. Кувеньова О. Ф. Громадський побут українського селянства / О. Ф. Кувеньова. – К. : Наук. думка, 1966. – 135 с.
21. Культура і побут населення України / В. І. Наулко, Л. Ф. Артюх, В. Ф. Горленко [та ін.]. – К. : Либідь, 1993. – 255 с.
22. Ліпєц Ю. В. Розвиток і традиції харчування в українській культурі / Ю. В. Ліпєц // Українська культура ХХІ століття: стан, проблеми, тенденції : матеріали Всеукр. наук.-теорет. конф. – К. : КНУКіМ, 2011. – С. 51–55.
23. Любіцева О. О. Туризмознавство: вступ до фаху : підручник / О. О. Любіцева, В. К. Бабарицька. – К. : ВПЦ «Київ. ун-т», 2008. – 335с.
24. Маланчук В. А. Побут українців у дослідженнях Володимира Гнатюка / В. А. Маланчук // Народна творчість та етнографія. – 1973. – № 2. – С. 28–34.
25. Медико-топографическое описание государственных имуществ Киевского округа с изображением некоторых произведений из царств растительного и животного, с приложением статистики всякого селения, с видами, снятыми с натуры, изображением крестьянских костюмов и географической карты Киевского округа, составленное доктором медицины Де-Ла Флизе. – Киев, 1854. – 1245 с.
26. Михельсон В. Литовская соха / В. Михельсон // Журнал Министерства государственных имуществ. – 1849. – Ч. 30. – С. 141–142. (Далее: ЖМГИМ).
27. Ніколенко В. В. Гастрономічні детермінанти суспільного життя: соціологічний вимір : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня д-ра соціол. наук : спец. 22.00.01 / В. В. Ніколенко. – Харків, 2015. – 38 с.
28. Пенкина З. Полесье: Библиографические материалы по истории, географии, статистике и этнографическому состоянию Полесья. – СПб., 1883.
29. Перлштейн А. Волынское Полесье / А. Перлштейн // Волынские губернские ведомости. – 1855. – № 15.
30. Поллан М. Философия еды. Правда о питании. Как нам, Homo sapiens, питаться, чтобы быть предельно здоровыми / М. Поллан. – М. : Астрель, 2013. – 284 с.
31. Полное собрание русских летописей. – СПб., 1908. – Т. 2. – 873 с.
32. Потаповский А. Отличительные черты жителей Овручского уезда / А. Потаповский // Зеленін Д. К. Описание рукописей ученого архива Русского географического общества. – Петроград, 1914. – С. 321.
33. Похлебкин В. Национальные кухни наших народов [Електронний ресурс] / В. Похлебкин. – Режим доступу:

http://www.ereading.club/chapter.php/46184/6/Pohlebkina_Nacional%27nye_kuhni_nashih_narodov.html/

34. Теодорович Н. И. Волинь в описании городов, местечек и сел / Н. И. Теодорович. – Почаев, 1890. – Т. 2. – С. 24–31.
35. Труды Этнографическо-статистической экспедиции в Западно-Русский край, подготовленной Русским географическим обществом. Юго-Западный отдел : Материалы и исследования, собранные действительным членом П. П. Чубинским. – СПб., 1872—1878. — Т. 1—7. С. 5000.
36. Украинцы / отв. ред. Н. С. Полищук, А. П. Пономарев. – М. : Наука, 2000. – 535 с.
37. Шпилевский П. А. Путешествие по Полесью и Белорусскому краю / П. А. Шпилевский // Современник. – 1853. – Т. 39, № 6. – С. 75–98 ; Т. 40, № 7. – С. 1–20, С. 39–110 ; 1854. – Т. 48, № II. – С. 1–58 ; 1855. – Т. 52, № 7. – С. 1–62.
38. Яценко С. А. Традиційна народна їжа як предмет етнографічного дослідження [Електронний ресурс] / С. А. Яценко. – Режим доступу: <http://eprints.zu.edu.ua/2018/1/3.pdf>.
39. Balickiego M., Lipickiego T. Starożytna Polska pod względem historycznym, geograficznym i statystycznym opisana przez. – Warszawa, 1884. – Т. 2. – С. 816–933.
40. Brykczynski A. Zapiski etnograficzne z Polesia Wołyńskiego / A. Brykczynski // Zbiyr. – 1888. – Т. 12. – С. 23–30.
41. Сербай І. А. Вічынскія паляне / І. А. Сербай. – Мінск, 1928. – 46 с.
42. Diugosz J. Dzieje Polski / J. Diugosz. – Krakow, 1866. – Т. 2. – 417 s.
43. Federowski M. Lud białoruski na Rusi Litewskiej / M. Federowski. – Warszawa ; Krakow, 1897–1903. – Т. 1/3. – 59 s.
44. Juniewski T. Socha Litewska, Podlaska / T. Juniewski. – Warszawa, 1899. – 69 s.
45. Kolberg O. Zwyczaje obrzdky weselne z Polesia / O. Kolberg // Zbiyr. – 1889. – Т. 1. – С. 208–245.
46. Kromer M. Polska czyli o poioieniu ludności, obyczajach, urzkdach i sprawach publicznych Krlestwa Polskiego / M. Kromer. – Olsztyn, 1977. – Ks. 1. – С. 15–25.
47. Lista produktów tradycyjnych 2005–2007 / Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi. – Warszawa : Wydawnictwo Duszpasterstwa Rolników, 2007. – 311 s.
48. Naikowski W. Polesie / W. Naikowski // Ziemia. – 1912. – № 42. – С. 674–675.
49. Oczapowski M. Gospodarstwo wiejskie / M. Oczapowski. – Warszawa, 1856.
50. Produkty Regionalne Województwa Zachodniopomorskiego / red. E. Cielmuda, E. Pawłowicz. – Szczecin : P.P.H. Zapol Dmochowski, Sobczyk sp.j, 2011. – 190 s.
51. Rokossowska Z. Chleb: Jego znaczenie w przesłdzie, lecznictwie i codziennym życiu, zebrane na Woyniu ze wsi Jurkowszczyźnie w pow. Zwiąnelskim / Z. Rokossowska // Wisia. – 1881. – Т. 3. – С. 153–158.
52. Sieci współpracy w turystyce wiejskiej: stan obecny i nowe wyswania / red. J. Wojciechowska. – Krakow ; Łódź : Partner Poligrafia, 2017. – 279 s.
53. Stecki T. Wołyń pod względem statystycznym, historycznym i archeologicznym / T. Stecki. – Lwyw, 1864. – Т. 1. – С. 50–78; 1872. – Т. 2. – С. 25–4.
54. Strykowski M. Kronika polska, litewska, їмudzka i wszystkiej Rusi / M. Strykowski. – Warszawa, 1848. – Т. 1. – С. 238–381.
55. Zienkiewicz R. Piosenki gminne ludu picckiego / R. Zienkiewicz. – Kowno, 1851. – 500 s.

Использованные источники:

1. Артюх Л. Ф. Из истории народной кухни. Великий пост. Молочные блюда / Л. Ф. Артюх // Неопалимая купина. – 1995. – № 1/2. – С. 3–5.
2. Артюх Л. Ф. Из истории народной кухни. Картофель. Борщ / Л. Ф. Артюх // Неопалимая купина. – 1995. – № 5/6. – С. 18–21.
3. Артюх Л. Ф. Обычаи украинцев в народном календаре: [укр. народная кухня] / Л. Ф. Артюх.
4. Артюх Л. Ф. Украинская народная кулинария: историко-этнографическое исследование : [монография] / Л. Ф. Артюх. – К. : Науч. мысль, 1977. – 154 с.
5. Архив ЛО ИИФЭ. – Ф. 1. – Оп. 2. – Ед. хр. 292. – Тетр. 1. – С. 127.
6. Архив ЛО ИИФЭ. – Ф. 1. – Оп. 2. – Ед. хр. 292. – Тетр. 1. – С. 102.
7. Бабарицкая В. К. Организация туризма: учеб. пособие / В. К. Бабарицкая, О. О. Любицева. – М., 1998. – Ч. 1. – 82 с.

8. Бейдик А. А. Рекреационно–туристские ресурсы Украины: методология и методика анализа, терминология, районирование : монография / А. Бейдик. – М. : ИПЦ «Киев. ун–т», 2001. – 295 с.
9. Бондарчик В. К. Полесье. Материальная культура / В. К. Бондарчик, И. Н. Браим, Н. И. Бураковская. – К. : Науч. мысль, 1988. – 448 с.
10. Борисенко М. Быт городских жителей Украины в 30–х годах XX века / М. Борисенко // Этническая история народов Европы. – 2008. – Вып. 24. – С. 12–18.
11. Братчиков А. Изготовление и сбыт хлеба в Волынской губернии / А. Братчиков // Волынские губернские ведомости. – Житомир, 1855. – № 15. (Далее: ВГВ).
12. Братчиков А. Материалы для исследования Волынской губернии в статистическом, этнографическом, сельскохозяйственном и других отношениях / А. Братчиков. – Житомир, 1868–1869. – Вып. 1/2. – С. 17–29.
13. Волкова А. В. Научно–этнографическое исследование особенностей технологии блюд украинской национальной кухни [Электронный ресурс] / А. В. Волкова. – Режим доступа: <http://journals.urau.ua/pathofscience/article/view/72984>.
14. Геродот. История : в 9 кн. / под общ. ред. С. А. Утченко ; пер. и примеч. Г. А. Стратановского. – Л., 1972. – Кн. 4. – С. 21–136
15. Довнар-Запольский М. Белорусское Полесье / М. Довнар-Запольский // Сборник этнографических материалов, собранных М. Довнар-Запольским. – Киев, 1895. – Вып. 1. Песни Пинчуков.
16. Жовнирова М. В. Еда и питание как элемент традиционно–бытовой культуры украинцев / М. В. Жовнирова, Р. В. Дьяченко // Украинская культура XXI века: состояние, проблемы, тенденции : материалы Всеукр. науч.–теорет. конф. – М. : КНУКиИ, 2011. – С. 36–38.
17. Карский Е. Беларусь / Е. Карский. – Вильна, 1904. – Т. 1. – С. 24–20.
18. Киркор А. Литовское Полесье. Белорусское Полесье / А. Киркор // Живописная Россия. – 1882. – Т. 3, ч. 1/2. – С. 10–18.
19. Кравец А. Н. Семейный быт и обычаи украинского народа: историко–этнографический очерк / А. Н. Кравец. – К. : Научная мысль, 1966. – 136 с.
20. Кувеньова А. Ф. Общественный быт украинского крестьянства / А. Ф. Кувеньова. – К. : Научная мысль, 1966. – 135 с.
21. Культура и быт населения Украины / В. И. Наулко, Л. Ф. Артюх, В. Ф. Горленко [и др.]. – М. : Просвещение, 1993. – 255 с.
22. Липец Ю. В. Развитие и традиции питания в украинской культуре / Ю. В. Липец // Украинская культура XXI века: состояние, проблемы, тенденции : материалы Всеукр. науч.–теорет. конф. – М. : КНУКиИ, 2011. – С. 51–55.
23. Любичева А. А. Туризмоведење: введење в спеціальність : учебник / А. А. Любичева, В. К. Бабарицька. – М. : ИПЦ «Киев. ун–т», 2008. – 335 с.
24. Маланчук В. А. Быт украинцев в исследованиях Владимира Гнатюка / В. А. Маланчук // Народное творчество и этнография. – 1973. – № 2. – С. 28–34.
25. Медико–топографическое описание государственных имуществ Киевского округа с изображением некоторых произведений из царств растительного и животного, с приложением статистики всякого селения, с видами, снятыми с натуры, изображением крестьянских костюмов и географической карты Киевского округа, составленное доктором медицины Де–Ла Флизе. – Киев, 1854. – 1245 с.
26. Михельсон В. Литовская соха / В. Михельсон // Журнал Министерства государственных имуществ. – 1849. – Ч. 30. – С. 141–142. (Далее: ЖМГИМ).
27. Николенко В. В. Гастрономические детерминанты общественной жизни: социологическое измерение : автореф. дис. на получение науч. степени д-ра социол. наук : спец. 22.00.01 / В. Николенко. – Харьков, 2015. – 38 с.
28. Пенкина З. Полесье : Библиографические материалы по истории, географии, статистике и этнографическому состоянию Полесья. – СПб., 1883.
29. Перлштейн А. Волынское Полесье / А. Перлштейн // Волынские губернские ведомости. – 1855. – № 15.
30. Поллан М. Философия еды. Правда о питании. Как нам, Homo sapiens, питаться, чтобы быть предельно здоровыми / М. Поллан. – М. : Астрель, 2013. – 284 с.
31. Полное собрание русских летописей. – СПб., 1908. – Т. 2. – 873 с.

32. Потаповский А. Отличительные черты жителей Овручского уезда / А. Потаповский // Зеленин Д. К. Описание рукописей ученого архива Русского географического общества. – Петроград, 1914. – С. 321.
33. Похлебкин В. Национальные кухни наших народов [Электронный ресурс] / В. Похлебкин. – Режим доступа: http://www.ereading.club/chapter.php/46184/6/Pohlebkina_Nacional%27nye_kuhni_nashih_narodov.html/
34. Теодорович Н. И. Волынь в описании городов, местечек и сел / Н. И. Теодорович. – Почаев, 1890. – Т. 2. – С. 24–31.
35. Труды Этнографическо–статистической экспедиции в Западно–Русский край, подготовленной Русским географическим обществом. Юго–Западный отдел : Материалы и исследования, собранные действительным членом П. П. Чубинским. – СПб., 1872–1878. – Т. 1–7. – С. 5000.
36. Украинцы / отв. ред. Н. С. Полищук, А. П. Пономарев. – М. : Наука, 2000. – 535 с.
37. Шпилевский П. А. Путешествие по Полесью и Белорусскому краю / П. А. Шпилевский // Современник. – 1853. – Т. 39, № 6. – С. 75–98 ; Т. 40, № 7. – С. 1–20, С. 39–110 ; 1854. – Т. 48, № II. – С. 1–58 ; 1855. – Т. 52, № 7. – С. 1–62.
38. Яценко С. А. Традиционная народная пища как предмет этнографического исследования [Электронный ресурс] / С. А. Яценко. – Режим доступа: <http://eprints.zu.edu.ua/2018/1/3.pdf>.
39. Balickiego M., Lipickiego T. Starożytna Polska pod względem historycznym, geograficznym i statystycznym opisana przez. – Warszawa, 1884. – Т. 2. – С. 816–933.
40. Brykczynski A. Zapiski etnograficzne z Polesia Wołyńskiego / A. Brykczynski // Zbiór. – 1888. – Т. 12. – С. 23–30.
41. Сербай І. А. Вічынскія паляне / І. А. Сербай. – Мінск, 1928. – 46 с.
42. Diugosz J. Dzieje Polski / J. Diugosz. – Kraków, 1866. – Т. 2. – 417 s.
43. Federowski M. Lud białoruski na Rusi Litewskiej / M. Federowski. – Warszawa ; Kraków, 1897–1903. – Т. 1/3. – 59 s.
44. Juniewski T. Socha Litewska, Podlaska / T. Juniewski. – Warszawa, 1899. – 69 s.
45. Kolberg O. Zwyczaje obrządku weselne z Polesia / O. Kolberg // Zbiór. – 1889. – Т. 1. – С. 208–245.
46. Kromer M. Polska czyli o położeniu ludności, obyczajach, urzędach i sprawach publicznych Królestwa Polskiego / M. Kromer. – Olsztyn, 1977. – Ks. 1. – С. 15–25.
47. Lista produktów tradycyjnych 2005–2007 / Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi. – Warszawa : Wydawnictwo Duszpasterstwa Rolników, 2007. – 311 s.
48. Naikowski W. Polesie / W. Naikowski // Ziemia. – 1912. – № 42. – С. 674–675.
49. Oczapowski M. Gospodarstwo wiejskie / M. Oczapowski. – Warszawa, 1856.
50. Produkty Regionalne Województwa Zachodniopomorskiego / red. E. Cielmuda, E. Pawłowicz. – Szczecin : P.P.H. Zapol Dmochowski, Sobczyk sp.j, 2011. – 190 s.
51. Rokossowska Z. Chleb: Jego znaczenie w przeszłości, lecznictwie i codziennym życiu, zebrane na Wołyniu ze wsi Jurkowszczyźnie w pow. Zwiąnelskim / Z. Rokossowska // Wisia. – 1881. – Т. 3. – С. 153–158.
52. Sieci współpracy w turystyce wiejskiej: stan obecny i nowe wyzwania / red. J. Wojciechowska. – Kraków ; Łódź : Partner Poligrafia, 2017. – 279 s.
53. Stecki T. Wołyń pod względem statystycznym, historycznym i archeologicznym / T. Stecki. – Lwów, 1864. – Т. 1. – С. 50–78; 1872. – Т. 2. – С. 25–4.
54. Strykowski M. Kronika polska, litewska, imudzka i wszystkiej Rusi / M. Strykowski. – Warszawa, 1848. – Т. 1. – С. 238–381.
55. Zienkiewicz R. Piosenki gminne ludu pińskiego / R. Zienkiewicz. – Kowno, 1851. – 500 s.

References:

1. Artiukh L. From the history of the folk cuisine. Great abstinence. Dairy dishes / L. Artiukh // Unheated bush. – 1995. – № 1/2. – P. 3–5.
2. Artiukh L. From the history of folk cuisine. Potato. Borsch / L. Artiukh // Unheated bush. – 1995. – № 5/6. – P. 18–21.
3. Artiukh L. The habits of Ukrainians in the national calendar : [ukr. folk cuisine] / L. Artiukh.
4. Artiukh L. Ukrainian folk cooking: historical and ethnographic research : [monograph] / L. Artiukh. – K. : Scientific Opinion, 1977. – 154 p.
5. Archive LO IIFE. – F. 1. – Op. 2. – Sav. un. 292. – Tetr. 1. – P. 127.

6. Archive LO IIFE. – F. 1. – Op. 2. – Sav. un. 292. – Tetr. 1. – P. 102.
7. Babarytska V. Organization of tourism : teaching manual / V. Babarytska, O. Liubitseva. – K., 1998. – Ch. 1. – 82 p.
8. Beidyk O. Recreational and tourist resources of Ukraine: methodology and methods of analysis, terminology, zoning : monograph / O. Beidyk. – K.: UPC "Kyiv un-t", 2001. – 295 p.
9. Bondarchyk V. Polesie. Material culture / V. Bondarchyk, I. Braim, N. Burakovskaia. – K. : Science thought, 1988. – 448 p.
10. Borysenko M. The Life of the urban people of Ukraine in the 30's of the XX century / M. Borysenko // Ethnic history of Europe nations. – 2008. – Vol. 24. – P. 12–18.
11. Bratchikov A. Making and selling bread in Volyn province / A. Bratchikov // Volyn provincial bulletin. – Zhytomyr, 1855. – № 15. (Further: VPB).
12. Bratchikov A. Materials for the study of the Volyn province in statistical, ethnographic, agricultural and other respects / A. Bratchikov. – Zhytomyr, 1868–1869. – Vol. 1/2. – P. 17–29.
13. Volkova A. Scientific and etnografic research of the specialties of the technology of the Ukrainian national kitchen [Electronic resource] / A. Volkova. – Mode of access: <http://journals.urau.ua/pathofscience/article/view/72984>.
14. Herodotus History : in 9 books / under the total ed. S. Utchenko; transl. and note. G. Stratanovsky. – L., 1972. – Book 4. – P. 21–136.
15. Dovnar-Zapolsky M. Belarusian Polesie / M. Dovnar-Zapolsky // Collection of ethnographic materials collected by M. Dovnar-Zapolsky. – K., 1895. – Vol. 1: Pinchuk's songs.
16. Zhovnirova M. Food and nutrition as an element of the traditional household Ukrainian culture / M. Zhovnirova, R. Diachenko // Ukrainian culture of the XXI century: state, problems, tendencies : materials of the Around Ukrainian theoretical and scientific conference. – K. : KNUCaA, 2011. – P. 36–38.
17. Karsky E. Belarus / E. Karsky. – Vilna, 1904. – Vol. 1. – P. 24–20.
18. Kirkor A. Lithuanian Polesie. Belarusian Polesie / A. Kirkor // Picturesque Russia. – 1882. – Vol. 3, ch. 1/2. – P. 10–18.
19. Kravets A. Family life and customs of the Ukrainian people: a historical and ethnographic essay / A. Kravets. – K. : Scientific thought, 1966. – 136 p.
20. Kuveniova O. Public life of the Ukrainian peasantry / O. Kuveniova. – K. : Scientific opinion, 1966. – 135 p.
21. Culture and life of the population of Ukraine / V. Nalko, L. Artiukh, V. Horlenko [and others]. – K. : Lybid, 1993. – 255 p.
22. Lipets Yu. Development and traditions of nutrition in Ukrainian culture / Yu. Lipets // Materials of the Around Ukrainian theoretical and scientific conference. – K. : KNUCaA, 2011. – P. 51–55.
23. Liubitseva O. Tourism studies: introduction to the specialty : textbook / O. Liubitseva, V. Babarytska. – K. : UPC "Kyiv un-t", 2008. – 335 p.
24. Malanchuk V. The Life of Ukrainians in the studies of Volodymyr Hnatiuk / V. Malanchuk // Folk art and ethnography. – 1973. – No. 2. – P. 28–34.
25. Medical-topographical description of the state property of the Kiev district, depicting some works from the kingdoms of plants and animals, with the addition of statistics of every village, with views taken from nature, depicting peasant costumes and a geographical map of the Kiev district, compiled by the doctor of medicine De La Flisse. – K., 1854. – 1245 p.
26. Mikhelson V. Lithuanian Sokha / V. Mikhelson // Journal of the Ministry of state property. – 1849. – Ch. 30. – P. 141–142.
27. Nikolenko V. Gastronomic determinants of social life: sociological dimension : author's abstract of dis. for obtaining scientific degree of Dr. sociol. sciences : speciality 22.00.01 / V. Nikolenko. – Kharkiv, 2015. – 38 p.
28. Penkina Z. Polesie: Bibliographic materials on the history, geography, statistics and ethnographic state of Polesye. – SPb., 1883.
29. Perlshtein A. Volyn Polesie / A. Perlshtein // Volyn provincial gazette. – 1855. – № 15.
30. Pollan M. The Philosophy of food. The truth about nutrition. How do we, Homo sapiens, eat to be extremely healthy / M. Pollan. – M. : Astrel, 2013. – 284 p.
31. The complete collection of Russian chronicles. – SPb., 1908. – Vol. 2. – 873 p.
32. Potapovsky A. Distinctive features of the inhabitants of Ovruch district / A. Potapovsky // Zelenin D. Description of the manuscripts of the scientific archive of the Russian Geographical Society. – Petrograd, 1914. – P. 321.

33. Pokhlebkin V. National cuisines of our peoples [Electronic resource] / V. Pokhlebkin. – Access mode: http://www.ereading.club/chapter.php/46184/6/Pohlebkin_Nacional%27nye_kuhni_nashih_narodov.html/.
34. Teodorovich N. Volyn in the description of cities, towns and villages / N. Teodorovich. – Pochaiev, 1890. – Vol. 2. – P. 24–31.
35. Proceedings of the Ethnographic–statistical expedition to the Western Russian region, prepared by the Russian Geographical Society. South–West Division : materials and research collected by full member P. P. Chubinsky. – SPb., 1872–1878. – Vol. 1–7. – P. 5000.
36. Ukrainians / resp. ed. N. Polishchuk, A. Ponomarev. – M. : Science, 2000. – 535 p.
37. Shpilevsky P. Journey to the Polesie and the Belarusian territory / P. Shpilevsky // Contemporary. – 1853. – Vol. 39, № 6. – P. 75–98; Vol. 40, № 7. – P. 1–20, P. 39–110; 1854. – Vol. 48, № II. – P. 1–58; 1855. – Vol. 52, № 7. – P. 1–62.
38. Yatsenko S. Traditional folk food as an object of ethnographic research [Electronic resource] / S. Yatsenko. – Access mode: <http://eprints.zu.edu.ua/2018/1/3.pdf>.
39. Balickiego M., Lipickiego T. Starożytna Polska pod względem historycznym, geograficznym i statystycznym opisana przez. – Warszawa, 1884. – T. 2. – S. 816–933.
40. Brykczyński A. Zapiski etnograficzne z Polesia Wołyńskiego / A. Brykczyński // Zbiór. – 1888. – T. 12. – S. 23–30.
41. Сербай І. А. Вічыніскія паляне / І. А. Сербай. – Мінск, 1928. – 46 с.
42. Diugosz J. Dzieje Polski / J. Diugosz. – Kraków, 1866. – T. 2. – 417 s.
43. Federowski M. Lud białoruski na Rusi Litewskiej / M. Federowski. – Warszawa ; Kraków, 1897–1903. – T. 1/3. – 59 s.
44. Juniewski T. Socha Litewska, Podlaska / T. Juniewski. – Warszawa, 1899. – 69 s.
45. Kolberg O. Zwyczaje obrzędów weselne z Polesia / O. Kolberg // Zbiór. – 1889. – T. 1. – S. 208–245.
46. Kromer M. Polska czyli o położeniu ludności, obyczajach, urzędach i sprawach publicznych Królestwa Polskiego / M. Kromer. – Olsztyn, 1977. – Ks. 1. – S. 15–25.
47. Lista produktów tradycyjnych 2005–2007 / Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi. – Warszawa : Wydawnictwo Duszpasterstwa Rolników, 2007. – 311 s.
48. Naikowski W. Polesie / W. Naikowski // Ziemia. – 1912. – № 42. – S. 674–675.
49. Oczapowski M. Gospodarstwo wiejskie / M. Oczapowski. – Warszawa, 1856.
50. Produkty Regionalne Województwa Zachodniopomorskiego / red. E. Cielmuda, E. Pawłowicz. – Szczecin : P.P.H. Zapol Dmochowski, Sobczyk sp.j, 2011. – 190 s.
51. Rokossowska Z. Chleb: Jego znaczenie w przeszłości, lecznictwie i codziennym życiu, zebrane na Wołyniu ze wsi Jurkowszczyźnie w pow. Zwiąnelskim / Z. Rokossowska // Wisia. – 1881. – T. 3. – S. 153–158.
52. Sieci współpracy w turystyce wiejskiej: stan obecny i nowe wyzwania / red. J. Wojciechowska. – Kraków ; Łódź : Partner Poligrafia, 2017. – 279 s.
53. Stecki T. Wołyń pod względem statystycznym, historycznym i archeologicznym / T. Stecki. – Lwów, 1864. – T. 1. – S. 50–78; 1872. – T. 2. – S. 25–4.
54. Strykowski M. Kronika polska, litewska, żydowska i wszytkiej Rusi / M. Strykowski. – Warszawa, 1848. – T. 1. – S. 238–381.
- Zienkiewicz R. Piosenki gminne ludu piskiego / R. Zienkiewicz. – Kowno, 1851. – 500 s.

УДК 359

Ковальська Леся Володимирівна,
кандидат географічних наук, доцент

Прикарпатський національний
університет імені Василя Стефаника», м.
Івано-Франківськ, Україна
e-mail: gnatuk_L@ukr.net

Ткаченко Тетяна Іванівна,
кандидат географічних наук, доцент

Київського національного
університету культури і мистецтв, м. Київ,
Україна, e-mail: todria@ukr.net

Ковальська Анжела Романівна

Прикарпатський національний
університет імені Василя Стефаника,
м. Івано-Франківськ, Україна
e-mail: kovalska_angelika_romanivna@ukr.net

КОМУНІКАТИВНІСТЬ, ЇЇ РОЛЬ У РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ НА ПРИКЛАДІ ІВАНО-ФРАНКІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Мета: Проаналізувати сучасний стан розвитку транспортної мережі, індекс транспортної комунікативності, а також динаміку кількості користувачів послуг мобільного зв'язку, на прикладі компанії «Київстар» у межах Івано-Франківської області. Визначити роль транспортної і мобільної мереж у сприянні й підсиленні розвитку туризму на основі багатофункціональності, взаємної проникності та доповнюваності різних елементів соціо-економічних систем.

Методика – дослідження комунікативності та її ролі у розвитку туризму на прикладі Івано-Франківської області ґрунтується на сполученні методів галузевого та територіального аналізу. Зокрема, для дослідження застосований системний підхід при використанні методів порівняння, статистичного, аналітичного аналізу тощо. Ця методика включає аналіз умов та чинників розвитку туризму в межах адміністративної одиниці України на основі статистичних даних показників (видів транспортних засобів та сполучень, кількість прибуттів/виїздів пасажирів, напрями туристичних потоків з/в Івано-Франківську область та ін.).

Результати – у статті проаналізовано вплив транспортної та мобільної мереж на розвиток туристичної галузі, на прикладі Івано-Франківської області. Зроблено акцент на індексі транспортної комунікативності Івано-Франківської області. Проведений аналіз моніторингу переміщень за допомогою телекомунікаційного оператора «Київстар», а саме: міграції громадян в Івано-Франківську, тривалість їх перебування, географію їх прибуттів. У порівнянні зі статистичними показниками стану розвитку туризму визначено зовнішні (країни) та внутрішні (області) донори туристів. Обґрунтовано вплив комунікативності на сучасний стан туристичної галузі.

Наукова новизна – вперше, на основі галузево-територіального аналізу проаналізовано стан розвитку туристичної галузі через призму транспортної та мобільної мереж. Результати дослідження можуть лягти в основу написання курсових, дипломних робіт, підготовки лекційно-практичного матеріалу, проведення моніторингу вітчизняного туристичного ринку.

Практична значимість. Матеріали публікації, висновки можуть бути використані та використовуються під час навчального процесу, що здійснюють підготовку кадрів для національної туріндустрії, практичній діяльності турпідприємств, для популяризації західного регіону України, на прикладі Івано-Франківської області на зовнішньому та внутрішньому туристичних ринках.

Ключові слова: туризм, мобільна та транспортна мережі, Івано-Франківська область, туристичний потік, країни та області донори туристів, індекс комунікативності.

УДК 359

Ковальская Ляся Владимировна,
кандидат географических наук, доцент

Прикарпатский национальный
университет имени Василия Стефаника», г.
Ивано-Франковск, Украина.
e-mail: gnatuk_L@ukr.net

Ткаченко Татьяна Ивановна,
кандидат географических наук, доцент

Киевского национального
университета культуры и искусств, г. Киев,
Украина, e-mail: todria@ukr.net

Ковальская Анжела Романовна

Прикарпатский национальный
университет имени Василия Стефаника»,
г. Ивано-Франковск, Украина
e-mail: kovalska_angelika_romanivna@ukr.net

КОММУНИКАТИВНОСТЬ, ЕЕ РОЛЬ В РАЗВИТИИ ТУРИЗМА НА ПРИМЕРЕ ИВАНО-ФРАНКОВСКОЙ ОБЛАСТИ

Цель: Проанализировать современное состояние развития транспортной сети, индекс транспортной коммуникативности, а также динамику количества пользователей услуг мобильной связи, на примере компании «Киевстар» в пределах Ивано-Франковской области. Определить роль транспортной и мобильной сетей в содействии и усиленные развитию туризма на основе многофункциональности, взаимной проницаемости и дополняемой разных элементов, социо-экономических систем.

Методика – исследование коммуникативность и ее роли в развитии туризма на примере Ивано-Франковской области основывается на соединении методов отраслевого и территориального анализа. В частности, для исследования применен системный подход при использовании методов сравнения, статистического, аналитического анализа и тому подобное. Эта методика включает анализ условий и факторов развития туризма в пределах административной единицы Украины на основе статистических данных показателей (видов транспортных средств и соединений, количество прибытий/выездов пассажиров, направления туристических потоков с/в Ивано-Франковскую область и т.п.

Результаты – в статье проанализировано влияние транспортной и мобильной сетей на развитие туристической отрасли, на примере Ивано-Франковской области. Сделан акцент на индексе транспортной коммуникативности Ивано-Франковской области. Проведенный анализ мониторинга перемещений с помощью телекоммуникационного оператора «Киевстар», а именно: миграции граждан в Ивано-Франковске, длительность их пребывания, географию их прибытия. В сравненных со статистическими показателями состояния развития туризма определенно внешние (страны) и внутренние (области) доноры туристов. Обоснованно влияние коммуникативности на современное состояние туристической отрасли.

Научная новизна – впервые, на основе отраслево-территориального анализу проанализировано состояние развития туристической отрасли через призму транспортной и мобильной сетей. Результаты исследования могут лечь в основу написания курсовых, дипломных работ, подготовки лекционно-практического материала, проведения мониторинга отечественного туристического рынка.

Практическая значимость – материалы публикации, выводы, могут быть использованы и используются во время учебного процесса, что осуществляют подготовку кадров для национальной туриндустрии, практической деятельности турпроизводителей, для популяризации западного региона Украины на примере Ивано-Франковской области на внешнем и внутреннем туристических рынках.

Ключевые слова: туризм, мобильная и транспортная сети, Ивано-Франковская область, туристический поток, страны, области доноры туристов, индекс коммуникативности.

UDC 359

Kovalska Lesia Vladimirovna,
candidate of geographical sciences,
associate professor

Tkachenko Tetiana Ivanivna,
candidate of geographical sciences,
associate professor

Kovalska Angela Romanivna

Vasyl Stefanyk Precarpathian National University,
Ivano-Frankivsk, Ukraine,
e-mail: gnatuk_L@ukr.net

Kyiv National University of Culture and Arts,
Kyiv, Ukraine, e-mail: todria@ukr.net

Vasyl Stefanyk Precarpathian National
University", Ivano-Frankivsk, Ukraine
e-mail: kovalska_angelika_romanivna@ukr.net

COMMUNICATIVE, ITS ROLE IN THE DEVELOPMENT OF TOURISM ON THE EXAMPLE OF IVANO-FRANKIVSK REGION

Aim: The purpose of the article: To analyze the current state of the transport network development, the index of transport communication, the dynamics of the number of users of mobile communication services, on the example of Kyivstar Company in Ivano-Frankivsk region. Determine the role of transport and mobile networks in promoting and enhancing the development of tourism on the basis of multifunctionality, mutual permeability and complementarity of various elements of socio-economic systems.

Methods – the study of communicative and its role in the development of tourism on the example of the Ivano-Frankivsk region is based on the combination of methods of sectoral and territorial analysis.

In particular, a systematic approach is used for the study using comparative methods, statistical analysis, analytical analysis, etc.

This methodology includes an analysis of the conditions and factors of tourism development within the administrative unit of Ukraine based on statistical data of indicators (types of vehicles and connections, number of arrivals / departures of passengers, directions of tourist flows from / to Ivano-Frankivsk region, etc.).

Results – the article analyzes the impact of transport and mobile networks on the development of the tourism industry, for example, Ivano-Frankivsk region. The emphasis is placed on the index of transport communicativeness of the Ivano-Frankivsk region. The analysis of migration monitoring with the help of Kyivstar telecommunication operator was carried out, namely: citizens' migration in Ivano-Frankivsk, duration of their stay, geography of their arrivals. In comparison with the statistical indicators of the state of tourism development, external (country) and internal (oblast) donors of tourists are determined. The influence of communicativeness on the current state of the tourism industry is substantiated.

Scientific novelty – for the first time, on the basis of sectoral-territorial analysis the state of development of the tourism industry through the prism of transport and mobile networks has been analyzed.

The results of the research may form the basis for writing course papers, theses, preparation of lecture-practical material, monitoring of the national tourism market.

Practical significance – materials of the publication, conclusions can be used during the educational process, preparing training for the national tourism industry, the practical activities of tour companies, to popularize the western region of Ukraine, on the example of Ivano-Frankivsk region on the external and internal tourist markets.

Key words: tourism, mobile and transport networks, Ivano-Frankivsk region, tourist flow, countries, regions of tourists' donors, index of communicativeness.

Постановка проблеми. Із розвитком масового туризму через глобалізацію суспільства та іноваційно-інформаційні технології значення транспортних та мобільних мереж починає переосмислюватись. Оскільки ці мережі формують своєрідну властивість простору – комунікативну доступність середовища, то їх роль у сприянні й підсиленні розвитку туризму на основі багатофункціональності, взаємної проникності та доповнюваності різних елементів соціо-економічних систем є значущою. Зробити спробу аналізу комунікативної доступності в туризмі на прикладі Івано-Франківської області та порівняти зі статистичними показниками туристичних потоків є важливою потребою для моніторингу туристичного ринку, що і визначило актуальність статті.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Вивченням питань організації туризму в умовах фінансово-економічної нестабільності та воєнно-політичного конфлікту займалися Л. Ковальська, І. Калущий [3], де частково приділялася увага кількості вантажо-та пасажиро-перевезень в Україні. Специфіці обслуговування транспортних перевезень для неповносправних присвячені праці Л. Ковальської, І. Калущого, П. Вичівського [4]. Останні публікації дають змогу зробити висновок про існування потреби аналізу логістики транспортних перевезень для оцінки якості туристичних послуг.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. З'ясування значення мобільної мережі для визначення міграційних процесів, що дасть можливість відтворити більш реально подібні показники прибуттів/вибуттів в межах Івано-Франківської області, а також рівня транспортної комунікативності для аналізу логістики перевезень є важливою потребою сьогодення.

Формулювання цілей статті. Метою статті – з'ясування ролі транспортної і мобільної мереж у сприянні й підсиленні розвитку туризму на основі багатофункціональності, взаємної проникності та доповнюваності різних елементів соціо-економічних систем.

Виклад основного матеріалу. Розвиток територіально-туристичного господарства залежить від рівня комунікативності. Чим він вищий тим більш високий рівень соціокультурного середовища, рекреаційного ландшафту, ефективності туристичної галузі її інноваційності тощо. Сумарне значення цих показників і визначає індекс комунікативності регіону, області й ін. В Україні рівень комунікативності окремих територій безпосередньо залежить від соціального середовища, зокрема чисельності населення. Досить строкатий є індекс транспортної комунікативності України. Нижче середнього рівень комунікативності притаманний Івано-Франківській області. Левову частку склало транспортно-географічне положення. Оскільки транспортні комунікації є одні із провідних факторів формування та розвитку туристичного господарства, то вони об'єднують

туристичні території, центри в цілісну систему, визначають грузо- та пасажиропотік, сприяють зростанню економічної ефективності туризму тощо. В Івано-Франківській області функціонує розгалужена транспортна мережа: залізничний, автомобільний, повітряний. Усі вони тісно пов'язані між собою і взаємодоповнюють один одного.

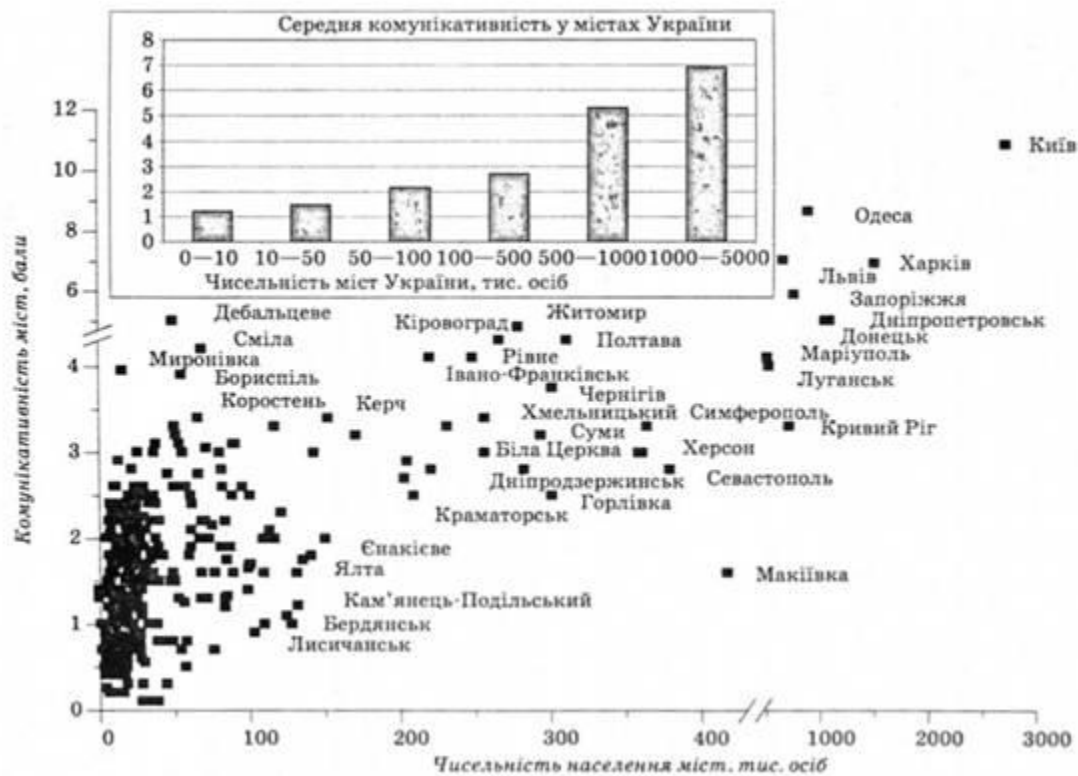


Рис. 1. Комунікативність міст України [2].

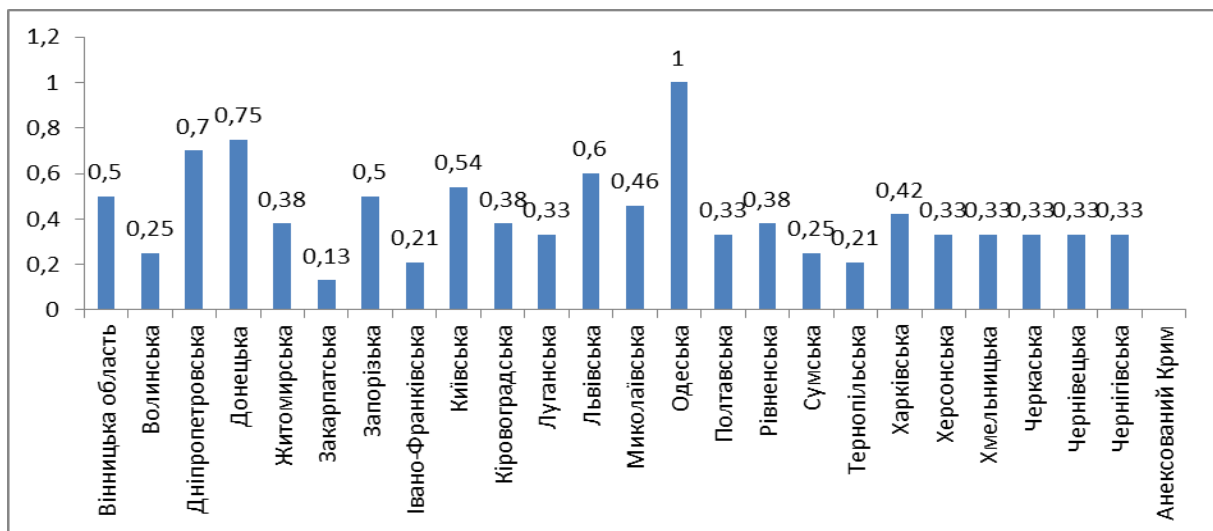


Рис. 2. Індекс транспортної комунікативності України

Транспортна мережа області поступово вдосконалюється. В Івано-Франківській області є 5 летовищ, хоча функціонує один аеродром

в Міжнародному аеропорту «Івано-Франківськ» та у м. Косів злітно-посадкова смуга завдовжки 1000 метрів, яка приймає спортивні літаки.

Таблиця 1.

Індекс транспортної комунікативності Івано-Франківської області

Регіони	Кількість				Сума об'єктів транспортної інфраструктури	Індекс комунікативності регіону
	Вузлових залізничних станцій	Магістральних автошляхів	Аеропортів	Морських та річкових портів		
Івано-Франківська	4	0	1	0	5	0,21

З 2010 р. аеропорт «Івано-Франківськ» перебуває в концесії у компанії "Скорзонера". Рекордним для аеропорту Івано-Франківськ був 2011 р., коли пасажиропотік склав 116 тис. осіб. Відзначимо, що в 2017 р. в/з Івано-Франківська літала і продовжує літати одна авіакомпанія – МАУ. У 2017 р. аеропорт "Івано-Франківськ" надав послуги 111 тис. пасажирів. Більшість з яких летіли із м. Івано-Франківськ внутрішніми рейсами, зокрема, в Київ – 76,1 тис. осіб. Міжнародними рейсами скористались тільки 34,5 тис. пасажирів [1].

Залізничний вид транспорту також покращує свій сервіс, а саме, швидкість пересування, комфортність, та відкриває нові маршрути. 07 липня 2015 р. вирушив перший "Нічний експрес" № 115/116. З 10 грудня 2017 р. потягу змінено номер на № 15/16 і маршрут руху «Харків–Івано-Франківськ–Рахів». 05 жовтня 2015 р. зі Львова та 06 жовтня 2015 року із Чернівців курсує дизель-поїзд ДПКр-2 за маршрутом «Львів–Чернівці». З листопада 2015 до 5 серпня 2016 р. – регіональний експрес № 704/703 «Львів – Івано-Франківськ», але через малу населеність відмінений. Нині він курсує до станції м. Чернівці. З грудня 2016 р. курсує потяг до Миколаєва. У січні 2017 р. запущено поїзд з вагонів-трансформерів сполученням Київ– Івано-Франківськ, час в дорозі близько 8 год.

Залізнична станція Івано-Франківськ останнім часом для туристів є транзитною. Значна частина туристів обирає варіант без пересадок: прямим пасажирським поїздом Київ-Ворохта, що зупиняється в Івано-Франківську, або ж поїздом № 357/358 «Гуцульщина» сполученням «Київ–Рахів», який прямує через Коломию. Приміське сполучення здійснюється у напрямках: 1. на Коломию. 2. на Ходорів. 3. на Надвірну – Яремче. 4. на Стрий. Далеке сполучення: 1. Чернівці. 2. Рахів. 3. Ковель. 4. Київ. 5. Одеса. 6. Харків. 7. Дніпро, Запоріжжя, Миколаїв. Автомобільні перевезення в Івано-Франківській області здійснюються мережею автомобільних доріг загального користування протяжністю 4160,3 км. Серед них: державні – 585 км (14,1 %); територіальні – 679 км (16,3 %); районні – 2298 км (55,2 %); сільські – 598,3 км (14,4 %). Тільки сполучення державного значення у задовільному стані. Щодо доріг територіальних, районних, сільських, то вони потребують негайного ремонту (прокладання). Найкомфортніші перевезення – міжнародні.

Таблиця 2

Кількість перевезених пасажирів за видами транспорту, (тис. пас.) [6, з доповненням автора].

Рік	Залізничний	Автомобільний (автобуси)	Авіаційний	Тролейбусний
2012	6 000,0	84 127,3	31,7	16 150,5
2013	6 012,9	82 931,1	24,9	13 903,5
2014	5 733,7	85 275,6	25,2	14 671,0
2015	5 420,6	80 006,4	3,2	14 472,2
2016	5 630,7	56 824,0	98,1	14 268,7
2017	2 711,4	63 535,2	111,0	14 303,6

Поряд зі змінами в транспортній системі відмічена позитивна динаміка у кількості користувачів послуг мобільного зв'язку. Управління міжнародного співробітництва, євроінтеграції, туризму та інвестицій Івано-Франківської облдержадміністрації спільно із компанією «Київстар» провела моніторинг переміщень за допомогою телекомунікаційного оператора. У 2016-2017 рр. у рамках реалізації проекту моніторингу міграцій громадян в Івано-Франківську область за даними компанії «Київстар» область у 2016 р. відвідало понад 4.3, а у 2017 р. – 4.9 млн осіб. – абонентів Київстар із 23 областей України. Це на 13.9% більше у порівнянні з 2016 р.), з них – 3.1 млн туристів (+14.8%) та 1.8 млн одноденних відвідувачів (у т.ч. екскурсантів) +12.5%) [5].

Найбільше відвідувачів в Івано-Франківську область прибувало з Львівської (25.27% у 2016 р. відповідно до 24.65% у 2017 р.), Чернівецької (18.55% і 21.50%), Тернопільської (17.07% й 17.48%), Київської з м. Київ (11.10% й 9.81%), Закарпатської (7.10% й 6.84%) областей. Приріст, порівняно з 2016 роком, показали Чернівецька, Тернопільська, а спад – Львівська, Київська, Закарпатська області.

В абсолютних величинах кількість відвідувачів станом на 2016 р. львів'ян становить 1097429 осіб. Кількість туристів і екскурсантів з Чернівецької області становить понад 800 тис. осіб, Тернопільської – понад 740 тис. осіб. Кількість відвідувачів з Київської області (разом з м. Київ) становить понад 480 тис. осіб. Закарпатська область займає п'яте місце у структурі внутрішнього потоку, як правило – це екскурсанти.

Основними дестинаціями туристів стали територія Яремчанської міської ради та місто Івано-Франківськ. Якщо проаналізувати не тільки географію, а й періоди відвідування, то отримуємо такі дані: влітку це понад 1.3 млн осіб, взимку та восени – 1.0 млн осіб, навесні – 0.9 млн осіб. Отримані дані мобільності фіксують два пікові напливи туристів – грудень/січень та серпень. Практично однакові показники зафіксовано у лютому, травні та вересні. Найменш відвідуваний місяць – квітень. Область практично підтвердила статус дестинації цілорічного відпочинку. Однак тривалість перебування гостей в Івано-Франківській області, здебільшого, обрховується від 1 до 3 днів. При цьому, найвідвідуванішою

порою року є літо, пік якого припадає на серпень. Кількість гостей у цьому місяці становить понад 12 тис. осіб. Другим піком є січень – кількість гостей становить майже 14 тис. осіб.

У кількісних показниках цифра внутрішніх туристів і екскурсантів, які відпочивають до трьох днів, становить понад 3 млн осіб, або 70%. Це в основному з областей-сусідів, а також з Хмельницької й Київської областей. Натомість тижневий відпочинок охопив понад 850 тис. осіб, або 20%. Тривалість перебування більше 7 днів склала 10%. Статистика демонструє, що Івано-Франківська для Київської, Одеської, Дніпропетровської областей – дестинація тижневого відпочинку на зимові свята. Структура тривалості відпочинку наступна: 37.30% відвідувачів перебувала в області один день, 28.74% – 2–3 дні, 17.80% – 4–7 днів і 16.16% – 8–14 днів. Івано-Франківську область у 2016 р. відвідало 97.6, а у 2017 р. – 123.3 тис. осіб – абонентів закордонних мереж. У 2016 р. серед лідерів іноземного потоку – Російська Федерація (15.26%), Польща (14.38%), Італія (9.52%), Молдова (7.36%), Естонія (6.68%) і Білорусь (6.68%). А у 2017 р. – Польща (14.41%), Російська Федерація (11.03%), Італія (9.40%), Естонія (9.32%), Білорусь (7.59%). У цій частці, безумовно, присутні заробітчани, що властиво всім областям західної України, а також транзитні туристи та особи, які прибувають в область не з туристичною метою. Аналіз сезонності країн-донорів демонструє два сезони. Зимовий – для країн близького зарубіжжя, та літній – для країн далекого зарубіжжя. Ці два сезони майже співмірні за часткою відвідувань [5].

Таблиця 3

Туристичні потоки в Івано-Франківській області, (осіб) [8].

Роки	Кількість туристів, обслугованих суб'єктами туристичної діяльності України – усього	Із загальної кількості туристів:		
		іноземні туристи	туристи–громадяни України, які виїжджали за кордон	внутрішні туристи
2012	110162	3171	9681	97310
2013	77666	5750	12025	59891
2014	63848	567	7609	55672
2015	65885	1324	6853	57708
2016	79973	2473	8588	68912
2017	73309	3190	14340	55779

При порівнянні кількості туристів (внутрішніх і іноземців) за результатами статистичних даних в Івано-Франківській області з кількістю приїжджих з інших областей (абонентів Київстар) та країн (абонентів закордонних мереж), то отримаємо досить відмінні показники, в бік зростання носіїв мобільних мереж. У 2016 р. кількість абонентів, які приїхали з інших областей України в Івано-Франківську становила у 62,3 рази більше ніж зареєстрованих туристів, а в 2017 р. цей показник вже становив 87,8 раз.

Таблиця 4.

Внутрішні та іноземні відвідувачі Івано-Франківської обл., осіб.

Рік	Внутрішні		Іноземні	
	туристи	абоненти Київстар	туристи	абоненти закордонних мереж
2016	68912	4300000	2473	97600
2017	55779	4900000	3190	123300

Аналогічна ситуація спостерігається і для міжнародного туризму.

Кількість абонентів закордонних мереж, які приїхали в Івано-Франківську область у 2016 р. становила 97600 осіб, що у 39,4 більше ніж кількість зареєстрованих іноземних-туристів. В 2017 р. це співвідношення було у 38,65 раз, відповідно до показників 123300 осіб й 3190 туристів.

Такі відмінності у внутрішньому туризмі можна пояснити саморганізацією туристів, що зумовлено економією коштів, а також приїзд до знайомих та рідних на відпочинок, ділові зустрічі тощо. Незважаючи на різну мету перебування абонентів мережі Київстар, вони однозначно користувалися послугами сфери обслуговування (заклади розміщень, харчування, транспорт, магазини й ін.), тобто залишали кошти (інвестували) розвиток Івано-Франківської області. Враховуючи значні відмінності у кількісних показниках між туристами (за даними статуправління) та приїжджими абонентами Київстар ці дані не в повній мірі відображають реальну ситуацію, оскільки не взято до уваги абонентів мереж Vodafone, Lifecell, які займають чільне місце на комунікаційному ринку. Відповідно, величина співвідношення зростає в бік абонентів мобільних мереж й перевищить кількість туристів у 50 раз.

Аналогічна ситуація щодо кількісної невідповідності прослідковується і для зареєстрованих іноземних туристів та абонентів закордонних мереж. Її можна пояснити приїздом заробітчани, які виїхали за кордон на початку 2000-х р., отримали там громадянство, однак приїжджають до рідних раз на рік. Така ситуація, безумовно, характерна й властива всім прикордонним областям західної України, в тому числі й Івано-Франківській. Левову частку у кількості абонентів закордонних мереж склали особи, які прибувають в область не з туристичною метою й транзитні туристи.

Висновки. Отже, головними «донорами» відвідувачів Івано-Франківської області є сусідні області: Львівська, Чернівецька, Тернопільська, Закарпатська. В основному гості з цих регіонів надають перевагу короткотривалому відпочинку, найпопулярніший місяць – серпень. Закарпатська область займає останнє місце серед сусідів-донорів відвідувачів через незручне транспортне сполучення, зокрема залізничне та левову частку транзитних туристів. Аналогічна ситуація характерна для Рівненської області. З Сумської, Херсонської, Чернігівської, Черкаської, Миколаївської, Полтавської та інших віддалених областей кількість приїжджих також незначна, однак термін

їхнього перебування тривалий. Винятком є Київська область та м. Київ звідки постачається значна кількість відвідувачів, як на коротко- так і на тривалий відпочинок, з переважанням у зимовий період. В'їзну мобільність в Івано-Франківську область, насамперед, варто пов'язувати з факторами туристичної привабливості регіону, а також з подоланням, зокрема, іноземцями фобії України як «гарячої точки».

Список використаних джерел:

1. Аеропорт в м. Івано-Франківськ. Івано-Франківськ, 2017. URL: http://cfts.org.ua/news/2018/01/24/ajeroportu_ivano_frankovsk_utochnili_statistiku_passazhiropotoka_2017_45174 (дата звернення: 19.07.2018).
2. Ішук С.І., Гладкий О.В. Географія промислових комплексів URL: https://pidruchniki.com/1002080538444/rps/geografiya_promislovih_kompleksiv (дата звернення: 11.05.2018).
3. Калущкий І. Ф., Ковальська Л. В. Розвиток туризму в умовах фінансово-економічної нестабільності та воєнно-політичного конфлікту в Україні. *Географія та туризм*. Київ. Вип. 33. 2016. С. 19–29.
4. Калущкий І. Ф., Ковальська Л. В., Вичівський П.П. Розвиток туризму для неповносправних в Україні. *Географія та туризм*. Київ. Вип. 35. 2017. С. 38–54.
5. Моніторинг міграції громадян в Івано-Франківську область URL: <http://www.dilovyi.com.ua/view.php?id=2734> (дата звернення: 10.10.2018).
6. Транспорт. Статистика URL: <http://www.ifstat.gov.ua/> (дата звернення: 19.11.2018).
7. Туризм. Статистика URL: <http://www.if.gov.ua/news/27916> (дата звернення: 19.11.2018).
8. Туристичні потоки. Статистика. URL: <http://www.ifstat.gov.ua> (дата звернення: 19.07.2018).

References:

1. Airport in Ivano-Frankivsk. Ivano-Frankivsk, 2017. URL: http://cfts.org.ua/news/2018/01/24/ajeroportu_ivano_frankovsk_utochnili_statistiku_passazhiropotoka_2017_45174 (last accessed: 07.19.2018).
2. Ishchuk SI, Gladkyi O.V. Geography of industrial complexes URL: https://idruchniki.com/1002080538444/rps/geografiya_promislovih_kompleksiv (last accessed: 11.05.2018).
3. Kaluisky I.F., Kovalska L.V. Development of tourism in conditions of financial-economic instability and military-political conflict in Ukraine. *Geography and Tourism*. Kiev. Whip 33. 2016. S. 19-29.
4. Kalutsky I.F., Kovalska L.V., Vychivsky P.P. Tourism Development for the Disabled in Ukraine. *Geography and Tourism*. Kiev. Whip 35. 2017. S. 38-54.
5. Monitoring migration of citizens in the Ivano-Frankivsk region URL: <http://www.dilovyi.com.ua/view.php?id=2734> (last accessed: 10.10.2018).
6. Transport. URL statistics: (Date sent: Nov 19, 2013).
7. Tourism. URL statistics: <http://www.if.gov.ua/news/27916> (last accessed: 19.11.2018).
8. Tourist streams. Statistics. URL: <http://www.ifstat.gov.ua> (last accessed: 07.19.2018).

УДК 316.74:2(477.42)

Рябцева Наталія Олександрівна,
кандидат сільськогосподарських наук

Житомирський національний
агроекологічний університет, м. Житомир,
Україна, e-mail: nryabceva@ukr.net

ХАРАКТЕРИСТИКА КОНФЕСІЙНОГО ЗРІЗУ РЕЛІГІЙНОЇ МЕРЕЖІ ЖИТОМИРСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Мета. З метою аналізу конфесійного зрізу релігійної мережі Житомирщини досліджено стан та динаміку розвитку сукупності зареєстрованих в області церковно-релігійних інституцій.

Методика. Вирішення поставлених задач здійснювалося із використанням широкого кола загальнонаукових та спеціальних методів: діалектичний і логічний, аналізу і синтезу, аналітичних групувань, системного підходу та ін. Теоретичною основою дослідження слугували матеріали звітів про мережу церков і релігійних організацій в Україні.

Результати. На основі проаналізованих даних отримано структуру конфесійної приналежності релігійних громад, зареєстрованих на території Житомирської області. Виділено домінуючі конфесії та розглянуто різноманіття релігійних течій та напрямів, не залежних від канонічної Церкви, на основі яких в області створюються релігійні організації. У цифровому відображенні показано проблему Православ'я, яке сьогодні перебуває у розколотому стані.

Наукова новизна результатів дослідження закладена у аналізі причин і наслідків релігійної строкатості мережі релігійних громад Житомирщини. Показано, що наслідком релігійного плюралізму в Україні є духовна криза, в якій перебуває сучасне українське суспільство.

Практична значимість результатів полягає в отриманні регіонального зрізу проблеми складних політично-релігійних відносин, що мають місце в нашій державі.

Ключові слова: релігійна мережа, конфесійна приналежність, релігійні організації.

УДК 316.74:2(477.42)

Рябцева Наталья Александровна,
кандидат сельскохозяйственных наук

Житомирский национальный
агроэкологический университет, г. Житомир,
Украина, e-mail: nryabceva@ukr.net

ХАРАКТЕРИСТИКА КОНФЕССИОНАЛЬНОГО СРЕЗА РЕЛИГИОЗНОЙ СЕТИ ЖИТОМИРСКОЙ ОБЛАСТИ

Цель. С целью анализа конфессионального среза религиозной сети Житомирщины исследовано состояние и динамику развития совокупности зарегистрированных в области церковно-религиозных институций.

Методика. Решение поставленных задач осуществлялось с использованием широкого круга общенаучных и специальных методов: диалектический и логический, анализа и синтеза, аналитических группировок, системного подхода и др. Теоретической основой исследования послужили материалы отчетов о сети церквей и религиозных организаций в Украине.

Результаты. На основе проанализированных данных получено структуру конфессиональной принадлежности религиозных общин, зарегистрированных на территории Житомирской области. Выделены доминирующие конфессии и

рассмотрено многообразие религиозных течений, направлений, не зависящих от канонической Церкви, на основе которых в области создаются религиозные организации. В цифровом отображении показано проблему Православия, которое сегодня находится в расколотом состоянии.

Научная новизна исследования заложена в анализе причин и последствий религиозной пестроты сети религиозных общин Житомирщины. Показано, что следствием религиозного плюрализма в Украине является духовный кризис, в котором находится современное украинское общество.

Практическая значимость исследования заключается в получении регионального среза проблемы сложных политико-религиозных отношений, имеющих место в нашем государстве.

Ключевые слова: религиозная сеть, конфессиональная принадлежность, религиозные организации.

УДК 316.74:2(477.42)

Ryabtseva Nataliya Oleksandrivna,
Candidate of Agricultural Sciences

Zhytomyr National Agroecological
University, Zhytomyr, Ukraine, e-mail:
nryabceva@ukr.net

CHARACTERISTICS OF THE CONFESSIONAL SECTION OF ZHYTOMYR REGION RELIGIOUS COMMUNITY

Purpose. In order to analyze the confessional section of the religious community of Zhytomyr region, the state and development dynamics of registered church and religious institutions totality have been investigated.

Methods. The solution of these tasks was carried out using a wide range of general scientific and special methods: dialectical and logical, analysis and synthesis, analytical groups, systems approach, etc. The theoretical basis of the study was the materials of reports about the community of churches and religious organizations in Ukraine.

Results. Based on the analyzed data, the confessional structure of religious communities registered in the Zhytomyr region was obtained. The dominant confessions were singled out and the diversity of religious movements, independent of the canonical Church, on the basis of which religious organizations are created in the region, were considered. The digital display shows the problem of Orthodoxy, which today is in a split state.

The scientific novelty of the research lies in the analysis of the causes and consequences of Zhytomyr region religious community's diversity. It is shown that the consequence of religious pluralism in Ukraine is a spiritual crisis in which modern Ukrainian society is located.

The practical significance of the study is to obtain a regional section of the problem of complex political and religious relations that occur in our state.

Key words: religious community, confessional affiliation, religious organizations.

Постановка проблеми. Стан та тенденції розвитку мережі церковно-релігійних інституцій значною мірою визначають релігійну ситуацію в країні. Законодавче закріплення та практичне забезпечення можливостей реалізації свободи світогляду та віросповідання в Україні дало змогу мільйонам громадян нашої держави відкрито сповідувати ту чи іншу релігію. Відповідно, відбулося помітне зростання інтересу значної

частини населення до світоглядних та духовних потреб свого життя, що сприяло бурхливому розвитку в Україні релігійних організацій [5].

Відповідно до ст. 7 Закону України «Про свободу совісті та релігійні організації» релігійні організації в Україні утворюються з метою задоволення релігійних потреб громадян сповідувати і поширювати віру [1]. Даним Законом релігійним організаціям надано право юридичної особи, якого раніше вони не мали.

Релігійними організаціями, що визначаються юридичними особами з моменту реєстрації їхніх статутів (положень), є релігійні громади віруючих, релігійні (церковні) управління й центри, монастирі, релігійні братства, місіонерські товариства (місії), духовні навчальні заклади, а також об'єднання, що складаються з релігійних організацій. Релігійні організації серед інститутів громадянського суспільства займають особливе місце, оскільки, відповідно до соціологічних опитувань, володіють високим рівнем довіри з боку громадян нашої держави [7].

Одним з видів місцевої релігійної організації є релігійна громада – об'єднання віруючих громадян одного й того ж культу, віросповідання, напрям, течії або толку, які добровільно об'єдналися з метою спільного задоволення релігійних потреб [3].

Тривалий час релігійні організації сприймалися тільки як історичний феномен, недооцінювалася їхня роль у духовно-моральному розвитку суспільства, не враховувалося те, що релігійні організації – це один із найдавніших суспільних інститутів.

Реалії сьогодення свідчать про зростання впливу релігії на суспільні відносини і життя людини. Збереглися традиційні релігії, але поряд із ними виникли й розвиваються нові релігійні течії, напрями, на основі яких створюються релігійні організації, не залежні від канонічної церкви [4].

Аналіз останніх публікацій. Україна – багатонаціональна, багатокультурна та багатоконфесійна держава. Поліконфесійність в Україні складалася протягом довготривалого процесу національного державотворення, історичного формування етнічних груп, політичного впливу держав із різними релігійними поглядами.

Нині в Україні діють релігійні організації десятків віросповідань, переважно християнських, і понад сотні конфесій. Найбільш численні мережі громад мають традиційні (історичні) для України віросповідання і конфесії, тобто такі релігійні напрями, релігійна практика яких добре відома і вже стала елементом суспільної культури. Такими насамперед є православ'я, римо-католицизм, греко-католицизм, такі напрями протестантизму, як баптизм, п'ятидесятництво, адвентизм та деякі інші. Традиційними, але не численними, також мають називатися історично вкоріненні в Україну іудаїзм, іслам та ін. Водночас, протягом останніх трьох десятиліть в Україні з'явилися досі невідомі віросповідання і напрями – як історично притаманні іншим державам, так і ті, що визначаються як неорелігії (новітні релігійні рухи) [7].

Але і сучасне українське Православ'я розколоте. Його утворюють три церкви – Українська православна церква, Українська православна церква Київського патріархату та Українська автокефальна православна церква, суттєвою особливістю відносин між якими є брак порозуміння. Це одна з визначальних рис вітчизняного православ'я у сфері внутрішніх і міжрелігійних відносин. Увесь час на різних рівнях ведуться розмови про необхідність об'єднання всіх його гілок. Однак церкви висувують суперечливі вимоги, що цілком або частково виключають саму можливість об'єднання [2].

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Релігійний плюралізм в Україні, значна активізація в останні роки на його ґрунті різноманітних псевдорелігійних рухів і сект – очевидне свідчення релігійної кризи в українському суспільстві.

Навіть православна церква, єдина з церков у вітчизняній історії, що функціонувала незмінно всі десять століть свого існування, і та сьогодні гостро потребує підтримки, захисту і відродження. За таких умов духовний авторитет усіх релігій, що діють у країні, може бути відновлений шляхом їх укріплення істинно віруючим населенням та духовно здоровою частиною повністю деполітизованого духовенства [2].

Тому отримання регіонального зрізу існуючої проблеми складних сучасних політично-релігійних відносин, що мають місце в нашій державі, є важливим та вартим глибокого аналізу питанням.

Формулювання цілей статті. Мета дослідження – аналіз конфесійного зрізу релігійної мережі Житомирщини через дослідження стану та динаміки розвитку сукупності зареєстрованих в області церковно-релігійних інституцій (релігійних громад).

Виклад основного матеріалу. Житомирщина, як і Україна в цілому, має багатоетнічний склад населення. Окрім українців як найчисленнішої нації, на теренах області живуть і національні меншини, які дотримуються різних релігійних вірувань. У зв'язку з чим на території Житомирщини пустили коріння не лише близькі християнству вірування, а й інші спільноти, відгалуження, групи, далекі від національної культури та релігійних традицій українського народу.

Станом на 01.01.2017 на території Житомирської області зареєстровано статuti 1502 релігійних громад 32 віросповідних напрямів (табл. 1). Проте при всій строкатості релігійної мережі сучасної Житомирщини більшість громад області перебуває у межах різних напрямів християнства, на яке припадає 97,3% зареєстрованих об'єднань. Домінуючим в області залишається православ'я – 62,15% від загальної кількості громад, протестанти складають 24,5%, католики – 10,72%.

Православ'я в області представляють 6 церков: Українська православна церква (УПЦ) – 671 релігійна громада, Українська православна церква Київського патріархату (УПЦ КП) – 226, Українська автокефальна православна церква (УАПЦ) – 25, Російська православна старообрядницька церква (РПСЦ) – 6, Російська істино-православна церква

(РПЦ) – 4 та 1 Вірменська Апостольська Церква (ВАЦ) – православна релігійна організація орієнтального напрямку.

Таблиця 1.

Перелік зареєстрованих релігійних громад на території Житомирської області станом на 01.01.2017 р.

№	Назва церков та релігійних громад	Кількість	
		од.	%
Християнство			
Православні релігійні організації			
1	Українська Православна Церква	671	44,70
2	Українська Православна Церква – Київський Патріархат	226	15,06
3	Українська Автокефальна Православна Церква	25	1,67
4	Російська Православна Старообрядницька Церква	6	0,40
5	Російська Істинно-Православна Церква	4	0,27
Орієнтальні православні релігійні організації			
6	Вірменська Апостольська Церква	1	0,07
Католицькі релігійні організації			
7	Римсько-Католицька Церква	146	9,73
8	Українська Греко-Католицька Церква	15	1,00
Протестантські релігійні організації			
9	Всеукраїнський союз об'єднань Євангельських християн-баптистів (ЄХБ)	114	7,59
10	Всеукраїнський союз Церков християн віри євангельської – п'ятидесятників (ХВЕ)	113	7,53
11	Українська Уніонна Конференція Церкви адвентистів сьомого дня (АСД)	35	2,33
12	Незалежні релігійні громади Євангельських християн-баптистів	28	1,87
13	Релігійні громади харизматичного напрямку	25	1,67
14	Релігійні громади християн віри євангельської	20	1,33
15	Церкви Повного Євангелія	11	0,73
16	Союз вільних церков християн євангельської віри (ХЄВ)	10	0,67
17	Релігійні громади колишньої Ради Церков євангельських християн-баптистів (ЄХБ)	5	0,33
18	Українська лютеранська Церква	5	0,33
19	Німецька Євангелічно-лютеранська Церква	1	0,07
20	Український центр об'єднаної Церкви християн віри євангельської	1	0,07
Іудаїзм			
21	Об'єднання хасидів Хабад Любавич іудейських релігійних громад і організацій України	11	0,73
22	Релігійні громади прогресивного іудаїзму	2	0,13
23	Об'єднання іудейських релігійних організацій України	1	0,07
24	Інші громади іудеїв	2	0,13
Синкретичні релігії			
25	Релігійна організація Свідків Єгови	7	0,47
26	Церква Ісуса Христа святих останніх днів (мормони)	1	0,07

№	Назва церков та релігійних громад	Кількість	
		од.	%
Іслам			
27	Духовне управління мусульман України	1	0,07
Східні релігії			
28	Релігійні громади Товариства свідомості Крішні	2	0,13
29	Релігійні організації орієнталістського напрямку	2	0,13
Язичники			
30	Релігійні громади Рідної української національної віри	2	0,13
31	Релігійні організації язичників	1	0,07
Інші			
32	Незалежні релігійні організації	8	0,53
Разом		1502	100

Католицька спільнота області представлена 168 релігійними громадами, 146 з яких належать до Римсько-католицької церкви (РКЦ) та 22 – до Української греко-католицької церкви (УГКЦ). В порівнянні з 2015 роком відбулося збільшення кількості громад католицьких церков на 25 одиниць (табл. 2).

Таблиця 2.
Динаміка кількості релігійних громад на території Житомирської області

Назва конфесії	2015		2017	
	од.	%	од.	%
Християни, всього	1391	97,41	1462	97,34
з них:				
– православні	912	63,87	933	62,12
– католики	136	9,52	161	10,72
– протестанти	343	24,02	368	24,50
Іудеї	13	0,91	16	1,07
Синкретичні релігії	8	0,56	8	0,53
Мусульмани	1	0,07	1	0,07
Східні релігії	4	0,28	4	0,27
Язичництво	3	0,21	3	0,20
Інші	8	0,56	8	0,53
<i>Разом</i>	1428	100	1502	100

Протестантські церкви на Житомирщині традиційно представлені євангельськими християнами-баптистами (ЄХБ) – 114 релігійних громад, християнами віри євангельської (ХВЕ) – 113, адвентистами сьомого дня (АСД) – 35 та іншими протестантськими релігійними організаціями. Всього на території області діє 368 релігійні громади протестантів, що на 25 громад більше порівняно з 2015 роком.

В області зареєстровано також релігійні громади іудеїв. Внаслідок еміграції до Ізраїлю та країн Заходу кількість єврейського населення в області зменшується. Однак, незважаючи на свою малочисельність, дані громади є одними з найактивніших серед об'єднань вірян області.

Вважається, що від 35 до 40% євреїв беруть активну участь у релігійному житті. Більшість євреїв області сповідує ортодоксальний іудаїзм. Так, в області зареєстровано 11 громад об'єднання хасидів Хабад Любавич. Функціонують також 2 громади прогресивного (реформованого) іудаїзму.

Одиничними об'єднаннями в Житомирській області представлено наступні релігії: іслам – Духовне управління мусульман України, синкретичні релігії – Церква Ісуса Христа святих останніх днів (мормони), східні релігії – релігійні громади Товариства свідомості Крішні, релігійні організації орієнталістського напрямку, язичники – релігійні громади Рідної української національної віри, релігійні організації язичників. В той же час синкретична релігійна організація Свідків Єгови в області налічує 7 громад.

Варто зазначити, що релігійні громади області активно беруть участь в соціальній сфері. Громади самостійно реалізують соціальні програми, тісно взаємодіють з територіальними центрами соціального обслуговування пенсіонерів та самотніх непрацездатних громадян, з місцевими центрами соціальних служб для молоді, центрами соціально-психологічної реабілітації, місцевими організаціями Червоного Хреста. Також громади активно допомагають учасникам АТО, тимчасовим переселенцям зі сходу країни.

Висновки. Релігійна мережа сучасної Житомирщини досить розгалужена. Проте при всій своїй строкатості, більшість релігійних громад області перебуває у межах різних напрямів християнства, домінуючі позиції в якому належать Православ'ю.

Список використаних джерел:

1. Закон України «Про свободу совісті та релігійні організації» від 23 квітня 1991 р. із змінами та доповненнями. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/987-12>
2. Горбань А. Релігійне життя сучасної України / Горбань А. // Я кореспондент. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://blogs.korrespondent.net/blog/2340/3455883/>
3. Кочкадан А. Організаційно-правові форми релігійних організацій в Україні / А. Кочкадан // Вісник Львів. ун-ту. Серія юридична. – 2010. – Вип. 50. – С. 133-139.
4. Новіков В. В. До питання про правовий статус і види релігійних організацій / Новіков В. В. // Науковий вісник Львівського державного університету внутрішніх справ. Серія юридична. – 2012. – №2 (2). – С. 88-97. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www2.lvduvs.edu.ua/documents_pdf/visnyky/nvsv/02_2012_2/12nvsvro.pdf
5. Палінчак М. М. Мережа релігійних організацій в Україні: стан та перспективи розвитку / Палінчак М. М., Лешанич М. М. // Актуальні проблеми політики. – 2015. – Вип. 55. – С. 205-214. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/appol_2015_55_27
6. Релігійно-інформаційна служба України. Релігієграфія. – Житомирська область. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://risu.org.ua/ua/index/reference/religiografia/zhytomyr_info
7. Яремчук С. С. Особливості сучасної конфесійної структури України / Яремчук С. С. // Вісник НТУУ «КПІ». Політологія. Соціологія. Право : збірник наукових праць. – 2015. – № 3/4 (27/28). – С. 90-96. – [Електронний ресурс]. – Режим доступу:

<http://ela.kpi.ua/handle/123456789/22708>

Список использованных источников

1. Закон Украины «О свободе совести и религиозных организациях» от 23 апреля 1991 г. с изменениями и дополнениями. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/987-12>
2. Горбань А. Религиозная жизнь современной Украины / Горбань А. // Я корреспондент. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <https://blogs.korrespondent.net/blog/2340/3455883/>
3. Кочкадан А. Организационно-правовые формы религиозных организаций в Украине / А. Кочкадан // Вестник Львов. ун-та. Серия юридическая. – 2010. – Вып. 50. – С. 133-139.
4. Новиков В. В. К вопросу о правовом статусе и виды религиозных организаций / Новиков В. В. // Вестник Львовского государственного университета внутренних дел. Серия юридическая. – 2012. – №2 (2). – С. 88-97. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://www2.lvduvs.edu.ua/documents_pdf/visnyky/nvsv/02_2012_2/12nvvvro.pdf
5. Палинчак М. М. Сеть религиозных организаций в Украине: состояние и перспективы развития / Палинчак М. М., Лешанич М. М. // Актуальные проблемы политики. – 2015. – Вып. 55. – С. 205-214. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://nbuv.gov.ua/UJRN/appol_2015_55_27
6. Религиозно-информационная служба Украины. Религиеграфия. – Житомирская область. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://risu.org.ua/ua/index/reference/religiografia/zhytomyr_info
7. Яремчук С. С. Особенности современной конфессиональной структуры Украины / Яремчук С. С. // Вестник НТУУ «КПИ». Политология. Социология. Право: сборник научных трудов. – 2015. – № 3/4 (27/28). – С. 90-96. – [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://ela.kpi.ua/handle/123456789/22708>

References

1. Zakon Ukrainy «Pro svobodu sovisti ta relihiyni orhanizatsiyi» vid 23 kvitnya 1991 r. iz zminamy ta dopovnennyamy. – [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/987-12>
2. Horban A. Relihiyne zhyttya suchasnoyi Ukrainy / Horban A. // YA korrespondent. – [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu: <https://blogs.korrespondent.net/blog/2340/3455883/>
3. Kochkadan A. Orhanizatsiyno-pravovi formy relihiynykh orhanizatsiy v Ukraini / A. Kochkadan // Visnyk Lviv. un-tu. Seriya yurydychna. – 2010. – Vyp. 50. – S. 133-139.
4. Novikov V. V. Do pytannya pro pravovyy status i vydy relihiynykh orhanizatsiy / Novikov V. V. // Naukovyy visnyk Lvivskoho derzhavnoho universytetu vnutrishnikh sprav. Seriya yurydychna. – 2012. – №2 (2). – S. 88-97. – [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu: http://www2.lvduvs.edu.ua/documents_pdf/visnyky/nvsv/02_2012_2/12nvvvro.pdf
5. Palinchak M. M. Merezha relihiynykh orhanizatsiy v Ukraini: stan ta perspektyvy rozvytku / Palinchak M. M., Leshanych M. M. // Aktualni problemy polityky. – 2015. – Vyp. 55. – S. 205-214. – [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu: http://nbuv.gov.ua/UJRN/appol_2015_55_27
6. Relihiyno-informatsiyna sluzhba Ukrainy. Relihiyehrafiya. – Zhytomyrska oblast. – [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu: https://risu.org.ua/ua/index/reference/religiografia/zhytomyr_info
7. Yaremchuk S. S. Osoblyvosti suchasnoyi konfesiynoyi struktury Ukrainy / Yaremchuk S. S. // Visnyk NTUU «KPI». Politolohiya. Sotsiolohiya. Pravo : zbirnyk naukovykh prats. – 2015. – № 3/4 (27/28). – S. 90-96. – [Elektronnyy resurs]. – Rezhym dostupu: <http://ela.kpi.ua/handle/123456789/22708>

УДК 911.3

Михайленко Тетяна Ігорівна,
кандидат географічних наук

Київський національний університет імені
Тараса Шевченка, м. Київ, Україна
e-mail:archy07@ukr.net

ВИКОРИСТАННЯ ТУРИСТСЬКО-РЕКРЕАЦІЙНИХ РЕСУРСІВ В УМОВАХ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ (НА ПРИКЛАДІ ПОБУЗЬКОЇ ОБ'ЄДНАНОЇ ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ ГРОМАДИ)

Метою статті є з'ясування можливостей використання ресурсів для розвитку туризму у Побузькій об'єднаній територіальній громаді в контексті сталого розвитку території в умовах адміністративної реформи України для задоволення потреб людей у відпочинку та відновленні сил.

Методика дослідження включає використання в межах системного підходу описового, джерелознавчого та порівняльно-географічного методів.

Результати. Проаналізовано наявні ресурси для розвитку туризму у Побузькій об'єднаній територіальній громаді в сучасному процесі децентралізації. Розкрито особливості видових складових ресурсів для місцевого туризму як одного із джерел надходження до бюджету громади, враховуючи стратегію сталого розвитку та створення умов для здатності місцевого самоврядування самостійно вирішувати питання місцевого значення за рахунок власних ресурсів. Встановлено, що туризм на даній території має бути орієнтований на мешканців майбутньої громади та сусідніх населених пунктів.

Наукова новизна полягає у аналізі особливостей раціонального використання наявних ресурсів для розвитку туризму на рівні окремої територіальної громади за умов процесу децентралізації.

Практична значущість дослідження полягає у використанні його результатів при створенні стратегії та Перспективного плану розвитку громади.

Ключові слова: адміністративна реформа, рекреаційні ресурси, сталий розвиток території, Побузька об'єднана територіальна громада, відпочинок та відновлення сил.

УДК 911.3

Михайленко Татьяна Игоревна
кандидат географических наук

Киевский национальный университет
имени Тараса Шевченко, г. Киев, Украина
e-mail:archy07@ukr.net

ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫХ РЕСУРСОВ В УСЛОВИЯХ ДЕЦЕНТРАЛИЗАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ ПОБУЖСКОЙ ОБЪЕДИНЕННОЙ ТЕРРИТОРИАЛЬНОЙ ГРОМАДЫ)

Целью статьи является выявление возможностей использования ресурсов для развития туризма в Побужской объединенной территориальной громаде в контексте устойчивого развития территории в условиях административной реформы Украины для удовлетворения потребностей людей в отдыхе и восстановлении сил.

Методика исследования включает использование в пределах системного подхода описательного, источниковедения и сравнительно-географического методов.

Результаты. Проанализированы имеющиеся ресурсы для развития туризма в Побужской объединенной территориальной громаде в современном процессе децентрализации. Раскрыты особенности видовых составляющих ресурсов для

местного туризма как одного из источников поступления в бюджет громады, учитывая стратегию устойчивого развития и создания условий для возможности местного самоуправления самостоятельно решать вопросы локального значения за счет собственных ресурсов. Установлено, что туризм на данной территории должен быть ориентирован на жителей будущей общины и соседних населенных пунктов.

Научная новизна заключается в анализе особенностей рационального использования имеющихся ресурсов для развития туризма на уровне отдельной территориальной громады в условиях процесса децентрализации.

Практическая значимость исследования заключается в использовании его результатов при создании стратегии и Перспективного плана развития громады.

Ключевые слова: административная реформа, рекреационные ресурсы, устойчивое развитие территории, Побужская объединенная территориальная громада, отдых и восстановление сил.

UDC 911.3

Mykhailenko Tetiana Igorivna,
Candidate of Geographical Sciences

Taras Shevchenko National University of
Kyiv, Kyiv, Ukraine, e-mail:archy07@ukr.net

THE USE OF TOURIST-RECREATIONAL RESOURCES IN THE CONTEXT OF DECENTRALIZATION (ON THE EXAMPLE OF THE POBUZKA UNITED TERRITORIAL COMMUNITY)

The purpose of the article is to explanation the possibilities of the using resources for the development of tourism in the Pobuzka united territorial community in the context of the sustainable development of the territory in the context of the Ukraine's administrative reform. It will make the satisfaction the needs for people in the rest and recovery human strength.

Methods of study include the use of a systematic approach, descriptive, source study and comparative geographical methods.

Results. The available resources for the development of tourism in the Pobuzka united territorial community in the process of decentralization are analyzed. The features of the specific resource's components for local tourism as one of the sources of income to the community budget were disclosed. The strategy of sustainable development and creation of conditions for the possibility of local self-government independently solve problems of local importance at their own expense was taken into account. Tourism in this area should be focused more on residents of the future community and neighboring settlements.

Scientific novelty consists in analysis of the features of rational use the available resources for the development of tourism at the separate territorial community level in the context of the decentralization process.

The practical significance of the study is to use the results in creating a strategy and a long-term plan for the development of a community.

Keywords: administrative reform, recreational resources, sustainable development of the territory, Pobuzka united territorial community, rest and recuperation.

Постановка проблеми. Раціональне використання рекреаційних ресурсів є умовою сталого розвитку адміністративних територіальних одиниць різного рівня. Все більш актуальними стають дослідження спроможності території забезпечити потреби людей у відпочинку та відновленні сил. Процес децентралізації, який максимально надає права громадам, повинен сприяти створенню умов для покращення якості життя людини, зокрема, реалізації рекреаційних потреб.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Ресурсно-рекреаційна тематика, зокрема, класифікація і оцінка ресурсів, їх раціональне використання та формування територіальної структури рекреаційного господарства висвітлюється в працях О.О. Бейдика [1;2], В.Г. Жученка [5], М.П. Крачила [9], О.О. Любіцевої [10], В.І. Мацоли [11], В.П. Руденка [13], І.В. Смаля [14], В.І. Стафійчука [10] та ін. Туристична проблематика Кіровоградської області висвітлена у роботах І.М. Волошина [3], О.В. Колотухи [7], О.В. Мацібори [4], Н.В. Столярчук [15] та ін.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Децентралізація в Україні відкриває не тільки нові можливості для органів місцевого самоврядування, вона створює умови для перегляду існуючої парадигми сільського розвитку, зокрема на рівні Побузької об'єднаної територіальної громади (ОТГ). Розвиток і впровадження нових туристичних послуг, включаючи розвиток сільського зеленого туризму та створення умов для партнерства між органами влади, суспільством та представниками бізнесу є новим напрямом у сфері покращення рівня життя сільських громад, залучення інвестицій.

Формулювання цілей статті. Метою роботи є дослідження наявних туристсько-рекреаційних ресурсів в межах Побузької ОТГ і виявлення найбільш перспективних напрямків їх використання за умов адміністративної реформи України.

Виклад основного матеріалу. Сьогодні йде активний процес створення нової Побузької об'єднаної територіальної громади Кіровоградської області Голованівського району в контексті адміністративної реформи України. Ця громада має на меті об'єднати два населені пункти - смт Побузьке та село Капітанка, оскільки вибір цих населених пунктів зумовлений здебільшого географічним фактором – віддаленістю від решти населених пунктів та межування на півдні із Миколаївською областю.

Голованівщина має високий показник антропогенних навантажень на навколишнє природне середовище. Забруднення повітря, вод, ґрунтів, збіднення ландшафтного і біотичного різноманіття негативно впливає на живі організми і людей. Природокористування є нераціональним й екологічно незбалансованим [8]. Сучасний стан природних ресурсів і навколишнього природного середовища району змушує змінювати погляди щодо подальшого економічного розвитку і технічного прогресу й оцінювати їх з урахуванням екологічних пріоритетів, наявності екологічних ризиків та стану екологічної безпеки. Необхідно виробити і здійснювати таку стратегію природокористування, яка б забезпечила збалансований розвиток району, покращення стану навколишнього природного середовища, інтегроване управління природними ресурсами, їх невиснажливе використання й охорону, формування екологічно безпечних умов для життя і здоров'я населення, а також моніторинг за змінами природних і антропогенних процесів у природно-територіальних комплексах.

Одна із функцій рекреації – природоохоронна, яка полягає у попередженні деградації природних рекреаційних комплексів під впливом антропогенної діяльності, в тому числі і рекреаційної [18]. А невід'ємною умовою сталого розвитку району є пріоритетна увага до охорони навколишнього природного середовища, раціонального використання природних ресурсів, зменшення техногенного навантаження на навколишнє природне середовище. У програмі соціального і економічного розвитку Голованівського району, а відтак і Побузької громади, на 2018 рік заходи щодо розвитку туризму не передбачаються.

Поняття «рекреаційного потенціалу» включає як природну, так і історико-культурну та соціально-економічну складові. В даному дослідженні увага приділяється природній та історико-культурній складовим. Саме процеси децентралізації відбиваються на всіх сферах господарства та життя людини, адже відбувається максимально можлива передача повноважень територіальним громадам. Відповідно є всі передумови для створення умов для динамічного розвитку регіонів та надання якісних і доступних суспільних послуг громадянам. Ці фактори можуть сприяти сталому розвитку території. Старий курс розвитку сільських територій був орієнтований на отримання субсидій, розвиток агровиробництва та конкурентоспроможність фермерських господарств. На відміну від попереднього курсу розвитку сільських територій, політика децентралізації буде впливати на різні сектори, зокрема сільський туризм, підприємства та ремесла.

Об'єктами такої політики становляться: розвиток місцевих ініціатив, використання ресурсів, які раніше не використовувались або мало використовувались, конкурентоспроможність сільських територій. В населених пунктах Побузької громади бізнесу працювати не так комфортно, як у великих містах чи урбанізованих територіях з високою щільністю населення.

Наявність на території смт Побузького феронікелевого заводу впливає на екологічні умови середовища, на якість життя мешканців. Аналіз існуючого стану показує, що мешканці мають значні потреби у відпочинку і відновленні сил, які не можуть бути забезпечені, зважаючи на актуальний стан рекреаційного середовища.

В той же час, саме розвиток туризму і рекреації в Побузькій ОТГ може стати одним із джерел надходження до бюджету, сприяти створенню додаткових робочих місць, покращити рекреаційні умови для відновлення фізичних і психоемоційних сил мешканців. Основними рекреаційними ресурсами в майбутній громаді для розвитку туризму виступають природні та історико-культурні.

Подорожі у сільську місцевість з її колоритом, пейзажами, способом життя, екологічно чистими продуктами тощо є однією із тенденцій сучасного туризму. Базою розміщення та харчування стають сільські оселі. В цілому, Кіровоградська область має всі передумови для розвитку сільського зеленого туризму: сприятливий клімат, мальовничі ландшафти,

місцеві традиції, розвинуті туристичні маршрути тощо. У Голованівському районі Кіровоградської області нараховується 3 сільські зелені садиби. Дві з них знаходяться у смт Голованівськ та с. Межирічка і надають послуги проживання, харчування, організації пікніків та екскурсій, є баня [6]. Третя - у с. Троянка - більш орієнтована на відпочинок із дітьми і, окрім вищеназваних послуг, забезпечує дозвілля для дітей.

Тому, зважаючи на наявні в Побузькій громаді умови (наявність мальовничої річки Мокра Деренюха та приватного сектору) є всі передумови для створення та розвитку сільського зеленого туризму. Одним із позитивних факторів можна відзначити той, що приватні садиби можуть бути основою для розвитку кінного туризму, зокрема, способом залучення місцевого населення до бізнесу. Сільський зелений туризм є одним із перспективних видів діяльності, який передбачає об'єднання зусиль приватних власників для надання послуг відпочиваючим. Сільська зелена садиба може стати непоганим джерелом заробітку для її господаря та непоганою рекламою для району і області. Такий вид туризму вимагає мінімум інвестицій, локальної ініціативи та здатен забезпечити основні потреби в обслуговуванні туристів.

Перспективним є розвиток кінного туризму, зокрема таких напрямків як тривалі кінні маршрути та прогулянки на конях. Прикладом розвитку цих напрямків у майбутній громаді є невелика кінна ферма Мустанг (сmt Побузьке). Кінні прогулянки як різновид активного та екологічного туризму можуть використовуватися як тури вихідного дня (як кількогадинні, так і на вихідні), адже нетривалі прогулянки верхом – чудовий спосіб відволіктися від повсякденної рутини та відчутти себе частиною природи. Перевагами цього виду туризму є те, що людині не потрібна спеціальна підготовка, доступність для людей будь-якою віку та позитивний вплив на здоров'я людини. Кінні маршрути розраховуються на людей, що не мають спеціальної підготовки у верховій їзді. Основними вимогами щодо безпеки проведення такого активного туризму є наявність кваліфікованих кадрів, здорові та спокійні коні. Не варто забувати про ще одну особливість кінного туризму – оздоровчу, тому кінний туризм може бути основою спортивно-оздоровчого туризму.

Останні роки широкого поширення набула тенденція ведення здорового способу життя. Одним із проявів цієї тенденції є поїдки та прогулянки на велосипеді. Додаткова перевага такого виду туризму – екологічність, оскільки велоспорт є одним з найбільш екологічних видів туризму. Він приваблює до себе відчуттям швидкості, свободи, цікавими екскурсіями та можливістю відпочинку на природі. Переваги велотуризму на ринку беззаперечні: по-перше, турист має змогу поєднати задоволення потреби і пізнання та одночасно розвинути фізичну форму; по-друге, недорогий і дуже простий спосіб подорожувати; по-третє, тренується вестибулярний апарат; по-четверте, цей вид спортивного туризму всесезонний. У 2017 р. у Кропивницькому був відкритий перший обласний туристичний веломаршрут, який взимку придатний для катання на бігових

лижах[17]. Природні ресурси Побузької ОТГ сприятливі для розвитку велотуризму з рекреаційною метою. Естетично привабливі ландшафти вздовж річок Мокра Деренюха та у гирлі Південного Бугу створюють передумови для відпочинку та відновлення фізичних і психічних сил людини. Прокладання в найближчій перспективі велодоріжок дозволить створити маршрут як по Голованівському району, так і включити його до веломаршруту області.

Водні ресурси досліджуваної території представлені річкою Мокра Деренюха (довжина 24 км), яка протікає даними населеними пунктами і впадає у Південний Буг за 2 км від смт Побузького. Головний акцент відводиться на наданні послуг прокату човнів, облаштування стоянок для велосипедів, надання (за потребою) додаткового спорядження для пікніків тощо. Доцільно облаштувати ділянки для тимчасової зони для пікніків, вогнищ та кемпінгів. Відстань у 2 км до Південного Бугу дозволяє здійснювати піші прогулянки, прокладати невеликі маршрути щоб дістатися гирла Мокрої Деренюхи на велосипеді.

На річці Мокра Деренюха існують декілька невеликих ставків для місцевих потреб, які можна зарибити та використовувати для розвитку рибальства. Любительське рибальство – потужний фактор впливу на природне середовище та водні біоресурси, значний чинник фізичного оздоровлення людей. Як і інші види організованого туризму, рибальський туризм —комерційна економічна діяльність, яка має на меті отримання прибутку. Основними послугами для туристів-риболовів є організація риболовлі та надання у разі потреби в оренду рибальського спорядження. Перевагами рекреаційного рибальства є більш повне та раціональне використання біоресурсів водойм (аніж у промислі) та збільшення кількості робочих місць.

Основним історико-культурним ресурсом виступає унікальний музей ракетних військ стратегічного призначення (Музей РВСП), який знаходиться на границі Кіровоградської та Миколаївської областей, недалеко від міста Первомайська, у смт Побузьке. Такий музей єдиний у Європі, аналогічний існує у США (штат Арізона). Музей РВСП було створено на території колишньої ракетної бази та командного пункту. Експозиція музею відображає історію ракетних військ стратегічного призначення СРСР, а також полку, особовий склад якого ніс тут бойове чергування[12]. Основні послуги музею: екскурсійний супровід по території та експозиціям музею, спуск в шахту, покататися на військовій техніці, організація фотосесії, смачно поїсти у військово-польовому кафе та ін. Музей РВСП, як об'єкт музейного туризму, входить до екскурсій як з Миколаївської, так і з Кіровоградської областей.

Аналіз туристичного порталу Кіровоградщини показує, що на сьогодні існують лише два екскурсійні маршрути, які проходять через смт Побузьке (центру майбутньої громади): перший передбачає відвідування православних святинь району і називається «Духовними пам'ятками Голованівщини» - об'єктом слугує цегляна ХХ ст. церква Святого Миколая

сmt Побузького, а другий – відвідування музеїв “Музеї Голованівщини”, де основний об’єкт – музей РВСП [16]. Це одноденні маршрути обласного значення, історико-пізнавального та пізнавально-красознавчого характеру. Туристсько-інформаційного центру з власним діючим сайтом не виявлено. Тобто, в туристичному відношенні на обласному рівні майбутня громада представлена мало. Натомість, на рівні району для задоволення рекреаційних потреб є перспективною.

Висновки. Процес децентралізації стосується і впливає на всі сфери господарства та життя людини, тому цей процес може сприяти сталому розвитку та збереженню природних ресурсів. Туризм у Побузькій ОТГ має бути орієнтований переважно на мешканців майбутньої громади, мешканців сусідніх населених пунктів як Кіровоградської, так і Миколаївської областей. Мешканці громади мають першочергову потребу у відпочинку, оскільки на території сmt Побузького розташований феронікелевий завод. Основу розвитку складатимуть тури вихідного дня та відпочинок у виділених рекреаційних зонах для відновлення сил і оздоровлення місцевого населення. Щоб забезпечити і збільшити грошові надходження ззовні до бюджету громади, основний акцент потрібно зробити і першу чергу на сільський зелений туризм. Перспективними визначені кінний, рибальський, велотуризм, які можуть сформувати туристичну привабливість майбутньої громади. Створення туристичної привабливості Побузької об’єднаної територіальної громади має опиратись передусім на приватну ініціативу на місцевому рівні. Така ініціатива не просто має на меті привабити туристів та заробити гроші за будь-яку ціну, але й дозволить брати участь у міжнародних проектах допомоги щодо розроблення й реалізації проектів в сфері покращення надання послуг, місцевого економічного розвитку та інфраструктури.

Список використаних джерел:

1. Бейдик О.О. Рекреаційно-туристські ресурси України: Методологія та методика аналізу, термінологія, районування: монографія / О.О. Бейдик. – К.: ВПЦ «Київський університет», 2001. – 395 с.
2. Бейдик О.О. Рекреаційні ресурси України: Навчальний посібник / О. О. Бейдик. – 2-ге вид. перероб. і доп. – К.: Альтерпрес, 2010. – 404 с
3. Волошин І. М. Туристичні ресурси Кіровоградщини та їх геопросторове поширення / І. М.Волошин // Теоретичні і прикладні напрямки розвитку туризму та рекреації в регіонах України: Зб. наук. праць / Ред. кол.: С. М. Неділько та ін. – Кіровоград: КЛА НАУ, 2015. – С.125– 138
4. Вовк В. М., Мацібора О. В. Застосування геоінформаційних технологій в геотуризмі (наприкладі геологічних пам’яток Кіровоградської області) / В. М. Вовк // Теоретичні і прикладні напрямки розвитку туризму та рекреації в регіонах України: Зб. наук. праць /Ред. кол.: С. М. Неділько та ін. – Кіровоград: КЛА НАУ, 2015. –С. 220 – 228
5. Жученко В.Г. Розвиток туристсько-рекреаційної діяльності на Україні: передумови та перспективи // Регіональні перспективи. - 2001. - №1 (14). – С. 34-38.
6. Кіровоградщина туристична [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://tourism.kr-admin.gov.ua/index.php?q=Green/main.html>
7. Колотуха О. В. Рекреаційно-туристські ресурси Кіровоградської області / О. В. Колотуха–Кропивницький, 2016. –144с.
8. Комплексна програма охорони навколишнього природного середовища у Голованівському районі на 2017-2020 роки [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://golovanivsk-rada.com.ua/assets/files/16%20ses%207%20sk%20richeny/16%20%D1%81%D0%B5%D1%81.%20%D0%9F%D1%80%D0%BE%D0%B3%D1%80%D0%B0%D0%BC%D0%B0%20%D0%BD%D0%B0%D0%B2%D0%BA.%D1%81%D0%B5%D1%80%D0%B5%D0%B4%D0%BE%D0%B2..pdf>
9. Крачило Н. П. Основы туризмоведения / Н. П. Крачило. – Київ: Вища школа, 1980. – 225 с.

10. Любіцева О.О., Панкова Є.В., Стафійчук В.І. Туристичні ресурси України. Навчальний посібник. – К.: Альтерпрес, 2007. – 369 с.
11. Мацола В.І. Рекреаційно-туристичний комплекс України – Львів, 1999. – 200 с.
12. Офіційний сайт музею ракетних військ стратегічного призначення [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://rvsp.net.ua/>
13. Руденко В. П. Географія природно-ресурсного потенціалу України / В. П. Руденко. – Львів : Світ, 1993. – 240 с.
14. Смась І. В. Туристичні ресурси світу : навчальний посібник. / І. В. Смась. – Ніжин : Видавництво Ніжинського державного університету імені Миколи Гоголя, 2010. – 336 с.
15. Столярчук Н. В., Остапенко О. М. Проблеми становлення та розвитку сфери сільського(зеленого) туризму в Кіровоградській області / Н. В. Столярчук // Теоретичні і прикладні напрямки розвитку туризму та рекреації в регіонах України: Зб. наук. праць / Ред. кол.: С.М. Неділько та ін. – Кіровоград: КЛА НАУ, 2015. – С. 184 – 193.
16. Туристичні маршрути Кіровоградської області [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://tourism.kr-admin.gov.ua/index.php?q=Marshr/main.html>
17. У Кропивницькому відкрили перший обласний туристичний веломаршрут [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://kropyvnytskyiua.com/u-kropivnitskomu-vidkrili-pershii-oblasnii-turistichnii-velomarsrut-fotoreportazh>
18. Україна в ХХІ столітті: концепції та моделі економічного розвитку: Матеріали доп. V Міжнародного конгресу українських економістів, Львів, 22-26 травня, 2009р. / Інститут регіональних досліджень НАН України; Львівський національний ун-т ім. І.Франка - Л., 2009. - 466с.

References:

1. Beidyk O.O. Rekreatsiino-turystski resursy Ukrainy: Metodolohiia ta metodyka analizu, terminolohiia, raionuvannia: monohrafiia / O.O. Beidyk. – K.: VPTs «Kyivskiy universytet», 2001. – 395 s.
2. Beidyk O.O. Rekreatsiini resursy Ukrainy: Navchalnyi posibnyk / O. O. Beidyk. – 2-he vyd. pererob. i dop. – K.: Alterpres, 2010. – 404 s
3. Voloshyn I. M. Turystychni resursy Kirovohradshchyny ta yikh heoprostorove poshyrennia / I. M. Voloshyn // Teoretychni i prykladni napriamky rozvytku turyzmu ta rekreatsii v rehionakh Ukrainy: Zb. nauk. prats / Red. kol.: S. M. Nedilko ta in. – Kirovohrad: KLA NAU, 2015. – S.125– 138
4. Vovk V. M., Matsibora O. V. Zastosuvannia heoinformatsiinykh tekhnolohii v heoturyzmi (naprykladi heolohichnykh pamiatok Kirovohradskoi oblasti) / V. M. Vovk // Teoretychni i prykladni napriamky rozvytku turyzmu ta rekreatsii v rehionakh Ukrainy: Zb. nauk. prats / Red. kol.: S. M. Nedilko ta in. – Kirovohrad: KLA NAU, 2015. – S. 220 – 228
5. Zhuchenko V.H. Rozvytok turystsko-rekreatsiinoi diialnosti na Ukraini: peredumovy ta perspektyvy // Rehionalni perspektyvy. - 2001. - №1 (14). – S. 34-38.
6. Kirovohradshchyna turystychna [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : <http://tourism.kr-admin.gov.ua/index.php?q=Green/main.html>
7. Kolotukha O. V. Rekreatsiino-turystski resursy Kirovohradskoi oblasti / O. V. Kolotukha–Kropyvnytskyi, 2016. – 144s.
8. Kompleksna prohrama okhorony navkolyshnoho pryrodnoho seredovyscha u Holovanivskomu raioni na 2017-2020 roky [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : <http://golovanivsk-rada.com.ua/assets/files/16%20ses%207%20sk%20richeny/16%20%D1%81%D0%B5%D1%81.%20%D0%9F%D1%80%D0%BE%D0%B3%D1%80%D0%B0%D0%BC%D0%B0%20%D0%BD%D0%B0%D0%B2%D0%BA.%D1%81%D0%B5%D1%80%D0%B5%D0%B4%D0%BE%D0%B2..pdf>
9. Krachylo N. P. Osnovy turyzmovedenyia / N. P. Krachylo. – Kyiv: Vyshcha shkola, 1980. – 225 s.
10. Liubitseva O.O., Pankova Ye.V., Stafiichuk V.I. Turystychni resursy Ukrainy. Navchalnyi posibnyk. – K.: Alterpres, 2007. – 369 s.
11. Matsola V.I. Rekreatsiino-turystychnyi kompleks Ukrainy – Lviv, 1999. – 200 s.
12. Ofitsiinyi sait muzeiu raketnykh viisk stratehichnoho pryznachennia [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : <https://rvsp.net.ua/>
13. Rudenko V. P. Heohrafiia pryrodno-resursnoho potentsialu Ukrainy / V. P. Rudenko. – Lviv : Svit, 1993. – 240 s.
14. Smal I. V. Turystychni resursy svitu : navchalnyi posibnyk. / I. V. Smal. – Nizhyn : Vydavnytstvo Nizhynskoho derzhavnoho universytetu imeni Mykoly Hoholia, 2010. – 336 s.
15. Stoliarchuk N. V., Ostapenko O. M. Problemy stanovlennia ta rozvytku sfery silskoho(зеленого) turyzmu v Kirovohradskii oblasti / N. V. Stoliarchuk // Teoretychni i prykladni napriamky rozvytku turyzmu ta rekreatsii v rehionakh Ukrainy: Zb. nauk. prats / Red. kol.: S.M. Nedilko ta in. – Kirovohrad: KLA NAU, 2015. – S. 184 – 193.
16. Turystychni marsruty Kirovohradskoi oblasti [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : <http://tourism.kr-admin.gov.ua/index.php?q=Marshr/main.html>
17. U Kropyvnytskomu vidkryly pershyi oblasnyi turystychnyi velomarsrut [Elektronnyi resurs]. – Rezhym dostupu : <http://kropyvnytskyiua.com/u-kropivnitskomu-vidkrili-pershii-oblasnii-turistichnii-velomarsrut-fotoreportazh>
18. Ukraina v XXI stolitti: kontseptsii ta modeli ekonomichnoho rozvytku: Materialy dop. V Mizhnarodnoho konhresu ukrainskykh ekonomistiv, Lviv, 22-26 travnia, 2009r. / Instytut rehionalnykh doslidzhen NAN Ukrainy; Lvivskiy natsionalnyi un-t im. I.Franka - L., 2009. - 466s.

УДК 640.4

Самойленко Наталія Остапівна

Бондар Наталія Петрівна,
кандидат технічних наук, доцент

Шаран Лариса Олександрівна,
кандидат технічних наук, доцент

Губеня В'ячеслав Олександрович,
кандидат технічних наук, доцент

Національний університет харчових
технологій, м. Київ, Україна,
e-mail: natalialevchuck@gmail.com

Національний університет харчових
технологій, м. Київ, Україна,
e-mail: nata@nuft.edu.ua

Національний університет харчових
технологій, м. Київ, Україна,
e-mail: larisharan@ukr.net

Національний університет харчових
технологій, м. Київ, Україна,
e-mail: v.hubenia@hotmail.com

ОЦІНКА РІВНЯ ЯКОСТІ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ ТА НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ МІСТА ПЕРЕЯСЛАВ- ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ

Мета. Метою статті є характеристика сучасного стану та оцінка туристичного потенціалу міста Переяслав-Хмельницький.

Методика. Методичною основою роботи виступають праці вітчизняних вчених у сфері туризмознавства, наукова періодика, ресурси Інтернет-мережі, статистичні дані Головного управління статистики у Київській області та ін., в яких відображені характеристики стану туристично-рекреаційної галузі регіону

Результати. У результаті дослідження проаналізовано туристичний потенціал міста Переяслав-Хмельницький. Було запропоновано перспективні напрями розвитку міста, які забезпечать збереження пам'яток історії, поліпшення сервісу та інфраструктури. В свою чергу це сприятиме збільшенню кількості туристів, які відвідують місто та зростанню туристичного потенціалу загалом.

Наукова новизна. Визначено основні проблеми розвитку туризму міста Переяслав-Хмельницький та надано пропозиції щодо підвищення туристичного потенціалу.

Практична значимість. Висвітлення проблем розвитку туризму в місті Переяслав-Хмельницький та методів їх вирішення збільшить привабливість міста для спонсорів, меценатів та підприємців. Підвищення туристичного потенціалу міста сприятиме більшому надходженню коштів для загального розвитку міста та району.

Ключові слова: Переяслав-Хмельницький, SWOT-аналіз, туризм, туристичний потенціал, туристичний потік.

УДК 640.4

Самойленко Наталья Остаповна

Бондарь Наталья Петровна,
кандидат технических наук, доцент

Шаран Лариса Александровна,
кандидат технических наук, доцент

Национальный университет пищевых
технологий, м. Киев, Украина, e-mail:
natalialevchuck@gmail.com

Национальный университет пищевых
технологий, м. Киев, Украина, e-mail:
nata@nuft.edu.ua

Национальный университет пищевых
технологий, м. Киев, Украина, e-mail:
larisharan@ukr.net

Губеня Вячеслав Александрович,
кандидат технических наук, доцент

Национальный университет пищевых
технологий, м. Киев, Украина, e-mail:
v.hubenia@hotmail.com

**ОЦЕНКА УРОВНЯ КАЧЕСТВА ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ И ПУТИ
ПОВЫШЕНИЯ ТУРИСТИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА ГОРОДА
ПЕРЕЯСЛАВ-ХМЕЛЬНИЦКИЙ**

Цель. Целью статьи является характеристика современного состояния и анализ туристического потенциала города Переяслав-Хмельницкий.

Методика. Методической основой работы выступают труды отечественных ученых в области туризмовеждения, научная периодика, ресурсы Интернет-сети, статистические данные Главного управления статистики в Киевской области и др., в которых отражены характеристики состояния туристско-рекреационной отрасли региона.

Результаты. В результате исследования проанализировано туристический потенциал города Переяслав-Хмельницкий. Было предложено перспективные направления развития города, которые обеспечат сохранность памятков истории, улучшения сервиса и инфраструктуры. В свою очередь это приведет к увеличению количества туристов, посещающих город и улучшению туристического потенциала в целом.

Научная новизна. Определены основные проблемы развития туризма города Переяслав-Хмельницкий и даны предложения по повышению туристического потенциала.

Практическая значимость. Освещение проблем развития туризма в городе Переяслав-Хмельницкий и методов их решения увеличит привлекательность города для спонсоров, меценатов и предпринимателей. Повышение туристического потенциала города будет способствовать большему поступлению средств для общего развития города и района.

Ключевые слова: Переяслав-Хмельницкий, SWOT-анализ, туристический потенциал, туристический поток.

UDC 640.4

Samoilenko Natalia Ostapivna

National University of Food Technology,
Kyiv, Ukraine,
e-mail: natalialevchuck@gmail.com

Bondar Nataliia Petrivna,
Candidate of Technical Sciences, Associate
professor

National University of Food Technology,
Kyiv, Ukraine,
e-mail: nata@nuft.edu.ua

Sharan Larisa Oleksandrovna,
Candidate of Technical Sciences, Associate
professor

National University of Food Technology,
Kyiv, Ukraine, e-mail: larisharan@ukr.net

Hubenia Vyacheslav Oleksandrovy`ch
Candidate of Technical Sciences, Associate
professor

National University of Food Technology,
Kyiv, Ukraine,
e-mail: v.hubenia@hotmail.com

**EVALUATION OF QUALITY LEVEL TOURISM SERVICES AND
DIRECTIONS OF GROWTH TOURIST POTENTIAL OF THE CITY
PEREYASLAV-KHMELNYTSKY**

Goal. The purpose of the article is to analyze the prospective opportunities for improving the tourist potential of the city Pereyaslav-Khmelnytsky.

Method. The methodical basis of the work is the works of domestic scientists in the field of tourism, scientific periodicals, Internet resources, statistics of the Main Department of Statistics in Kyiv Oblast, etc., which reflect the characteristics of the state of the tourist and recreational industry of the region

Results As a result of the research, the tourist potential of the city Pereyaslav-Khmelnytsky has been analyzed. Were proposed the directions of development of the city. They will ensure the preservation of historical monuments, improvement of service and infrastructure, and the popularity of the city. In turn, this will increase the number of tourists that visit the city and improving the tourism potential in general.

Scientific novelty. The main problems of tourism development in the city Pereyaslav-Khmelnytsky are determined, and suggestions on increasing the tourist potential are given.

Practical significance. The coverage of tourism development problems in the city Pereyaslav-Khmelnytsky and the methods of their solution will increase the attractiveness of the city for sponsors and entrepreneurs. Increasing the tourist potential of the city will contribute to a larger flow of funds for the overall development of the city and the region.

Key words: Pereyaslav-Khmelnytsky, tourism, tourist potential, tourist flow.

Актуальність дослідження. Готельна сфера як одна з високорентабельних галузей ХХІ ст. стає провідним напрямом економічного та соціального розвитку України. З кожним роком розвиток туризму в Україні набуває все більших обертів. Важливим є розвиток туризму у невеликих історичних містах. Це забезпечить стабільний економічний розвиток місцевості та сприятиме збереженню історичних пам'яток в належному стані.

Постановка проблеми. Переяслав-Хмельницький – старовинне місто-музей, якому нині 1111 років, з безліччю історичних пам'яток. Незважаючи на те, що Переяслав-Хмельницький має багато туристичних атракцій та зручне місце розташування, туристи прибувають зазвичай на один день, не пізнаючи всю красу міста.

Метою статті є оцінка якості туристичних послуг та туристичного потенціалу міста Переяслав-Хмельницький.

Аналіз досліджень і публікацій. Дослідженням факторів, що впливають на розвиток туризму займалися: Азарян О.М. та Жукова Н.Л., Дядечко Л.П., Жукова М.О., Цьохла С.Ю. [1]. Дослідженням туристичного потенціалу міста та пошуком дій для його збільшення займається відділ культури та туризму Переяслав-Хмельницької міської ради [6], також активно працює громадська ініціатива «Корінь нації» [7].

Викладення основного матеріалу. Київська область характеризується чітко вираженими тенденціями: стрімкого розвитку її внутрішньої туристичної індустрії та створенням майже в кожному з її районів яскравих, економічно доцільних та конкурентоспроможних пакетів пропозицій у сфері туризму, екскурсій, подорожей, активного і здорового відпочинку, культурних програм та змістовного дозвілля.

Визнаними туристично-культурними центрами області є міста Переяслав-Хмельницький, Біла Церква, Бориспіль, Ржищів та інші, які в

сукупності з широким спектром закладів сучасної модернізованої сервісної інфраструктури стрімко трансформуються в потужні генератори пакетів високоякісних туристичних послуг. Розгалужена мережа внутрішніх транспортних і туристичних коридорів щільно насичена численними готельними і ресторанними комплексами, автокемпінгами, зонами для розваг і відпочинку туристів.

На території Київської області розташовано приблизно 6000 об'єктів культурної спадщини, з них 2010 – пам'ятки археології, 1164 – пам'ятки історії, 164 – пам'ятки архітектури. Це давні поселення, городища, могили, кургани, змійові вали, місця битв та історичних подій, археологічні пам'ятки, занесені до Реєстру нерухомих пам'яток, пам'ятки національного значення, серед яких більшість – це культові споруди XVI-XIX століть. Вони розкривають широкі можливості для задоволення найвибагливіших культурно-пізнавальних потреб як жителів Київщини та Києва, а також туристів з України та світу.

У Київській області станом на 1 січня 2014 р. налічувалося 255 засобів розміщення, з яких: 146 об'єктів готельного господарства, 6 мотелів і кемпінгів, 68 об'єктів готельно-ресторанного господарства та 35 садиб сільського туризму [5].

Київська область завдяки сприятливим кліматичним умовам має різнопрофільні лікувально-оздоровчі та санаторно-курортні заклади, розташовані у Переяслав-Хмельницькому, Броварському, Києво-Святошинському, Миронівському, Обухівському районах та містах Боярка, Буча, Ворзель, Ірпінь і Миронівка та ін.

Розвиненими місцями зеленого туризму є села Білоцерківського, Богуславського, Вишгородського, Кагарлицького, Переяслав-Хмельницького районів.

З метою популяризації туристичних можливостей Київської області, розроблено і впроваджуються тематичні туристичні маршрути: «Музейна скарбниця Київщини», «Козацькими шляхами Київщини», «Трипільська культура на Київщині», «Місцями бойової слави Київщини», «Подорож у Київську Русь», «Старожитності Вишгородщини», «Мистецька Яготинщина», «Край Марусі Богуславки», «Шевченко на Київщині» [5].

Переяслав-Хмельницький – місто обласного значення, районний центр на сході Київської області, розташований в лісостеповій зоні на берегах річок Дніпра, Трубежу, Карані та Альти неподалік Канівського водосховища. Лівобережжя, зокрема Середнє Придніпров'я, відзначається помірним кліматом. Зима досить довга, але порівняно тепла, середня температура становить 6-7 °С нижче нуля. Середня температура липня – 19,2 °С вище нульової позначки. Займає територію 31,52 км² (0,11 %, від території області), чисельність населення станом на 01.03.2018 складає 27,3 тис.чол.

Переяслав-Хмельницький район межує на півночі з Баришівським районом, на півдні – з Канівським і Золотоніським районами Черкаської

області, на заході – з Бориспільським, на сході – з Яготинським районом Київської області та Драбівським районом Черкаської області.

Місто знаходиться на відстані 87 км від м. Києва. Через Переяслав-Хмельницький проходить автомобільний шлях Київ – Дніпропетровськ. За 30,3 км від міста – залізниця Київ – Полтава – Харків. За 58 км знаходиться міжнародний аеропорт Бориспіль [2].

Переяслав-Хмельницький – це місто-музей. Сучасний національний історико-етнографічний заповідник «Переяслав» [3] – один з провідних в Україні, унікальний музейний комплекс, у складі якого 24 тематичні музеї, 371 пам'ятка історії та архітектури, більше 170 тис. предметів музейного значення основного фонду, окремі з яких є національною гордістю України.

В центрі міста працюють меморіальні музеї Г.Сковороди, Т.Шевченка, В.Заболотного, музей-діорама «Битва за Дніпро», музей археології, музей народного одягу Середньої Наддніпрянщини, музей кобзарства та інші.

Перлиною музеїв і гордістю переяславців є перший в Україні музей народної архітектури та побуту Середньої Наддніпрянщини просто неба (рис. 1), заснований у 1964 р.



Рисунок 1 – План-схема музею народної архітектури та побуту Середньої Наддніпрянщини

(взято з сайту <http://archive.li/IbsPs>)

1. Хата перших комунарів. 2. Водяний млин. 3. Садина бідняка. 4. Кузня. 5. Садина ткача. 6. Вітряки. 7. Двір столяра. 8. Двір гребінника. 9. Двір бондаря. 10. Шишкосушарня. 11. Музей лікарських рослин. 12. Музей лісового господарства. 13. Корчма. 14. Садина заможного селянина-землевласника. 15. Водяний млин. 16. Музей "Український рушник". 17. Садина заможного селянина. 18. Андрушівська церква св. Георгія. 19. Гамазей. 20. Гончарна піч. 21. Двір гончара. 22. Поліська хата. 23. Шинок.

24. Двір середняка. 25. Музей бджільництва (садиба пасічника). 26. Хата знахарки (реконструкція). 27. Двір чинбаря. 28. Сільська управа. 29. Гойдалки. 30. Колодязь-журавель. 31. Двір олійника. 32. Хата безземельника. 33. Виставкова зала. 34. Хата вдови. 35. Мисливський будинок князя О. Горчакова. 36. Музей М. М. Бенардоса. 37. Ротонда. 38. Музей декоративно-прикладного мистецтва. 39. Музей історії української православної церкви. 40. Двір священника. 41. Церковно-парафіяльна школа. 42. Музей народних звичаїв та обрядів. 43. Церковна сторожка. 44. Дзвіниця. 45. Музей мирного освоєння космосу. 46. Козацька церква з с. Острійки. 47. Колодязні зруби. 48. Сільське житло. 49. Житлово-господарчий комплекс з Подолу. 50. Житло Черняхівської культури (реконструкція). 51. Пізньополовецьке святилище XII - п. XIII ст. (реконструкція). 52. Павільйон "Залишки житлово-господарського комплексу X ст. з Києва". 53. Добраничівська стоянка пізнього палеоліту (реконструкція). 54. Кам'яні баби. 55. Експозиція "Пам'ятки найдавнішої монументальної архітектури на території України" (степові кургани III - II ст. до н. е.). 56. Кам'яні баби. 57. Житло XIV ст. з Києва (реконструкція). 58. Гончарна піч (реконструкція). 59. Житло XI ст. з Переяслава (реконструкція). 60. Ранньополовецьке святилище к. XI - п. XII ст. (реконструкція). 61. Павільйон "Найдавніша монументальна кам'яна скульптура та поховальні скрині". 62. Музей класика єврейської літератури Шолом-Алейхема. 63. Музей хліба. 64. Хата хлібороба. 65. Музей сухопутного транспорту. 66. Музей "Поштова станція". 67. Козацький постій (реконструкція). 68. Збруцький ідол (копія). 69. Альтанка на озері. 70. Парова машина.

Створене ціле музейне містечко, де розміщуються музей українського рушника, музей народного сухопутного транспорту, музеї хліба, бджільництва, космосу, поштового зв'язку та інші.

На території міста розташовані пам'ятки культурної спадщини, серед яких: історії – 21, археології – 27, архітектури та містобудування – 13, монументального мистецтва – 6, пам'яток національного значення – 2.

Дослідження існуючої забезпеченості регіону місцями (засобами) розміщення [4] у місті Переяслав-Хмельницький представлені у вигляді табл. 1.

Таблиця 1

Забезпеченість досліджуваного регіону готелями

Діючі підприємства готельного господарства	Адреса	Тип	Категорія	Місткість та номерний фонд	Інфраструктура та послуги
«Любокрай»	Київська обл., м. Переяслав-Хм., вул. Об'їзна 4а	Готель	без категорії	5 номерів (DELUXE – 1, STANDART – 4)	<u>Інфраструктура:</u> - ресторан, - бар, - крипа літня тераса. <u>Послуги:</u> - стоянка під цілодобовою охороною, - прокат велосипедів - катання на конях, - прогулянки на яхті, - караоке - розміщення з тваринами, - WiFi-Інтернет у зонах

					загального користування.
«Артак»	Київська обл., м. Переяслав-Хм., вул. Новокиївське шосе 51	готельний комплекс	без катедорії	5 номерів (двомісний стандарт – 3, двомісний напівлюкс – 1, двомісний люкс – 1)	<u>Інфраструктура:</u> - кафе, - сауна з басейном. <u>Послуги:</u> - стоянка, - російський більярд, - прання, - прасування, - монгал
«Пектораль»	Київська обл., м. Переяслав-Хм., вул. Б. Хмельницького 55	Готель	без катедорії	12 номерів («Люкс» покращений – 1, «Люкс» – 1, «Стандарт» (двокімнатний) – 4, «Стандарт» (однокімнатний) – 4, 2-х місний «Економ» – 1, 3-х місний «Економ» – 1.	<u>Інфраструктура:</u> - кафе-кондитерська. <u>Послуги:</u> - розміщення, - харчування, - замовлення безалкогольних напоїв у номер цілодобово, - стоянка, - WiFi-Інтернет, - прання та прасування речей, - надання фену, - виклик таксі, - допомога в організації екскурсій

Недоліками в роботі цих готельних підприємств міста Переяслав-Хмельницький є: низький рівень обслуговування; слабка реклама; відсутність room service; недостатня матеріальна база; вузький спектр додаткових послуг.

За Цюхолою С.Ю. [1] фактори, що впливають на розвиток туризму поділяють на зовнішні (екзогенні) і внутрішні (ендогенні), які мають специфічні прояви.

До зовнішніх факторів належать:

1. *Політичні фактори:*

- політична стабільність, участь у міжнародних організаціях, стан торговельного й платіжного балансу, міжнародна обстановка.

2. *Економічні фактори:*

- економічна стабільність, фінансова ситуація, доходи населення, зовнішньоекономічна діяльність держави, ступінь інтегрованості в світогосподарську систему.

3. *Соціально-демографічні фактори:*

- чисельність та вік населення, рівень складності й інтенсивності праці, зміна персонального доходу, гнучкий графік робочого часу, туристична активність.

4. *Науково-технічні фактори:*

- рівень наукових розробок, сучасні технології обслуговування, технологізація й комп'ютеризація туристичної індустрії.

До внутрішніх факторів належать:

- ✓ процеси попиту, пропозиції й поширення, збільшення індивідуального туризму;
- ✓ зростання ролі сегментації ринку, збільшення відстаней подорожей, різноманітність форм проведення канікул і т.д.;
- ✓ зростання ролі координації діяльності в туризмі в процесі монополізації;
- ✓ зростання ролі ЗМІ й зв'язків із громадськістю у просуванні, рекламі й реалізації турпродуктів;
- ✓ зростання ролі фахівців у туризмі;
- ✓ зростання представників туристського бізнесу.

Для того, щоб оцінити туристичний потенціал міста Переяслав-Хмельницький було проведено SWOT-аналіз (табл. 2).

Таблиця 2.

SWOT-аналіз міста Переяслав-Хмельницький з точки зору туризму

Strengths (Сильні сторони)	Weaknesses (Слабкі сторони)
Розташування: 87 км від Києва; 58 км до міжнародного аеропорту Бориспіль. Велика кількість історичних пам'яток, музеїв, церков. Зелене місто. Мала віддаленість від історичних центрів (Чигирин, Канів і т. д.). Наявність річок: Дніпро, Трубів, Альта. Наявність річкового порту.	Малорозвинена туристична інфраструктура міста: Мало позначок для туристів; Мала кількість готелів; Туристичний інформаційний пункт зазвичай зачинений і необхідно телефонувати, щоб підійшов працівник та надав послуги Мало громадських вбиралень та вони в неналежному стані. Маловідомість міста як туристичного осередку.
Opportunities (Можливості)	Threats (Загрози)
Розробка нових туристичних маршрутів. Розробка туристичних пакетів спрямованих на різні верстви населення. Розробка маркетингової стратегії пропагування вже відомих і нових туристичних маршрутів міста. Встановлення показників руху до історичних пам'яток. Проведення тематичних майстер-класів у музеях. Створення громадських вбиралень.	Не сприятлива політична та економічна ситуація в країні. Мала купівельна спроможність населення. Малий потік туристів. Націленість українських туристів на зовнішній туризм. Маловідомість міста за кордоном.

Отримані дані проведеного SWOT-аналізу показують, що місто Переяслав-Хмельницький має всі можливості збільшення туристичного потоку та розвитку туризму в цілому.

Пропонуємо заходи щодо збільшення туристичного потоку в місті Переяслав-Хмельницький:

1. Видання і поширення інформаційних матеріалів та пропаганда у ЗМІ відомих і нових туристичних маршрутів вихідного дня та етнотуризму, рекламних турів, інфотурів;

2. Розвиток дорожньої мережі до туристичних і оздоровчих об'єктів, таборів, садиб та баз відпочинку, створення та реконструкція малих об'єктів обслуговування туристів (громадські вбиральні, дитячі майданчики тощо);

3. Ідентифікація, маркування та встановлення міжнародно визнаних позначень туристичних та рекреаційних об'єктів, пам'ятників архітектури, історії та культури та їх підтримка у задовільному стані;

4. Розробка нових тематичних екскурсійних програм та спеціалізованих маршрутів з історико-краєзнавчої, військовопатріотичної, літературно-мистецької, архітектурної, історико-релігіознавчої, природничої та інших тематик;

5. Сприяння проведенню акцій, святкувань, ярмарок, виставок що сприяють розвитку туризму, просування місцевих традицій та звичаїв міста, сприяння у виготовленні сувенірної продукції, яка буде символізувати туристичний бренд Київщини;

6. Удосконалення туристичного веб-порталу, створення мережі інформаційних туристичних центрів, розроблення рекламних буклетів та встановлення стендів туристичних маршрутів;

7. Розвиток готельної інфраструктури міста з організацією приміщень для проведення тренінгів та конференцій. Даний крок допоможе зробити привабливим місто для бізнес туристів та забезпечить їх стабільний потік;

8. Розвиток інтерактивності музеїв (проведення тематичних майстер-класів для туристів). Це забезпечить більшу цікавість туристів до міста;

9. Розвиток громадського та міжміського транспорту, розвиток водного туризму (пароплавство по Дніпру);

10. Залучення та мотивація персоналу, який володіє іноземними мовами, зокрема англійською. Місто буде привабливим для іноземних туристів.

Висновки. Місто Переяслав-Хмельницький має великий туристичний потенціал. Якщо активно займатися впровадженням заходів щодо збільшення привабливості міста для туристів, Переяслав-Хмельницький може стати одним з найбільш відвідуваних міст Київщини та України. Забезпечення подальшого розвитку туристичного потенціалу Київської області може здійснюватися поєднанням бюджетної підтримки зі стимулюванням добродійності, меценатства, підприємницької активності культурних закладів, що забезпечить оновлення матеріально-технічної бази галузі.

Список використаних джерел:

1. Цехла С.Ю. Систематизация факторов развития туристской индустрии / С.Ю. Цёхла // Вчені записки ТНУ. Серія: Економіка та управління. – 2009. – Т. 22 (61), №2. – С.373-380.

2. Сайт міста та Переяслав-Хмельницького району [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://perejaslav.org.ua/>
3. Національний історико-етнографічний заповідник «Переяслав» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://niez.com.ua/>
4. Система інтернет-бронювання житла (готелі, хостели) [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.booking.com>
5. Розробники: Керівний комітет та Робоча група із розробки Стратегії розвитку Київської області на період до 2020 р. «СТРАТЕГІЯ РОЗВИТКУ КИЇВСЬКОЇ ОБЛАСТІ на період до 2020 р.». Київ: 2014. - 90 с.
6. Відділ культури і туризму міської ради [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://phm.gov.ua/?p=751>
7. Громадська ініціатива «Корінь нації» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://ru-ru.facebook.com/Ukraine1187/>

References:

1. Tshehla S.Yu. Systematization of factors of development of tourism industry / S.Yu. Tsöhl // Scientific Papers of TNU. Series: Economics and Management. - 2009. - Vol. 22 (61), No. 2. - p.373-380.
2. Site of the city and Pereyaslav-Khmeltsky region [Electronic resource]. - Access mode: <http://perejaslav.org.ua/>
3. National Historical and Ethnographic Reserve "Pereyaslav" [Electronic resource]. - Access mode: <http://niez.com.ua/>
4. Internet reservation system (hotels, hostels) [Electronic resource]. - Access mode: <https://www.booking.com>
5. Developers: Steering Committee and Working Group on Development of the Strategy for Development of the Kyiv Region for the period till 2020 "STRATEGY OF DEVELOPMENT OF THE KYIV REGION until 2020". Kyiv: 2014. - 90 p.
6. Department of Culture and Tourism of the City Council [Electronic resource]. - Access mode: <http://phm.gov.ua/?p=751>
7. Civic Initiative "The root of the nation" [Electronic resource]. - Access mode: <https://ru-ru.facebook.com/Ukraine1187/>

*II. АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ СУСПІЛЬНОЇ ГЕОГРАФІЇ ТА
КРАЇНОЗНАВСТВА*

УДК 914/919(478.9)

Бурла Михаил Порфирович,
кандидат географических наук,
доцент

Приднестровский государственный университет
имени Т.Г.Шевченко,
г. Тирасполь, Молдова, e-mail: burla57@list.ru

*СТРАТЕГИЧЕСКИЕ НАПРАВЛЕНИЯ
СТРУКТУРНОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ В ПРИДНЕСТРОВЬЕ*

Целью статьи является анализ особенностей структуры экономики Приднестровья, оценка их влияния на социально-экономическую динамику и разработка предложений, направленных на оптимизацию основных хозяйственных пропорций.

В процессе исследования использованы следующие *методы*: ретроспективный, факторный и статистический анализ, оценка основных экономических пропорций и прогноз социально-экономических структурных и макроэкономических параметров.

Результаты. На основе статистического анализа дана количественная оценка структуры ВВП, промышленного и сельскохозяйственного производства. Показана роль индустриального сектора в экономике региона в целом и в отдельных административно-территориальных единицах. Анализ индустриального сектора демонстрирует устойчивый тренд к симплификации структуры промышленности, выражающийся в прекращении отдельных производств, росте зависимости региона от ограниченного круга предприятий и ассортимента товаров.

Научная новизна заключается в выявлении корреляции уровня индустриализации, экономической динамики и бюджетных поступлений.

Практическая значимость. Предложены некоторые направления оптимизации структуры ВВП, промышленного сектора, сельского хозяйства и экспорта. Перечислены некоторые инструменты, использование которых позволит оптимизировать структуру экономики Приднестровья, и обеспечит положительную динамику хозяйственной деятельности.

Ключевые слова: валовой внутренний продукт, промышленность, структура экономики, экспорт, сальдо внешней торговли, консолидированный бюджет.

УДК 914/919(478.9)

Burla Mikhail Porfirovich,
Candidate of geographical Sciences,
Associate Professor

Pridnestrovian state University T. G.
Shevchenko, Tiraspol, Moldova,
e-mail: burla57@list.ru

*STRATEGIC DIRECTION STRUCTURAL ECONOMIC POLICY IN
TRANSNISTRIA*

The purpose of the article is to analyze the features of the structure of the economy of Transnistria, to assess their impact on socio-economic dynamics and to develop proposals aimed at optimizing the main economic proportions.

The study used the following *methods*: retrospective, factor and statistical analysis, assessment of the main economic proportions and forecast of socio-economic structural and macroeconomic parameters.

Results. On the basis of statistical analysis, a quantitative assessment of the structure of GDP, industrial and agricultural production is given. The share of the industrial sector in the economy of the region as a whole and in some administrative-territorial units is decreasing. The analysis of the structure of industrial production shows a steady trend towards its simplification, which is expressed in the termination of the activities of individual enterprises and entire sectors of the economy, the growing dependence of the region on a limited number of enterprises and a narrow range of products.

The *scientific novelty* is to identify the relationship between the level of industrialization, the dynamics of the economy and the revenue side of the budget.

Practical significance. The directions of optimization of the structure of GDP, industrial sector, agriculture and exports are proposed. Some tools are listed, the use of which will optimize the structure of the economy of Transnistria and provide a positive dynamics of economic activity.

Keywords: gross domestic product, industry, economic structure, export, foreign trade balance, consolidated budget.

Постановка проблемы. В начале 90-х годов XX в. Приднестровье характеризовалось высоким уровнем индустриализации. Сосредотачивая около 15% населения, регион производил более 40% валовой промышленной продукции бывшей Молдавской ССР. В постсоветский период в экономике произошли существенные структурные изменения, которые оказали значительное влияние на макроэкономическую динамику, демографическую ситуацию и уровень социальных показателей.

Современная экономическая система Приднестровья характеризуется наличием разнообразных структурных диспропорций, которые оказывают существенное влияние на экономическую динамику и эффективность хозяйственной деятельности. Их исследование представляет не только теоретическое, но и прикладное значение.

Анализ последних исследований и публикаций. Несмотря на важную роль исследований структурных аспектов макроэкономической динамики и территориального развития, они практически остаются вне поля зрения ученых региона. За последние годы практически отсутствуют публикации, посвященные рассматриваемой тематике. Это и предопределяет актуальность статьи.

Выделение нерешенных ранее частей общей проблемы. В проведенных ранее исследования не нашли отражение вопросы, касающиеся структуры ВВП, структуры промышленности и лишь частично отражены структурные аспекты внешней торговли. За последние пять лет полностью отсутствуют исследования, посвященные территориальной структуре хозяйства.

Основной *целью статьи* является изучение различных типов экономической структуры (воспроизводственной, отраслевой, территориальной) и предложение мер, направленных на их оптимизацию.

Основной материал. Среди основных диспропорций хозяйства Приднестровья следует выделить низкую долю материального производства в ВВП. Доля материального производства в структуре добавленной стоимости сократилась с 60-64% в 90-е годы XX в. до 30-40% в 2010-2017 гг. За 1990-2017 гг. сократилась также численность занятых в материальном производстве – с 168 до 38 тыс. человек, а их доля в общей численности занятых – с 61,4% до 29,0% [2-5]. Следствием этого является рост доли рыночных и нерыночных услуг (табл. 1).

За рассматриваемый период осуществлено лишь частичное техническое перевооружение предприятий производственной сферы, что не обеспечило компенсирующего роста производительности труда. Это привело к сокращению объема ресурсов, необходимых для оптимальной поддержки сервисного сектора и решения социальных проблем и обусловило непомерную налоговую и демографическую нагрузку на одного занятого в промышленности, строительстве, сельском и лесном хозяйстве.

Структурные изменения в долгосрочном периоде были обусловлены сокращением доли промышленного и сельскохозяйственного производства, а в отдельные годы – внешними рестрикциями (2006 г.) и резким изменением ситуации на внешних рынках сбыта (2009 г.).

Таблица 1

*Динамика структуры ВВП Приднестровья, %**

Показатель	1996	2000	2004	2006	2008	2009	2010	2012	2014	2017
ВВП - всего	100	100	100	100	100	100	100	100	100	100
- производство товаров	63,5	61,5	40,5	9,2	41,0	29,0	33,1	30,1	34,6	40,9
- производство услуг	31,5	32,2	50,8	81,7	50,5	65,1	62,1	61,3	60,8	58,8
- чистые налоги на импорт и продукты	5,0	6,3	8,7	9,1	8,5	5,9	4,8	8,6	4,6	0,3

*Рассчитано по данным Государственной службы статистики Приднестровья

Отмеченная тенденция структуры экономики в значительной степени обусловлена динамикой показателей промышленности – ведущей отрасли вторичного сектора экономики. В 1996-2017 гг. в индустриальном секторе создавалось от $\frac{1}{3}$ до $\frac{2}{3}$ ВВП и от $\frac{3}{4}$ до 90% добавленной стоимости отраслей материального производства. В 2013-2017 гг. на долю промышленности пришлось от $\frac{1}{3}$ до 50% инвестиций в основной капитал [2-5]. Динамика промышленного производства оказывает решающее влияние на экономическое положение Приднестровья, экологическую и социальную сферы, степень его участия в международном разделении труда, финансовую стабильность и экономическую безопасность. Уменьшение объемов промышленного производства обуславливает сокращение экспортного потенциала и поступления валютных ресурсов,

платежей налогов и сборов в бюджеты и внебюджетные фонды, сокращение объемов транспортной работы, вынужденное высвобождение занятых, рост уровня безработицы и ряд других отрицательных социально-экономических явлений.

Анализ трендов развития промышленности свидетельствует о том, что в долгосрочном ретроспективном периоде наблюдается сокращение доли индустрии в ВВП (табл. 2). Сократилась также абсолютная численность занятых в промышленности и их доля в общей численности занятого населения (30,6% в 1998 г.; 27,9% в 2008 г.; 20,5% в 2017 г.).

Таблица 2

*Основные показатели промышленности Приднестровья**

Показатель	1996	2005	2010	2015	2016	2017
ВВП, млн. долл.	327,6	517,5	992,5	869,7	1018,3	919,2
Доля промышленности в ВВП, %	53,9	29,4	24,5	27,0	29,4	30,8
Объем промышленного производства, млн. долл.	507,4	706,1	730,9	767,3	714,8	746,9
Добавленная стоимость, созданная в промышленности, млн. долл.	176,6	152,1	243,2	234,8	299,4	283,1
Доля промышленности в суммарной прибыли отраслей экономики, %	76,3	43,4	1,6	51,8	19,4	49,3
Среднегодовая численность промышленно-производственного персонала, тыс. человек**	63,0	38,7	25,4	21,3	21,0	21,1

*Рассчитано по данным Государственной службы статистики Приднестровья

**В 1990 г. – 94,5 тыс. человек, в 1995 г. – 66,2 тыс. человек.

Анализ индустриального сектора отражает устойчивый тренд к симплификации структуры промышленности, выражающейся в прекращении отдельных производств, росте зависимости региона от ограниченного круга предприятий и ассортимента товаров. В 80-90-е годы XX в. и в начале XXI в. республика поставляла на внешние рынки широкий ассортимент машиностроительной продукции, пищевых продуктов и изделий легкой промышленности. В XXI в. значительно снизилась доля традиционных для республики отраслей, для развития которых имеются существенные конкурентные преимущества – приборостроения, электротехнического машиностроения, легкой и особенно пищевой промышленности.

При этом существенно увеличилась доля энергоемких и сырьемких отраслей и видов деятельности (черной металлургии, тепловой электроэнергетики, цементной промышленности, тяжелого

машиностроения), для развития которых регион не обладает достаточными ресурсами и конкурентными преимуществами, а внутренний рынок предъявляет ограниченный спрос на их конечную продукцию. Развитие этих отраслей значительно зависит от зарубежных собственников, внешних поставок и конъюнктуры внешних рынков сбыта. Частично это касается текстильной и швейной промышленности (табл. 3).

В промышленности практически отсутствуют отрасли, относимые по классификации ОЭСР к высокотехнологичным – электроника и производство компьютеров, химико-фармацевтическая промышленность, аэрокосмическая промышленность. Незначительна и доля среднетехнологичных отраслей – электротехнической промышленности, химии органического синтеза, производства технологического оборудования, доля которых не превышает 7% [5].

Таблица 3

Отраслевая структура промышленного производства, %*

Отрасль	1990	1995	2000	2005	2010	2015	2016	2017
Промышленность - всего	100	100	100	100	100	100	100	100
Электроэнергетика	8,9	29,4	10,6	23,2	34,1	40,3	41,4	29,7
Черная металлургия	3,4	6,5	35,7	34,2	18,7	24,1	18,2	31,5
Машиностроение и металлообработка	21,4	13,9	8,2	8,4	7,3	4,3	4,4	4,8
Промышленность строительных материалов	3,9	3,8	2,1	2,1	3,6	4,8	6,0	5,4
Легкая	33,5	12,2	29,5	19,4	21,8	12,2	14,1	12,6
Пищевая	23,6	26,5	7,2	9,0	10,9	10,8	12,2	12,6
Другие отрасли	5,3	7,7	6,6	3,7	3,6	3,5	3,7	3,4

*Рассчитано по данным Государственной службы статистики Приднестровья

Приднестровский регион характеризуется особой структурой производства потребительских товаров. Если в высокоразвитых странах велика доля продукции машиностроения, химической, фармацевтической и парфюмерно-косметической промышленности, то в республике абсолютно преобладает производство пищевых продуктов (44,6% в 2017 г.) и товаров легкой промышленности (53,4%).

Структура хозяйства в значительной степени предопределяет товарную структуру экспорта (специализацию) региона. В долгосрочном периоде произошло сокращение степени диверсификации экспорта. Полностью прекращены поставки сахара, эфирных масел, ферментированного табака, широкого спектра плодоовощных консервов, шелковых тканей, насосов, стеклянной и жестяной тары. В настоящее время поступления от экспорта зависят от ограниченной группы товаров – электроэнергии, проката черных металлов, швейных изделий, обуви,

строительных материалов, алкогольных напитков. Доля стали и проката черных металлов в отдельные годы составляла около $\frac{2}{3}$ суммарного экспорта ПМР (табл. 4). В 80-90-е годы XX в. Приднестровье экспортировало широкий ассортимент машиностроительной продукции, доля которой в 2000 г. составила 11%. К 2005 г. она сократилась до 5,5%, а к 2017 г. – до 5,3% [1-3]. В долгосрочном ретроспективном периоде существенно сократился экспорт продовольствия. Приднестровье превратилось из нетто-экспортера в нетто-импортера продовольственной продукции. Например, в 2004 г. экспорт продовольствия составил 29,2 млн долл., а импорт 139,2 млн долл. (-110,0 млн долл.), в 2005 г. соответственно 22,7 и 186,2 (-163,5), в 2008 г. – 25,8 и 263,2 (-237,4), в 2011 г. – 58,0 и 198,5 (-140,5), 2014 г. 96,7 и 168,0 (-71,3), в 2017 г. – 94,5 млн долл. и 119,0 млн долл. (-24,5 млн долл.).

Таблица 4

*Товарная структура экспорта Приднестровья**

Товарная группа	2005	2007	2009	2011	2013	2015	2016	2017
Экспорт – всего:								
- млн. долл.	579,7	727,0	577,5	691,8	586,9	611,1	530,4	633,3
- %	100	100	100	100	100	100	100	100
Черные металлы	65,3	65,3	36,1	32,8	19,5	21,3	16,2	36,9
Электроэнергия	8,1	3,2	31,6	25,2	24,5	37,2	35,3	16,9
Продовольственные товары и сырье	3,9	3,0	5,7	8,5	17,4	13,8	15,9	14,9
Текстиль и изделия из него, одежда, обувь	15,7	15,5	19,1	22,3	23,2	16,3	20,5	17,9
Машиностроительная продукция	5,5	5,5	2,8	5,1	4,7	1,9	4,2	5,3
Другие товары	1,5	7,5	4,7	6,1	10,7	9,5	7,9	8,1

*Рассчитано по данным Государственной службы статистики Приднестровья

Примечание. Доля черных металлов в отдельные годы составляла около $\frac{2}{3}$ экспорта ПМР (46,6% в 1998 г., 52,1 - в 1999 г., 52,5 - в 2000 г., 46,5 - в 2001 г., 44,3 - в 2002 г., 50,0 – в 2003 г., 62,8% - в 2004 г.).

Симплификация структуры хозяйства, гипертрофированная доля отдельных промышленных производств и ограниченный ассортимент промышленных товаров в экспорте обуславливает высокую уязвимость республики, увеличивает степень общеэкономических рисков, создает угрозу устойчивому развитию и чревато значительными отрицательными колебаниями всех экономических показателей в случае неблагоприятной конъюнктуры на рынках сбыта или форс-мажорных ситуаций.

В постсоветское время сложилась нерациональная структура сельскохозяйственных угодий. В первую очередь, следует отметить низкую долю садов и виноградников, доля которых в 2017 г. составила 4,0% и 2,5%. В структуре посевных площадей абсолютно преобладают зерновые (60,0% в 2013 г.; 56,3% в 2017 г.) и технические культуры (33,2%

в 2013 г.; 39,5% в 2017 г.). В то же время доля площадей, занятых овощами составила 1,8% в 2013 г. и 1,1% в 2017 г. [5]

Между тем, исследования аграрного потенциала региона свидетельствуют о целесообразности развития плодоводства, овощеводства и виноградарства. Все остальные культуры рассматриваются как необходимые элементы в севооборотах. Приведенные данные свидетельствуют о нерациональном использовании агроклиматического и биолого-почвенного потенциала Приднестровья и необходимости кардинального изменения структуры использования сельскохозяйственных угодий в целом и посевных площадей в частности.

Среди иных диспропорций аграрно-индустриального сектора следует отметить низкую долю перерабатывающих отраслей АПК.

Также следует выделить пространственную неравномерность распределения экономического потенциала, уровня социально-экономического развития и индустриализации административно-территориальных единиц. Несмотря на небольшие размеры Приднестровья (4,2 тыс. км²), наблюдается существенная дифференциация показателей индустриального сектора по административно-территориальным единицам, которые существенно различаются как по суммарному объему произведенной промышленной продукции, так и по доле в общей численности промышленно-производственного персонала, величине производства промышленной продукции на одного жителя, уровню производительности труда. Промышленный потенциал сосредоточен преимущественно в городах Тирасполь, Бендеры, Рыбница, Дубоссары (табл. 5). В общем объеме производства и стоимости основных производственных фондов существенна доля города-спутника Днестровск (город находится в подчинении администрации г. Тирасполь), где размещена Молдавская ГРЭС.

Таблица 5

*Абсолютные объемы промышленного производства по административно-территориальным единицам Приднестровья, млн долл.**

Административно-территориальная единица	1996	2000	2005	2010	2015	2016	2017
ПМР – всего	507,4	478,6	706,1	730,9	767,3	714,8	746,9
Тирасполь	228,2	215,9	237,7	436,0	238,1	251,8	231,1
Днестровск	...	...	...	...	252,5	236,2	129,1
Бендеры	99,3	53,2	59,3	86,6	92,4	88,0	92,7
Каменский район	2,9	1,1	3,9	5,3	2,0	1,8	2,5
Рыбницкий район	147,9	187,7	376,6	180,2	150,0	106,3	257,0
Дубоссарский район	21,7	15,9	20,5	16,8	26,6	25,4	26,7
Григориопольский район	2,3	1,7	1,6	2,2	1,4	1,3	4,1
Слободзейский район	5,1	3,1	6,5	3,8	4,3	4,0	3,7

*Рассчитано по данным Государственной службы статистики Приднестровья (без субъектов малого бизнеса). *Примечание.* В 2017 г. доля предприятий малого бизнеса в суммарном объеме промышленного производства составила 5,8%.

Таблица 6

*Производство промышленной продукции на одного жителя по административно-территориальным единицам Приднестровья в 2015 г.**

Административно-территориальная единица	Объем промышленного производства на одного жителя, долл.	Административно-территориальная единица	Объем промышленного производства на одного жителя, долл.
Приднестровье - всего	1613,1	Рыбницкий	2156,4
Тирасполь (горсовет)	1838,9	Дубоссарский	852,0
Днестровск	25881,5	Григориопольский	35,2
Бендеры (горсовет)	1012,1	Слободзейский	51,3
Каменский	96,8		

*Рассчитано по данным Государственной службы статистики Приднестровья

Особо следует отметить большой пространственный размах вариации по объему промышленной продукции на одного жителя (табл. 6).

Административно-территориальные единицы отличаются не только по уровню индустриализации, но и по степени диверсификации промышленного производства. Наиболее диверсифицированные промышленные комплексы сложились в городах Тирасполь и Бендеры. Промежуточное положение по набору отраслей и количеству производимых товаров занимает г. Рыбница. В остальных административно-территориальных единицах подавляющая часть продукции создается на небольшом количестве крупных предприятий агропромышленного комплекса. Исключением являются г. Дубоссары, где размещена ГЭС и город-спутник Днестровск. Макроэкономическая динамика оказывает существенное влияние на состояние бюджетов всех уровней и внебюджетных фондов. Анализ динамики показателей консолидированного бюджета свидетельствует об устойчивом его дефиците в долгосрочном периоде (табл. 7).

Таблица 7

*Динамика основных показателей консолидированного бюджета**

Показатель	2005	2007	2008	2009	2011	2013	2015	2016	2017
Доходы, млн долл.	153,2	162,7	187,2	159,2	183,8	261,0	209,5	207,6	211,5
Расходы, млн долл.	166,1	209,6	227,1	369,8	322,7	329,4	279,7	354,6	261,7
Расходы к ВВП, %	32,1	25,9	23,7	38,5	34,7	31,4	32,2	34,8	28,5
Дефицит, млн долл.	-12,9	-46,9	-39,9	-210,6	-138,9	-68,4	-70,2	-147,0	-50,2
Дефицит к доходам, %	8,42	28,83	21,31	132,3	75,6	26,2	33,5	70,8	23,7
Дефицит к расходам, %	7,77	22,38	17,57	56,9	43,0	20,8	25,1	41,5	19,2
Дефицит к ВВП, %	2,49	5,80	4,16	21,9	15,0	6,5	8,1	14,4	5,5

*Рассчитано по данным Государственной службы статистики Приднестровья

Преодоление бюджетных структурных диспропорций должно быть основано на оптимизации расходов и максимально возможном расширении налогооблагаемой базы.

Заключение. Проведенное исследование свидетельствует о том, что для развития Приднестровья в 90-е годы XX в. и в начале XXI в. характерна псевдопостиндустриализация, проявляющаяся в росте доли сервисного сектора в макроэкономических показателях, при отрицательной или неустойчивой динамике показателей промышленности.

Произошла симплификация отраслевой и территориальной структуры промышленности, а также экспорта промышленной продукции. Для многих административно-территориальных единиц характерна устойчивая деиндустриализация и низкая степень товарной диверсификации промышленного производства. Как следствие, существенно увеличились общеэкономические и финансовые риски, обусловленные низким уровнем индустриализации и редуционистской структурой промышленного производства.

Между тем, анализ подтверждает, что наблюдается значительная корреляция между параметрами промышленности и динамикой величины добавленной стоимости в ВВП, суммарной прибыли, размеров налогооблагаемой базы, суммарных налоговых поступлений, величины экспорта и состоянием платежного баланса.

Выводы. Сложившиеся структурные диспропорции могут быть устранены, в первую очередь, путем интенсивного развития промышленного сектора и трудоемких отраслей сельского хозяйства. Необходимо создать новые промышленные предприятия, специализация которых будет адекватна региональным преимуществам и которые обеспечат рост занятости, диверсификацию выпускаемой и экспортируемой продукции. Представляется, что, в обозримой перспективе, наибольший эффект можно получить за счет создания групп технологически взаимосвязанных предприятий, в форме кластеров. Наиболее перспективными представляются агроиндустриальный, машиностроительный, индустриально-строительный, легкомышленный, химико-фармацевтический кластеры.

Особо следует стимулировать агроиндустриальный кластер, для развития которого Приднестровье обладает существенными преимуществами – плодородными черноземными почвами, высоким агроклиматическим потенциалом, квалифицированными трудовыми ресурсами, научной базой. Регион может получить существенные конкурентные преимущества при организации производства и экспорта высококачественных натуральных плодоовощных консервов, в том числе для детского питания. В структуре сельского хозяйства следует изменить специализацию в направлении роста доли трудоемких отраслей растениеводства, в первую очередь, овощеводства, плодоводства и

виноградарства. Это позволит увеличить занятость населения, создаст надежную сырьевую базу для перерабатывающих предприятий АПК и существенно повысит экспортный потенциал региона.

Высокая зависимость республики от импорта энергоресурсов и необходимость повышения уровня занятости населения предполагает развитие в обозримой перспективе преимущественно неэнергоемких, нематериалоемких и трудоемких промышленных производств.

Одним из стратегических направлений развития Приднестровья должна стать сфера туризма, для которой в регионе имеются значительные предпосылки. Для региона наиболее предпочтительными направлениями являются гастрономический, конфессиональный, экологический, спортивный, культурно-познавательный и лечебно-оздоровительный виды туризма.

Сокращение региональных диспропорций в уровнях социально-экономического развития необходимо осуществлять путем создания особо льготных условий для предпринимательства в депрессивных регионах.

Реализация перечисленных направлений возможна лишь при условии существенной активизации инвестиционной деятельности. Так как регион обладает ограниченными внутренними инвестиционными источниками, необходимо максимально стимулировать приток иностранных инвестиций, преимущественно прямых.

В апреле 2018 г. в Приднестровье был принят новый Закон «О государственной поддержке инвестиционной деятельности», который содержит существенные льготы для потенциальных зарубежных инвесторов. При этом размеры льгот коррелируют с объемом инвестиций [1]. Важнейшим фактором привлечения инвестиций в промышленность Приднестровья является наличие квалифицированной и недорогой рабочей силы. В регионе величина минимальной почасовой оплаты труда в 5-10 раз ниже по сравнению с аналогичным показателем в развитых странах. Перспективная структурная политика должна способствовать росту занятости, диверсификации выпускаемой и экспортируемой продукции, расширению налогооблагаемой базы, максимальному использованию региональных преимуществ, импортозамещению, валютосбережению и насыщению внутреннего рынка товарами собственного производства, сокращению энергоемкости и ресурсоемкости регионального хозяйства, минимизации отрицательного воздействия на окружающую среду.

Список использованных источников:

Нормативно-правовые акты

1. Закон Приднестровья от 18.04.2018 г. № 39–ЗИД–VI «О государственной поддержке инвестиционной деятельности» / Сборник актов законодательства. – 2018. – № 18. С. 18-21.

Научная и учебно-методическая литература

2. Статистический ежегодник Приднестровской Молдавской Республики (1990, 2001-2005 гг.). – Тирасполь: ГСС Министерства экономики, 2006. – 186 с.
3. Статистический ежегодник Приднестровской Молдавской Республики (2006-2010 гг.). – Тирасполь: ГСС Министерства экономики, 2011. – 186 с.

4. Статистический ежегодник Приднестровской Молдавской Республики (2011-2015 гг.). – Тирасполь: ГСС ПМР, 2016. –185 с.
5. Статистический ежегодник Приднестровской Молдавской Республики (2013-2017 гг.). – Тирасполь: ГСС ПМР, 2018. –185 с.

References:

Normative-legal acts

1. Law of Pridnestrovie of 18.04.2018 № 39-ZID-VI "On state support of investment activity" / Collection of acts of legislation. -2018. - № 18. P. 18-21.

Scientific and educational literature

2. Statistical Yearbook of the Pridnestrovian Moldavian Republic (1990, 2001-2005). - Tiraspol: GSS of the Ministry of economy, 2006. -186 p.
3. Statistical Yearbook of the Pridnestrovian Moldavian Republic (2006-2010). - Tiraspol: GSS of the Ministry of economy, 2011. -186 p.
4. Statistical Yearbook of the Pridnestrovian Moldavian Republic (2011-2015). –Tiraspol: GSS PMR, 2016. -185 p.
5. Statistical Yearbook of the Pridnestrovian Moldavian Republic (2013-2017). - Tiraspol: GSS PMR, 2018. -185 p.

УДК 314.112(476)

Еникова Валентина Фёдоровна

Государственное учреждение образования
«Гимназия № 1 г.Слуцка», г. Слуцк, Беларусь,
e-mail: v.enikova@mail.ru

ИССЛЕДОВАНИЕ ПАРАМЕТРОВ ДЕМОГРАФИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ СЛУЦКОГО РАЙОНА МИНСКОЙ ОБЛАСТИ

Цель статьи заключается в выявлении основных параметров демографической безопасности Слуцкого района и исследовании их влияния на численность населения региона.

Методика. При написании статьи использованы следующие методы исследования: статистический, анализа и синтеза. Визуализировать полученные данные помог метод графического анализа данных.

Результаты исследования. В результате исследования были выявлены качественные и количественные параметры демографической безопасности региона и их влияние на численность населения региона на ближайшие десятилетия. Было выявлено, что в будущем численность трудоспособного населения будет быстро уменьшаться, а количество жителей нетрудоспособного возраста – расти. Соответственно возникнет дефицит трудовых ресурсов, увеличится нагрузка на экономически активное население, систему здравоохранения и социальной защиты.

Научная новизна заключается в раскрытии сущности трудоресурсной ситуации и особенностей ее формирования в Слуцком районе Минской области Республики Беларусь.

Практическое значение статьи заключается в том, что этот материал используется при преподавании курса «География Беларуси» в 10 классе, так как тема по изучению своего района входит в программу, а материалы по ней отсутствуют в учебнике, Материалы работы могут использоваться и во внеклассной работе с учащимися, а также будут полезны всем, кто интересуется краеведением.

Ключевые слова: демографическая безопасность, демографический потенциал, трудовые ресурсы, демографическая нагрузка.

UDC 314.112(476)

Enikova Valentina Fyodorovna

State educational institution «Gymnasium № 1 of
town Slutsk», Slutsk Belarus,
e-mail: v.enikova@mail.ru

RESEARCH INTO PARAMETERS OF DEMOGRAPHIC SAFETY OF SLUTSK DISTRICT OF MINSK REGION

It is the purpose of the article to identify the key parameters of demographic safety of the Slutsk district and to research their influence on the population of the region.

Method. When writing the article such research methods as statistical method, analysis method and synthesis method were used. The graphical data analysis method has helped to visualize the obtained data.

Results of the research. As a result of the research qualitative and quantitative parameters of demographic safety of the district and their influence on the population of the district in the next few decades have been revealed. It has been identified that in the future the number of able-bodied population will quickly decrease, and the number of inhabitants of

disabled age will increase. Respectively there will be a manpower deficiency, and an increase in impacts on economically active population, health care system and social protection.

The scientific novelty consists in disclosure of essence of a manpower situation and special aspects of its formation in the Slutsk district of Minsk region of the Republic of Belarus.

The practical value of the article is that this material is used when teaching the course "Geography of Belarus" in the 10th form as the subject on studying of the local area is included into the program, and any materials on it are absent in the textbooks. Materials of the research can also be used in out-of-class work with pupils and also will be useful to all who are interested in study of local lore.

Keywords: demographic safety, demographic potential, manpower, demographic burden

Постановка проблемы. Изучение населения составляет необходимое звено в комплексе географических исследований наряду с изучением природной среды и хозяйства. Население выступает активным компонентом пространственных систем и представляет собой главную производственную силу и совокупность потребителей продукции. Поэтому характеристике населения отводится важное место при изучении любой страны или её территориальной части. Кроме того, качественное развитие населения на современном этапе с позиций ООН рассматривается как приоритетная задача устойчивого развития человеческого общества.

Актуальность данной темы не вызывает сомнения. Нас не может не волновать, что несмотря на некоторое замедление процессов естественной убыли населения, современная демографическая ситуация в Беларуси по прежнему характеризуется отрицательным естественным приростом, что представляет потенциальную угрозу устойчивому развитию государства и национальной безопасности страны.

С 1991 г. в Республике Беларусь наблюдается так называемый «белорусский крест», когда смертность превышает рождаемость. В Минской области в 2017 г. коэффициент рождаемости составлял 10,5 ‰ (на 1 ‰ ниже средне республиканского), а коэффициент смертности был 14,0 ‰ (на 1, 4 ‰ выше среднего по республике) и в среднем по области естественный прирост был отрицателен и составлял – 3,5 ‰, что в 3 раза выше, чем по Беларуси.

В Слуцком районе в 2017 г. естественная убыль населения составила 372 человека и коэффициент естественного прироста в среднем по району составил – 4,1 ‰, что почти в 4 раза выше, чем по Беларуси. А если взять только сельское население, то этот показатель и вовсе составляет – 11,9 ‰, что более чем в 10 раз выше среднего по Беларуси.

Как видно из приведённых выше статистических данных демографическая ситуация в Слуцком районе одна из самых серьёзных не только в Минской области, но и во всей Беларуси. И поэтому целью работы было исследование параметров демографической безопасности Слуцкого района и их влияния на численность населения региона, определение качественных и количественных параметров

демографической безопасности региона и их влияние на численность населения региона на ближайшие десятилетия.

Беларусь первой среди стран постсоветского пространства приняла в 2002 г. Закон о демографической безопасности. В этом документе были соединены правовые, социальные, медицинские, информационные и другие аспекты решения вопросов стабилизации демографической ситуации в республике. Основная форма реализации закона – это выполнение Национальной программы демографической безопасности, которая разрабатывается на 5-летний срок, а также региональных программ для каждой административной территориальной единицы.

В 2015 г. закончилась вторая программа, представляющая комплекс мер, сфокусированных на основных направлениях – таких как повышение качества жизни семей с детьми, улучшение здоровья всех групп населения, увеличение ожидаемой продолжительности жизни, оптимизация внешних миграционных процессов с учетом национальных интересов. За период действия второй программы отмечен прирост численности населения, удалось сохранить позитивные тренды рождаемости и снизить темпы депопуляции, естественная убыль населения сократилась почти в 10 раз по сравнению с 2010 г.

Тем не менее, проблема демографической безопасности остается актуальной, так как сохраняются высокий уровень смертности, особенно мужчин трудоспособного возраста, заболеваемости, инвалидизации населения, нарастающие процессы старения. Для решения этих проблем необходимо использовать долгосрочный комплексный подход к вопросам народонаселения, а инвестиции в человеческий капитал должны быть непрерывными на протяжении всей жизни человека, независимо от его возраста, места проживания, уровня доходов.

Поэтому постановлением Совета Министров Республики Беларусь от 14 марта 2016 г. № 200 утверждена третья Государственная программа «Здоровье народа и демографическая безопасность Республики Беларусь» на 2016-2020 годы.

Хорошее географическое описание населения требует привлечения большого количества числовых характеристик – демографических коэффициентов, отражающих различные аспекты структуры, динамики, воспроизводства и других характеристик населения.

Анализ параметров демографической безопасности Слуцкого района проводился с использованием коэффициентов демографической нагрузки – общего коэффициента нагрузки трудоспособного населения, коэффициента нагрузки по замещению, коэффициента пенсионной нагрузки, а также коэффициента детности (отношение количества детей младшего возраста (0 – 9 лет) к количеству женщин, которые по возрасту могут быть их матерями).

Важной составной частью экономического потенциала страны являются демографический и трудовой потенциалы, которые определяются численностью и половозрастной структурой населения,

количеством и качеством трудовых ресурсов, их занятостью в экономике. В Республике Беларусь к населению трудоспособного возраста относятся мужчины в возрасте от 16 до 60 и женщины – от 16 до 55 лет. Сейчас пенсионный возраст повышается и к 2020 г. он составит 63 года у мужчин и 58 лет у женщин.

Слуцкий район расположен в южной части Минской области. Его площадь составляет 1,821 тыс. км², что составляет 4,5 % территории Минской области. Количество населения Слуцкого района на 1 января 2018 г. составляло 91 372 человек (6,5 % населения Минской области), в том числе 61 983 человек (67,8 %) проживали в административном центре района – городе Слуцке, 29 389 человек (32,2 %) – в сельской местности.

При анализе динамики численности населения Слуцкого района за последние 47 лет видно, что до 1999 г. численность населения постоянно увеличивалась – с 101 431 человек в 1970 г. до 105 125 человек (за данный период на 3 694 человека или 103,6 %). С 1999 г. наблюдается уменьшение численности населения нашего района. За 18 лет количество населения уменьшилось на 13 753 человек, т.е. на 13,1 %.

Наибольшее значение имеет деление населения на 3 возрастные группы: дети (0 – 15 лет), люди в трудоспособном возрасте (16 – 60 лет мужчины и 16 – 55 лет женщины) и пенсионеры (старше 60 лет мужчины и 55 лет женщины).

Возрастная структура населения Слуцкого района в последние годы характеризуется снижением доли трудоспособных возрастов (55,8 %) и детей (17,1 %), а также увеличением количества пенсионеров (27,1 %).

С 2005 г. доля населения района в трудоспособном возрасте практически не изменилась (в 2005 г. 55,9 %), лиц старше трудоспособного возраста увеличилась на 1,7 % (в 2005 г. 25,4 %), доля населения моложе трудоспособного возраста уменьшилось на 1,6 % (18,7 % в 2005 г.).

При этом наблюдаются большие различия в возрастной структуре городского и сельского населения. Количество трудоспособного населения в городе в 2,5 раза выше, чем в сельской местности. Детей на селе меньше чем в городе также в 2,5 раза и этот показатель говорит об ухудшении демографической ситуации в сельской местности, т.к. в 2005 году детей было меньше в сельских населённых пунктах, чем в городе Слуцке в 1,92 раза.

Количество пенсионеров больше в городе, чем в сельской местности в 1,5 раза. В Слуцке трудоспособного населения в 2,1 раза больше, чем пенсионеров, а среди сельского населения – только в 1,4 раза.

При анализе возрастной структуры населения Слуцкого района видно, что доля нетрудоспособных возрастов – 40 385 человек (детей 15 579 чел. и пенсионеров 24 806) в среднем по району приближается к доле трудоспособного населения – 50987 человек (меньше на 10 602 человека).

Следовательно, коэффициент общей демографической нагрузки, который рассчитывается как отношение зависимой части населения к

трудоспособной части населения, в Слущком районе составляет 0,79 (79,2 %), что выше, чем в среднем по стране (0,75 или 75 %). Это значение достаточно высокое и создаёт высокую социальную нагрузку для общества, так как коэффициент демографической нагрузки напрямую отражает финансовые расходы на социальную политику в государстве. Например, при увеличении данного коэффициента, должны быть увеличены расходы на здравоохранение, образование, выплаты пенсий и т.д.

Коэффициент потенциального замещения (коэффициент детской нагрузки) рассчитывается как отношение численности населения ниже трудоспособного возраста к численности трудоспособного населения. В Слущком районе в среднем он составляет 0,306 (30,6 %), что соответствует среднему показателю по стране (30,7 %).

Коэффициент пенсионной нагрузки, который рассчитывается как отношение численности населения выше трудоспособного возраста к численности трудоспособного населения, в среднем по району равен 0,487 (48,7 %), что выше, чем по республике (0,443 или 44,3 %).

В сельской местности количество пенсионеров всего на 4 441 человек меньше количества трудоспособного населения. Особенно негативным является тот факт, что количество нетрудоспособного населения сельской местности (10 276 человек) превышает количество детей (4 396 человек) в 2,3 раза. Поэтому при коэффициенте потенциального замещения для сельского населения района 0,299 (29,9 %), коэффициент пенсионной нагрузки составляет 0,698 (69,8 %).

В городе Слущке коэффициент потенциального замещения составляет 0,308 (30,8 %), что немного выше, чем в сельской местности и коэффициент пенсионной нагрузки – 0,401 (40,1 %), что на 29,7 % выше, чем в сельской местности.

Как видно из анализа демографических показателей самая тревожная обстановка сейчас в сельской местности. Если анализировать изменение численности сельского населения по возрастным группам, то видно, что в 2010 г. темпы снижения рождаемости уменьшились и в 2017 г. начался рост численности людей старше трудоспособного возраста, что наглядно демонстрирует эффективность мер Национальной программы демографической безопасности по увеличению рождаемости и продолжительности жизни населения. Однако наблюдается сокращение количества населения в трудоспособном возрасте – с 2005 года на 1 935 человек (с 18 695 до 16 760).

Важный показатель – изменение численности женщин в детородном возрасте (15-49 лет) и их доли во всем населении, так как именно от численности этих возрастных групп женщин существенно зависит количество рожденных в стране детей.

Высокие показатели начала 2000-х годов связаны с тем, что в активный детородный возраст вступали те, кто родился в первой половине 80-х годов прошлого столетия, когда в республике наблюдался всплеск

рождаемости. Затем численность этой возрастной группы стала уменьшаться (рис. 3). В 2017 г. в Слуцком районе в детородном возрасте находилось 18 595 женщин, что на 3 410 меньше, чем было в 2004 г. Численное сокращение женщин в этой возрастной группе неизбежно ведет к уменьшению количества родившихся.

Данная тенденция сохранится и дальше. В ближайшие 20 лет количество женщин детородного возраста будет уменьшаться, ускоряя темпы убыли населения. На смену выбывшим из детородного возраста (30-49 лет) 13 123 женщинам придут всего 9 120 женщин (девочек 1-19 лет в 2017 году). Если к этому времени интенсивность рождаемости существенно не повысится, это, безусловно, вызовет очередное уменьшение общего количества родившихся.

Коэффициент детности (отношение количества детей младшего возраста (0 – 9 лет) к количеству женщин, которые по возрасту могут быть их матерями) в Слуцком районе в 2017 г. составил 0,6 (10 292 ребёнка на 18 595 женщин), т.е. всего 6 женщин из 10 имеют детей.

Однако даже если каждая женщина станет рожать больше, чем раньше, всё равно количество жителей Беларуси не увеличится. В настоящее время коэффициент фертильности (количество рождённых женщиной детей за свою жизнь) в нашей стране составляет 1,5. Это 65 % необходимого детопроизводства. Если не принимать меры демографической политики, ситуация в нашей стране ещё больше ухудшится и в ближайшие 10 лет население страны снова начнёт интенсивно сокращаться.

При анализе половозрастной пирамиды Слуцкого района 2017 г. (рис. 4) видно, что в первом десятилетии XXI в. половозрастная структура населения способствовала росту количества родившихся детей и уменьшению количества умерших. Вступление в активный детородный возраст малочисленных групп, родившихся в 90-е годы, отрицательно повлияет в дальнейшем на динамику количества родившихся детей. С выходом в пенсионный возраст лиц, родившихся после войны, увеличится количество умерших. Таким образом, третье десятилетие будет достаточно сложным для республики в отношении ее демографического развития.

Сейчас в активном демографическом возрасте (25 – 35 лет) находится довольно большое количество населения нашего района – 10 510 человек. Это вторая по численности группа после 50 – 60 летних, которые являются их родителями. Этот демографический шанс необходимо использовать для повышения рождаемости.

Если этот шанс не использовать, то анализируя половозрастные пирамиды Слуцкого района 2027 и 2047 гг., построенные при варианте прогноза, при котором показатели воспроизводства населения сохраняются на уровне 2017 г., можно увидеть, что количество трудоспособного населения будет стремительно уменьшаться, а количество лиц старше трудоспособного возраста – увеличиваться. И это с учётом повышения пенсионного возраста и сохранения довольно высокого уровня

рождаемости. Следовательно, коэффициент общей демографической нагрузки будет расти, и Слуцкий район будет находиться в предкризисном состоянии, при котором действие угроз демографической безопасности ощутимо сказывается на процессах воспроизводства населения и социально-экономическом развитии региона.

Экономика неразрывно связаны с демографией, они влияют друг на друга. Страна развивается, когда достаточно работающих людей. В настоящее время у нас достаточно людей трудоспособного возраста, но в будущем ситуация может сложиться таким образом, что их численность будет быстро уменьшаться, а количество жителей нетрудоспособного возраста – расти. Соответственно возникнет дефицит трудовых ресурсов, увеличится нагрузка на экономически активное население, систему здравоохранения и социальной защиты. Решить эти вопросы за счёт миграции вряд ли удастся, да и нужны ли в нашей стране мигранты? Мы все являемся свидетелями событий в Западной Европе, связанных с наплывом мигрантов из стран Африки и Азии.

По данным Национального статистического комитета, естественная убыль населения по стране в 2015 г. сократилась почти до нуля. Казалось бы, оптимистическая тенденция и повод для радости. На самом деле, это кратковременное затишье перед неизбежной демографической бурей.

Коренного улучшения демографической ситуации в республике не ожидается, и в перспективе продолжится процесс старения населения, особенно его трудоспособной части. В связи с этим важнейшей проблемой для экономики республики будет становиться растущее давление на государственный бюджет и обострение потребности в финансировании систем пенсионного обеспечения и социальной защиты. Процесс старения населения также может повлечь за собой изменения экономического поведения рабочей силы. Увеличение доли старших возрастных групп в составе трудоспособного населения может отразиться на способности рабочей силы воспринимать инновации в мире высоких технологий.

А неблагоприятные тенденции роста смертности мужчин будут определять все большее превышение численности женщин над численностью мужчин. Увеличение дисбаланса в распределении населения по полу неблагоприятно отразится на числе браков, рождений, может осложнить в перспективе формирование профессиональной и отраслевой структуры занятости.

Расчёты показали, что если не предпринимать специальных мер по улучшению демографической ситуации, и показатели рождаемости, смертности и миграции не изменятся, то население будет постоянно убывать, причем темпы его сокращения будут расти. В ближайшие 20 лет ни одна из составляющих воспроизводства населения, взятая в отдельности, не сможет кардинально изменить ситуацию. Добиться позитивных тенденций в воспроизводстве населения, погасить его убыль можно, изменив тенденции развития всех трех составляющих в комплексе, но наибольший эффект может дать только существенное увеличение

рождаемости в стране, и то спустя определенный период времени, пока родившиеся повзрослеют и вступят в активный детородный возраст.

Следовательно, демографические проблемы не потеряют своей остроты еще длительное время, но чтобы получить позитивный результат в будущем, решать их нужно уже сейчас. Поэтому, для дальнейшего смягчения демографических проблем следует и в дальнейшем проводить активную демографическую политику в области повышения репродуктивных установок населения и увеличения рождаемости, повышения ожидаемой продолжительности жизни, снижения смертности и улучшении здоровья населения, оптимизации миграционных процессов.

В данной ситуации не обойтись без перехода на инновационный путь развития экономики, внедрения новых технологий, реструктуризация отраслей экономики. Вопрос частично решается за счёт изменения пенсионного возраста, предоставления более широкого доступа к работе инвалидов.

Список использованных источников:

1. Демография [Электронный ресурс] / Национальный статистический комитет Республики Беларусь.- Минск, 2017. - Режим доступа: http://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/solialnaya-sfera/demografiya_2/g/chislennost-i-estestvennyi-prirost-naseleniya/.- Даты доступа: 05.11.2017, 30.03.2018
2. Государственная программа «Здоровье народа и демографическая безопасность» на 2016-2020 годы [Электронный ресурс] / Совет Министров Республики Беларусь.- 2017.- Режим доступа: <http://www.government.by/upload/docs/filecdf0f8a76b95e004.PDF>.- Дата доступа: 07.11.2017
3. Лукашевич, С. Современная демографическая ситуация в Республике Беларусь // Минск: Белорусская цифровая библиотека LIBRAR
- Население Беларуси [Электронный ресурс]/ Countrymeters.- 2017. - Режим доступа: <http://countrymeters.info/ru/BELARUS>.- Дата доступа: 07.11.2017

References:

1. Demografy`ya [Elektronnyj resurs] / Nacy`onal`nyj staty`sty`chesky`j komu`tet Respubly`ky` Belarus`.- My`nsk, 2017. - Rezhy`m dostupa: http://www.belstat.gov.by/ofitsialnaya-statistika/solialnaya-sfera/demografiya_2/g/chislennost-i-estestvennyi-prirost-naseleniya/.- Dаты dostupa: 05.11.2017, 30.03.2018
2. Gosudarstvennaya programma «Zdorov`e naroda y` demografy`cheskaya bezopasnost`» na 2016-2020 gody [Elektronnyj resurs] / Sovet My`ny`strov Respubly`ky` Belarus`.- 2017.- Rezhy`m dostupa: <http://www.government.by/upload/docs/filecdf0f8a76b95e004.PDF>.- Data dostupa: 07.11.2017
3. Lukashevy`ch, S. Sovremennaya demografy`cheskaya sy`tuacy`ya v Respubly`ke Belarus` // My`nsk: Belorusskaya cy`frovaya by`bly`oteka LIBRAR
- Naseleny`e Belarusy` [Elektronnyj resurs]/ Sountrymeters.- 2017. - Rezhy`m dostupa: <http://countrymeters.info/ru/BELARUS>.- Data dostupa: 07.11.2017

III. ПРИРОДНИЧА ГЕОГРАФІЯ: ТЕОРІЯ ТА ПРАКТИКА

УДК 551.35+911.3:504.052

Панкратенкова Дар'я Олегівна

Одеський національний університет імені
І.І. Мечникова, м. Одеса, Україна, e-mail:
dashap15041989@gmail.com

ЗНАЧЕННЯ КАДАСТРУ МОРСЬКИХ БЕРЕГІВ ДЛЯ УПРАВЛІННЯ ТА РАЦІОНАЛЬНОГО ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ В БЕРЕГОВІЙ ЗОНІ МОРІВ УКРАЇНИ

Мета. Розробити наукові засади кадастру морських берегів для ефективного управління та раціонального використання природних ресурсів берегової зони морів України.

Методика. Методологічну основу дослідження становлять розробки та матеріали вітчизняних і зарубіжних авторів. При написанні статті були використанні такі методи дослідження, як ретроспективний, метод систематизації, аналітичний та конструктивно-географічний.

Результати дослідження. У статті представлено теоретичні основи та елементи, які повинен містити кадастр морських берегів. Запропоновано та обґрунтовано основні засади кадастру морських берегів для оптимізації господарської діяльності та збереження природного середовища в береговій зоні морів України.

Наукова новизна отриманих результатів полягає у розробці засад кадастру морських берегів, які є якісно новим ступенем узагальнення і реєстрації даних про сучасний стан берегової зони. Таким чином, кадастр являє собою необхідне інформаційне джерело для прийняття важливих рішень, щодо управління господарською діяльністю для гармонізації взаємовідносин між природою та суспільством.

Практична значимість. Отримані результати дослідження є важливою інформаційною базою для створення законодавчих проєктів, які регулюють всі види антропогенного впливу на берегову зону для організації ефективного управління та раціонального природокористування приморськими територіями.

Ключові слова: берегова зона, узбережжя, кадастр, управління, природокористування.

УДК 551.35+911.3:504.052

Панкратенков Дар'я Олеговна

Одесский национальный университет имени
И. И. Мечникова, м. Одеса, Украина,
e-mail: dashap15041989@gmail.com

ЗНАЧЕНИЕ КАДАСТРА МОРСКИХ БЕРЕГОВ ДЛЯ УПРАВЛЕНИЯ И РАЦИОНАЛЬНОГО ПРИРОДОПОЛЬЗОВАНИЯ В БЕРЕГОВОЙ ЗОНЕ МОРЕЙ УКРАИНЫ

Цель. Разработать научные основы кадастра морских берегов для эффективного управления и рационального использования природных ресурсов береговой зоны морей Украины.

Методика. Методологическую основу исследования составляют разработки и материалы отечественных и зарубежных авторов. При написании статьи были использованы такие методы исследования, как ретроспективный, метод систематизации, аналитический и конструктивно-географический.

Результаты исследования. В статье представлены теоретические основы и элементы, которые должен содержать кадастр морских берегов. Предложено и обосновано основные принципы кадастра морских берегов для оптимизации хозяйственной деятельности и сохранения природной среды в береговой зоне морей Украины.

Научная новизна полученных результатов заключается в разработке основ кадастра морских берегов, которые являются качественно новой ступенью обобщения и регистрации данных о современном состоянии береговой зоны. Таким образом, кадастр представляет собой необходимый информационный источник для принятия важных решений относительно управления хозяйственной деятельностью для гармонизации взаимоотношений между природой и обществом.

Практическая значимость. Полученные результаты исследования являются важной информационной базой для создания законодательных проектов, которые регулируют все виды антропогенного воздействия на береговую зону для организации эффективного управления и рационального природопользования приморскими территориями.

Ключевые слова: береговая зона, побережье, кадастр, управление, природопользование.

UDC 551.35+911.3:504.052

Pankratenkova Daria Olegovna

Odessa I. I. Mechnikov National University,
Odessa, Ukraine, e-mail:
dashap15041989@gmail.com

THE IMPORTANCE OF MARINE SHORES CADASTRE FOR THE MANAGEMENT AND RATIONAL NATURE USE IN THE COASTAL ZONE OF UKRAINIAN SEAS

The aim of the research is devoted to reveal the importance of creating an inventory of sea coasts for the effective management and rational use of natural resources in the coastal shore zone of Ukrainian seas.

Methods. The development and materials of domestic and foreign authors formed the methodological basis of the research. In the course of writing research methods as retrospective, systematization method, analytical and constructive-geographical were used.

Research results. The article presents the theoretical foundations and elements that the cadastre of sea coasts should contain. The basic principles of the sea coast cadastre were proposed and substantiated to optimize economic activities and preserve the natural environment in the coastal zone of the seas of Ukraine.

The scientific novelty of the results obtained consists in the development of the foundations of the cadastre of seashores, which are a qualitatively new step of generalization and registration of data on the current state of the coastal zone. Thus, the cadastre is a necessary information source for making important decisions regarding the management of economic activities for the harmonization of the relationship between nature and society.

Practical value. The results of the study constitutes an important information base for the creation of legislative projects that regulate all types of anthropogenic impact on the coastal zone for the organization of effective management and environmental management of coastal areas.

Keywords: coastal zone, coast, cadastre, management, environmental management.

Постановка проблеми. В умовах стихійного освоєння приморських територій і берегової зони зокрема, використання їх природних ресурсів, відсутність відповідної нормативної та правової бази організації й управління природокористуванням в береговій зоні морів України, все частіше проявляються гострі природно-антропогенні конфлікти. Навіть у сучасних умовах розвитку науки та новітніх технологій моделювання можливих наслідків управління морськими узбережжями, часто відбувається з незначним урахуванням небезпек, які пов'язані з негативною антропогенною діяльністю в береговій зоні морів та призводять до підвищення загальних рівнів небезпеки в береговій зоні. Ці конфлікти характеризуються не тільки дестабілізацією функціонування берегових систем, але й пов'язаних з ними досить великими соціально-економічними втратами.

У середині ХХ ст. людство почало інтенсивно заселяти морські узбережжя Світового океану, а це в свою чергу спричинило розвиток інфраструктури, швидкий зріст урбанізації, будівництва гідротехнічних, берегозахисних, портових та інших видів споруд, розвиток промисловості та сільського господарства, рекреації й туризму і т.д. Звичайно, що не завжди ці види діяльності враховували природні особливості берегової зони й прораховували можливі негативні наслідки антропогенного впливу. В результаті, ми зіткнулися із загостренням проблеми охорони навколишнього середовища, відновлення та збереження унікальних природних систем.

Вирішення даного конфлікту потребує нових сучасних підходів та методів управління береговою зоною, які мають відповідну законодавчу базу. Альтернативною основою створення такої бази є *кадастр морських берегів* – систематизована база даних (теоретичні та картографічні матеріали), яка описує природні об'єкти та явища в береговій зоні, а також містить рекомендації по використанню та охорони морських берегів [11]. Кадастрова інформація повинна передбачати комплексні польові та дистанційні дослідження берегів; розробку принципів раціонального їх використання; узгодження різних завдань управління береговою зоною; облік природних ресурсів, їх якісну характеристику та економічну оцінку і т.д.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання, пов'язані зі створенням кадастру морських берегів періодично висвітлюються в науковій літературі упродовж понад півстоліття. Перші кроки до вирішення цієї проблеми були зроблені в середині 40-х років минулого століття під керівництвом В. П. Зенковича [6]. Ще в той час в СРСР, який був найбільшою морською державою світу, виникла необхідність контролю за господарським використанням морських берегів та прогнозу зміни їх природи з метою раціонального природокористування. Саме цю функцію й мав виконувати береговий кадастр. Його формування

ґрунтувалося на польових комплексних дослідженнях, які дозволили скласти систематичний, різнобічний опис берегової зони моря як цілісного природно-господарського об'єкта. Вивченню підлягали береги багатьох морів колишнього Радянського Союзу. Дані роботи виконувалися й на Азово-Чорноморському узбережжі, в тому числі й в межах нинішньої України [16].

Актуальність дослідження спонукала багатьох вчених до вивчення даного питання, адже проблема збереження природних ресурсів є однією із глобальних проблем людства. Чимало вітчизняних авторів і вчених з близького зарубіжжя, займалися та займаються розробкою теоретико-практичних основ кадастру морських берегів та управління береговою зоною. Варто згадати праці Ю. Д. Шуйського [17], І. В. Агаркової-Лях, Г. Н. Скребец [1], С. В. Вікторова, Є. І. Кільдюшевського, А. А. Кірсанова, А. В. Перцова [2], В. П. Воровки [3], І. С. Майорова [11, 12], Г. Н. Скребець, В. А. Михайлова [13, 16], О. Ю. Сапко [15], а також розроблену модель та макет прибережно-морського кадастру Г. Г. Гогоберидзе та М. А. Рябчук, М. А. Спірідонова [4, 12] та ін.

У переважній більшості приморських країнах світу відсутній саме кадастр морських берегів. У них діє «Морський кадастр» (Marine cadastre), який включає прибережні води акваторій, узбережжя і власне морські береги. Чимало закордонних праць присвячено цій темі [18, 19, 20] та ін.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. В Україні та й в інших багатьох країнах не існує єдиного кадастру природних ресурсів, вони в основному представлені по видам ресурсів: земельний, водний, лісовий, рослинний, тваринний, кадастр корисних копалин тощо. Проте не має кадастру морських берегів. Деякі аспекти висвітлюють земельний та водний кадастри, які лише в незначній мірі згадують про берегову зону, але не визначають її основних характеристик. Тому, для більш детального розуміння об'єкта дослідження необхідна розробка наукових засад кадастру морських берегів.

Мета дослідження – розробити наукові засади кадастру морських берегів для ефективного управління та раціонального використання природних ресурсів берегової зони морів України.

Виклад основного матеріалу. Сучасна берегова зона морів України перебуває у кризовому стані, який з кожним роком ще більш посилюється під натиском антропогенного впливу. Нераціональне ведення господарської діяльності знижує здатність берегової зони відновлювати свій природний потенціал. Це є результатом порушення природної рівноваги через надмірну експлуатацію берегових ресурсів та не дотримання нормативно-правових актів. Берегова зона є невід'ємною частиною морського узбережжя території України, яка інтенсивно використовується для задоволення різноманітних господарських потреб. Основними видами господарської діяльності в береговій зоні є:

1) морські перевезення, які включають транспортні засоби (судна) та інфраструктуру для обслуговування пасажирського і вантажного флотів

(порти та об'єкти портового господарства, судноремонтні та суднобудівні підприємства, навігаційні об'єкти тощо);

2) морські промисли, які включають рибальство (діяльність риболовецького флоту з відповідною портовою інфраструктурою, а також рибопереробні підприємства), аквакультурну діяльність (риборозведення, вирощування молюсків і т.д.);

3) геологорозвідувальна діяльність, бурові роботи та розробка сировинних родовищ на морському шельфі в межах територіальних вод України (зокрема, розвідка й видобуток нафти і газу);

4) будівництво гідротехнічних споруд є важливим видом діяльності, з огляду на необхідність захисту берегів, портів та інших об'єктів від руйнівного хвильового впливу;

5) рекреаційна й курортна діяльність (використання пляжів та прибережних вод акваторії, бальнеологічних ресурсів для оздоровлення й відпочинку);

6) прокладка трубопроводів та ліній комунікацій;

7) інтенсивна урбанізація приморських територій тощо [5].

Всі вище перераховані види діяльності розвиваються в межах морського узбережжя території України. Хоча вони нерівномірно розподілені уздовж Азово-Чорноморського узбережжя, важливим залишається питання розподілу земель під водою і над водою. Адже всі землі, які знаходяться вище берегової лінії входять до складу Земельного кодексу України [7], а ті, що нижче берегової лінії – регулюються Водним кодексом України [5]. Але не варто забувати, що берегова зона включає в себе як надводну частину суші так і підводну – підводний схил, тому під час управління її потрібно розглядати, як єдину природну систему.

Саме таке не чітке розуміння цих понять правовими органами управління, спонукає нас до створення кадастру морських берегів, який включатиме понятійно-термінологічну базу, яка дасть чітке поняття всіх термінів. Основною метою створення кадастру морських берегів є інформаційне забезпечення. В береговій зоні необхідно визначити структуру та основні положення кадастру в системі законодавчої бази України. Також необхідно виділити пріоритетні напрямки досліджень, передбачити адміністративні етапи формування кадастру морських берегів морів України:

- створення бази даних з блоковою уніфікованою системою кадастрових оцінок (що ґрунтується на єдиній методиці);

- вирішення комплексних управлінських проблем і природокористування, що виникають при господарському використанні й плануванні берегової зони (оренда бухт, заток і пригирлових ділянок річок з метою створення об'єктів рекреацій та виробництва морської культури);

- збільшення бази оподаткування і збору бюджетних доходів, залучення інвестицій;

- створення ефективної системи забезпечення прав і гарантій у відносинах між господарюючими та управлінськими суб'єктами і т.д.;

- здійснення контролю та моніторингу параметрів природних ресурсів, які використовуються [15].

Для створення кадастру морських берегів потрібно не тільки усунути недоліки вже існуючих кадастрових оцінок, а й розробити обсяг необхідних інформаційно достовірних, достатніх, юридично та науково обґрунтованих інформативних характеристик берегових об'єктів. Зазвичай наявні державні кадастри великі та громіздкі, складні в застосуванні й перевантажені дублюючою інформацією. При їх використанні в адмініструванні порушується один з основних управлінських принципів – *принцип інформаційного балансу*, згідно з яким будь-яка інформаційна система повинна містити оптимальну кількість відомостей про об'єкт управління, яких в той же час досить для прийняття раціонального управлінського рішення [11, 12].

Кадастр морських берегів повинен включати в себе блоки або бази, кожна з яких має своє значення та необхідні дані, які будуть використовуватися при вирішенні проблем управління береговою зоною (рис. 1).

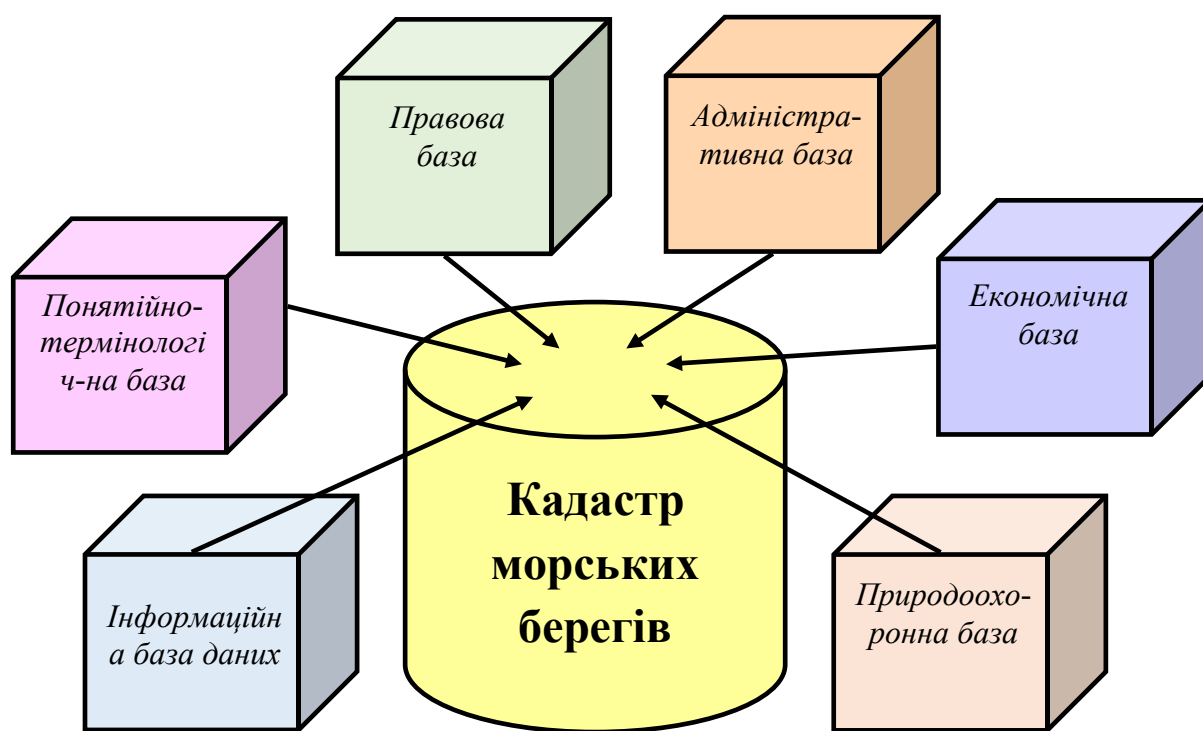


Рис. 1. Схема кадастру морських берегів

1. Інформаційна база. Даний блок є найбільш об'ємним і включає в себе комплекс табличних, теоретичних та картографічних матеріалів. Інформаційна база містить загальну фізико-географічну та соціально-економічну інформацію про: тектонічну та геологічну будову; палеогеографію; геоморфологію; літологію; метеорологію; гідрологію; біоценози; антропогенні види впливу на берегову зону та їх наслідки тощо [1, 11, 17].

2. Понятійно-термінологічна база. Містить основні терміни та поняття всіх об'єктів, що складають предмет кадастру морських берегів. До основних понять слід віднести: берегова лінія, берегова зона, берег, узбережжя, підводний схил, абразійний берег, акумулятивний берег, пляж, кліф, бенч.

3. Юридична база. Містить звід законодавчих актів, на підставі яких проводяться всі операції по управлінню об'єктами; несе обліково-реєстраційні функції, включаючи інформацію про реєстрацію власності, про власників майна або природних ресурсів; про порядок використання та інші характеристики правового статусу об'єктів кадастрового обліку. Ця база є основою для цілей оподаткування, тому повинна мати перелік юридичних документів, що містять розділи про кадастровий облік основних фондів, оборотних коштів, нематеріальних активів та працівників [4, 12].

4. Адміністративна база. Базується на відомостях про адміністративне підпорядкування об'єктів кадастру, про співвідношення прав власності та відповідних операцій управління кадастровими одиницями, самим кадастром та витікаючими з цього зобов'язаннями адміністративно пов'язаних рівнів господарювання [12].

5. Економічна база. Містить економічні основи цінності об'єктів кадастрового обліку, їх характеристики в натуральному та грошовому вираженні, що показують виробничі та експлуатаційні параметри, оцінку юридичних та адміністративних операцій, пов'язаних зі здійсненням права розпорядження й управління одиницями кадастру [5].

6. Природоохоронна база. Кадастр морських берегів повинен охоплювати всі природоохоронні та заповідні території (природні та біосферні заповідники, національні парки, природні парки, заказники і пам'ятки природи) [4, 12].

Основою для складання кадастрових оцінок підводних морських угідь (акваторій цільового призначення) служить карта ізобат, що включає в себе, крім основного змісту, мінімум відомостей про: загальний баланс біомаси, запаси промислових безхребетних, іхтіологічні запаси акваторії тощо.

Важливе значення при створенні кадастру має використання під час досліджень та систематизації інформації сучасних геоінформаційних технологій (ГІС). Саме за допомогою використання ГІС виникають нові підходи до формування берегового кадастру, і як наслідок – вирішення питань програмного забезпечення, оптимізації структури і наповнення бази даних [13].

Створення кадастру морських берегів є запорукою раціонального природокористування, а систематичне уточнення змін природного середовища, необхідно для прийняття управлінських рішень при плануванні розвитку народного господарства та збереження унікальних берегових форм рельєфу.

Висновки. Кадастр морських берегів має важливе значення для планування та ефективного управління береговою зоною морів України. Такий кадастр являє собою упорядковану систему відомостей про кількісний та якісний стан природних ресурсів берегів, їх економічну оцінку і соціальне значення для різних категорій користувачів. Створення науково обґрунтованого кадастру, а також відповідного механізму правового регулювання кадастрових відносин реально здатні забезпечити формування об'єктивного та ефективного управління й раціонального природокористування в береговій зоні. Важливе значення під час створення кадастру морських берегів має використання ГІС.

Список використаних джерел:

1. Агаркова-Лях І. В. Методичні аспекти екологічного моніторингу берегової зони моря / І. В. Агаркова-Лях, Г. Н. Скребець // *Культура народів Причорномор'я*. – 2003. – № 43. – С. 14-18.
2. Вікторов С. В. До питання про кадастр морських берегів / С. В. Вікторов, Є. І. Кільдюшевський, А. А. Кірсанов, А. В. Перцов // *Вітчизняна геологія*, 1999. – № 6. – С. 77-78.
3. Воронка В. П. Особливості управління природокористування у прибережній смузі Азовського моря / В. П. Воронка // *Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Геологія. Географія. Екологія»*. – 2017. – Випуск 47. – С. 77-84.
4. Гогоберидзе Г. Г. Модель кадастру берегової (прибережної) зони природних і штучних водних об'єктів Російської Федерації / Г. Г. Гогоберидзе, М. А. Рябчук, М. А. Спіридонов та ін. // *Створення штучних пляжів, островів і інших споруд в береговій зоні морів, озер і водосховищ: Тр. Міжн. конф. «Створення та використання мистецтв. земельних ділянок на берегах і акваторії водойм»*, Новосибірськ, 20-25 липня 2009 року – Новосибірськ, 2009. – С. 202-208.
5. Дем'яненко С. Г. Проблеми планування розвитку морської берегової зони / С. Г. Дем'яненко, В. І. Золотов // *Економіка: реалії часу. Науковий журнал. Серія: Сучасні проблеми регіонального розвитку*, 2012. – №1 (2). – С. 107-113.
6. Зенкович В. П. Кадастр і моніторинг берегової зони морів СРСР / В. П. Зенкович // *Геоecологія Світового океану. Зб. матеріалів IX з'їзду Товариства*. – Л.: ГО СРСР. 1990. – С. 120-122
7. Земельний кодекс України від 25.10.2001 р. № 2768-III. Відомості ВР України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2768-14>
8. Комплексне управління прибережною зоною: від теорії до практики. Центр регіональних досліджень. – Одеса: Овідіополь, 2008. – 8 с. – Режим доступу: <http://www.britishcouncil.org/uk/ukraine-science-sepsprojects-2006.htm>
9. Лимарєв В. І. Берегове природокористування: питання методології, теорії, практики. Монографія / В. І. Лимарєв. – СПб.: РГГМУ, 2000. – 168 с.
10. Майоров І. С. Використання багатоцільових берегових кадастрів для управління і природокористування на узбережжі затоки Петра Великого (Японське море) / І. С. Майоров // *Питання екології. Вісник ТДГУ*, 2005. – №4. – С. 90-99.
11. Майоров І. С. Кадастрові оцінки берегової зони Далекосхідних морів Росії / І. С. Майоров // *Тихоокеанський державний економічний університет*, 2007. – С. 139-143.
12. Макет прибережно-морського кадастру [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://pacificinfo.ru/data/cdrom/kis/html/2_6_10.html

13. Михайлов В. А. Прикладні аспекти створення кадастру берегів Сиваша / В. А. Михайлов // Вчені записки Таврійського національного університету ім. В. І. Вернадського. Серія «Географія». – Т. 24 (63). – № 1. – 2011. – С. 84-88.
14. Наукове забезпечення збалансованого планування господарської діяльності на унікальних морських берегових ландшафтах і пропозиції щодо його використання на прикладі Азово-Чорноморського узбережжя / під ред. Р. Д. Косьяна / Федеральне державне бюджетна установа науки Інститут океанології ім. П. П. Ширшова. Російської академії наук (ІС РАН). – Геленжик, 2013. – С. 1103-1317.
15. Сапко О. Ю. Сучасні підходи до складання кадастру берегової зони / О. Ю. Сапко // Вісник Одеського державного екологічного університету, 2013. – Вип. 15. – С. 23-27.
16. Скребець Г. Н. Географічний принцип в інформаційному наповненні кадастру морських берегів / Г. Н. Скребець, В. А. Михайлов // Вчені записки Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського. Серія «Географія», 2013. – Т. 26 (65). – № 2. – С. 90-96.
17. Шуйський Ю. Д. Складання кадастру берегів Чорного і Азовського морів в межах України / Ю. Д. Шуйський // Матеріали Наукової конференції «Ломоносівські читання» 2010 року і Міжнародної наукової конференції студентів, аспірантів і молодих вчених «Ломоносов-2010». – Севастополь: Філія МДУ в м. Севастополі, 2010. – С. 26-28.
18. Faik Ahmet Sesli, Gul Uslu. The importance of marine cadastre for Turkey / Ahmet Sesli Faik, Uslu Gul // African Journal of Agricultural Research. – InTech, 2010. doi: 10.5897/AJAR09.176
19. Fowler Cindy, Trembl Eric. Building a marine cadastral information system for the United States – a case study / Cindy Fowler, Eric Trembl // International Journal on Computers, Environment & Urban Systems. Special Issues: Cadastral Systems [Electronic resource]. – Access mode: https://coast.noaa.gov/mbwg/_pdf/biblio/Fowler.pdf
20. Marine spatial planning & marine cadastre: challenges and issues [Electronic resource]. – Access mode: http://gsdiassociation.org/images/projects/marine_sdi/inspire2016_ws/Part_2_RAL_MSP_and_Cadastre.pdf

Список использованных источников:

1. Агаркова-Лях И. В. Методические аспекты экологического мониторинга береговой зоны моря / И. В. Агаркова-Лях, Г. Н. Скребец // Культура народов Причерноморья. – 2003. – № 43. – С. 14-18.
2. Викторов С. В. К вопросу о кадастре морских берегов / С. В. Викторов, Е. И. Кильдюшевский, А. А. Кирсанов, А. В. Перцов // Отечественная геология, 1999. – № 6. – С. 77-78.
3. Воровка В. П. Особливості управління природокористуванням у прибережній смузі Азовського моря / В. П. Воровка // Вісник Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна. Серія «Геологія. Географія. Екологія». – 2017. – Випуск 47. – С. 77-84.
4. Гогоберидзе Г. Г. Модель кадастра береговой (прибрежной) зоны естественных и искусственных водных объектов Российской Федерации / Г. Г. Гогоберидзе, М. А. Рябчук, М. А. Спиридонов и др. // Создание искусственных пляжей, островов и других сооружений в береговой зоне морей, озер и водохранилищ: Тр. Межд. конф. «Создание и использование искусств. земельных участков на берегах и акватории водоемов», Новосибирск, 20-25 июля 2009 г. – Новосибирск, 2009. – С. 202-208.
5. Демьяненко С. Г. Проблемы планирования развития морской береговой зоны / С. Г. Демьяненко, В. И. Золотов // Економіка: реалії часу. Науковий журнал. Серія: Сучасні проблеми регіонального розвитку, 2012. – №1(2). – С. 107-113.
6. Зенкович В. П. Кадастр и мониторинг береговой зоны морей СССР / В. П. Зенкович // Геоэкология Мирового океана. Сб. материалов IX съезда Общества. – Л.: ГО СССР. 1990. – С. 120-122

7. Земельный кодекс Украины от 25.10.2001 г.. № 2768-III. Ведомости ВС Украины [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2768-14>
8. Комплексное управление прибрежной зоной: от теории к практике. Центр региональных исследований. – Одесса: Овидиополь, 2008. – 8 с. – Режим доступа: <http://www.britishcouncil.org/uk/ukraine-science-sepsprojects-2006.htm>
9. Лымарев В. И. Береговое природопользование: вопросы методологии, теории, практики. Монография / В. И. Лымарев. – СПб.: РГГМУ, 2000. – 168 с.
10. Майоров И.С. Использование многоцелевых береговых кадастров для управления и природопользования на побережье залива Петра Великого (Японское море) / И.С. Майоров // Вопросы экологии. Вестник ТГЭУ, 2005. – №4. – С. 90-99.
11. Майоров И.С. Кадастровые оценки береговой зоны Дальневосточных морей России / И. С. Майоров // Тихоокеанский государственный экономический университет, 2007. – С. 139-143.
12. Макет прибрежно-морского кадастра [Электронный ресурс]. – Режим доступа: http://pacificinfo.ru/data/cdrom/kis/html/2_6_10.html
13. Михайлов В. А. Прикладные аспекты создания кадастра берегов Сиваша / В. А. Михайлов // Ученые записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. Серия «География». – Т. 24 (63). – № 1. – 2011. – С. 84-88.
14. Научное обеспечение сбалансированного планирования хозяйственной деятельности на уникальных морских береговых ландшафтах и предложения по его использованию на примере Азово-Черноморского побережья / под ред. Р. Д. Косьяна / Федеральное государственное бюджетное учреждение науки Институт океанологии им. П. П. Ширшова. Российской академии наук (ИО РАН). – Геленжик, 2013. – С. 1103–1317.
15. Сапко О. Ю. Современные подходы к составлению кадастра береговой зоны / О. Ю. Сапко // Вісник Одеського державного екологічного університету, 2013. – Вип. 15. – С. 23-27.
16. Скребец Г. Н. Географический принцип в информационном наполнении кадастра морских берегов / Г. Н. Скребец, В. А. Михайлов // Ученые записки Таврического национального университета имени В. И. Вернадского. Серия «География», 2013. – Т. 26 (65). – № 2. – С. 90–96.
17. Шуйский Ю. Д. Составление кадастра берегов Черного и Азовского морей в пределах Украины / Ю. Д. Шуйский // Материалы Научной конференции «Ломоносовские чтения» 2010 года и Международной научной конференции студентов, аспирантов и молодых ученых «Ломоносов-2010». – Севастополь: Филиал МГУ в г. Севастополе, 2010. – С. 26-28.
18. Faik Ahmet Sesli, Gul Uslu. The importance of marine cadastre for Turkey / Ahmet Sesli Faik, Uslu Gul // African Journal of Agricultural Research. – InTech, 2010. doi: 10.5897/AJAR09.176
19. Fowler Cindy, Treml Eric. Building a marine cadastral information system for the United States – a case study / Cindy Fowler, Eric Treml // International Journal on Computers, Environment & Urban Systems. Special Issues: Cadastral Systems [Electronic resource]. – Access mode: https://coast.noaa.gov/mbwg/_pdf/biblio/Fowler.pdf
20. 20. Marine spatial planning & marine cadastre: challenges and issues [Electronic resource]. – Access mode: http://gsdiassociation.org/images/projects/marine_sdi/inspire2016_ws/Part_2_RAL_MSP_and_Cadastre.pdf

References:

1. Agarkova-Lyakh I. V. Methodical aspects of environmental monitoring of the coastal zone of the sea / I. V. Agarkova-Lyakh, G. N. Skrebets // Culture of the Black Sea Peoples. – 2003. – № 43. – P. 14-18.

2. Viktorov S. V. To the question of the cadastre of the sea coasts / S. V. Viktorov, E. I. Kildyushevsky, A. A. Kirsanov, A.V. Pertsov // Domestic geology, 1999. – № 6. – P. 77-78.
3. Vorovka V. P. Special management of nature conservationists in the coastal sea of the Sea of Azov / V. P. Vorovka // Visnik Kharkivskogo National University of V.N. Karazina. Seria "Geology. Geography Ecology. – 2017. – Vipusk 47. – P. 77-84.
4. Gogoberidze G. G. Model of the cadastre of the coastal (coastal) zone of natural and artificial water bodies of the Russian Federation / G. G. Gogoberidze, M. A. Ryabchuk, M. A. Spiridonov, etc. // Creation of artificial beaches, islands and other structures in the coastal zone of seas, lakes and reservoirs: Tr. Int. conf. «The creation and use of the arts. of land plots on the shores and waters of water bodies», Novosibirsk, July 20-25, 2009. – Novosibirsk, 2009. – P. 202-208.
5. Demyanenko S. G. Problems of planning the development of the marine coastal zone / S. G. Demyanenko, V. I. Zolotov // Ekonomika: real hour. Science magazine. Seriya: Modern problems of regional development, 2012. - №1 (2). - p. 107-113.
6. Zenkovich V. P. Cadastre and monitoring of the coastal zone of the seas of the USSR / V. P. Zenkovich // Geoecology of the World Ocean. Sat materials IX Congress of the Society. – L.: GO USSR. 1990. – P. 120-122.
7. The Land Code of Ukraine of October 25, 2001, No. 2768-III. Bulletin of the Armed Forces of Ukraine [Electronic resource]. – Available at: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2768-14>
8. Integrated coastal zone management: from theory to practice. Center for Regional Studies [Electronic resource]. – Available at: <http://www.britishcouncil.org/uk/ukraine-science-sepsprojects-2006.htm>
9. Lymarev V. I. Coastal environmental management: questions of methodology, theory, practice. Monograph / V. I. Lymarev. – SPb.: RGGMU, 2000. – 168 p.
10. Mayorov I. S. Use of multipurpose coastal cadastres for management and environmental management on the coast of Peter the Great Bay (Sea of Japan) / I. S. Mayorov // Environmental Issues. Bulletin of TSUE, 2005. – №4. – P. 90-99.
11. Mayorov I. S. Cadastral Estimates of the Coastal Zone of the Far Eastern Seas of Russia / I. S. Mayorov // Pacific State University of Economics, 2007. – P. 139-143.
12. The layout of the coastal marine inventory [Electronic resource]. – Available at: http://pacificinfo.ru/data/cdrom/kis/html/2_6_10.html
13. Mykhailov V. A. Applied Aspects of the Sivash Coast Cadastre / V. A. Mykhailov // Scientific notes of the Tauride National University. V.I. Vernadsky. Geography series. – T. 24 (63). – № 1. – 2011. – p. 84-88.
14. Scientific support of balanced planning of economic activities on unique marine coastal landscapes and proposals for its use on the example of the Azov-Black Sea coast / ed. R. D. Kosyan / Federal State Budgetary Institution of Science Institute of Oceanology. P. P. Shirshov. Russian Academy of Sciences (IO RAS). – Gelnzhik, 2013. – P. 1103–1317.
15. Sapko O. Yu. Modern approaches to the compilation of the cadastre of the coastal zone / O. Yu. Sapko // The Odessa State Ecological University, 2013. – Vip. 15. – P. 23-27.
16. Skrebets G. N. Geographical Principle in the Information Content of the Cadastre of Seacoasts / G. N. Skrebets, V. A. Mykhailov // Uchenye zapiski Tavricheskogo Natsionalnogo Universiteta imeni V. I. Vernadsky. Geography series, 2013. –T. 26 (65). – № 2. – P. 90–96.
17. Shuisky Yu. D. Making an inventory of the shores of the Black and Azov Seas within Ukraine / Yu. D. Shuisky // Materials of the Scientific Conference «Lomonosov Readings» of 2010 and the International Scientific Conference of Students, Postgraduates and Young Scientists «Lomonosov-2010». – Sevastopol: MSU branch in Sevastopol, 2010. – P. 26-28.
18. Faik Ahmet Sesli, Gul Uslu. The importance of marine cadastre for Turkey / Ahmet Sesli Faik, Uslu Gul // African Journal of Agricultural Research. – InTech, 2010. doi: 10.5897/AJAR09.176
19. Fowler Cindy, Trembl Eric. Building a marine cadastral information system for the United States – a case study / Cindy Fowler, Eric Trembl // International Journal on Computers, Environment & Urban Systems. Special Issues: Cadastral Systems [Electronic resource]. – Available at: https://coast.noaa.gov/mbwg/_pdf/biblio/Fowler.pdf
20. Marine spatial planning & marine cadastre: challenges and issues [Electronic resource]. – Access mode: http://gsdiassociation.org/images/projects/marine_sdi/inspire2016_ws/Part_2_RAL_MSP_and_Cadastre.pdf

ІНФОРМАЦІЯ ПРО АВТОРІВ

1. *Басюк Дарія Іванівна* – доктор економічних наук, доцент, завідувач кафедри туристичного та готельного бізнесу, Національний університет харчових технологій, м. Київ, Україна, e-mail: Daruna.b@gmail.com.
2. *Бондар Наталія Петрівна* – кандидат технічних наук, доцент, доцент кафедри готельно-ресторанної справи, Національний університет харчових технологій, м. Київ, Україна, e-mail: nata@nuft.edu.ua.
3. *Белоусова Наталія Володимирівна* – кандидат географічних наук, доцент, професор кафедри землеустрою та кадастру, Національний авіаційний університет, м. Київ, Україна, e-mail: belousova-69@ukr.net
4. *Бурла Михаил Порфирович* – кандидат географических наук, доцент, заведующий кафедрой социально-экономической географии и регионоведения, Приднестровский государственный университет имени Т.Г.Шевченко, г. Тирасполь, Молдова, e-mail: burla57@list.ru.
5. *Губеня В'ячеслав Олександрович* кандидат технічних наук, доцент, доцент кафедри готельно-ресторанної справи, Національний університет харчових технологій м. Київ, Україна, e-mail: v.hubenia@hotmail.com.
6. *Драмарецька Катерина Андріївна* – студентка кафедри туризму, Національний університет фізичного виховання і спорту України, м. Київ, Україна,
7. *Еникова Валентина Фёдоровна* – учитель географии, Государственное учреждение образования «Гимназия № 1 г.Слуцка», г. Слуцк, Беларусь, e-mail: v.enikova@mail.ru.
8. *Ковальська Леся Володимирівна* – кандидат географічних наук, доцент, доцент кафедри туризмознавства і краєзнавства, факультет туризму, Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника, м. Івано-Франківськ, Україна, e-mail: gnatuk_L@ukr.net.
9. *Ковальська Анжела Романівна* – лаборант, Прикарпатський національний університет імені Василя Стефаника, Івано-Франківськ, Україна, e-mail: kovalska_angelika_romanivna@ukr.net.
10. *Ковешніков Володимир Сергійович* – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри туризму, Національний університет фізичного виховання і спорту України, м. Київ, Україна, e-mail: vskoveshnikov@ukr.net
11. *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.
12. *Нестерчук Інна Костянтинівна* – кандидат географічних наук, доцент, завідувач кафедри туризму, Житомирський національний

аргоекологічний університет, м. Житомир, Україна, e-mail: nester_geoeek@ukr.net.

13. *Погуда Наталія Вікторівна* – кандидат економічних наук, доцент кафедри туристичного та готельного бізнесу, Національний університет харчових технологій, м. Київ, Україна.
14. *Примак Тетяна Юхимівна* – кандидат фізико-математичних наук, доцент кафедри туристичного та готельного бізнесу, Національний університет харчових технологій, м. Київ, Україна.
15. *Панкратенкова Дар'я Олегівна* – старший викладач кафедри фізичної географії та природокористування, геолого-географічний факультет, Одеський національний університет імені І.І. Мечникова, м. Одеса, Україна, e-mail: dashap15041989@gmail.com.
16. *Рутинський Михайло Йосипович* – кандидат географічних наук, доцент, доцент кафедри туризму і готельної справи, Львівський інститут економіки і туризму, м. Львів, Україна, e-mail: rytynskij@ua.fm.
17. *Рябцева Наталія Олександрівна* – кандидат сільськогосподарських наук, старший викладач кафедри туризму, Житомирський національний агроекологічний університет, м. Житомир, Україна, e-mail: pryabceva@ukr.net.
18. *Самойленко Наталія Останівна* – студентка кафедри готельно-ресторанної справи, Національний університет харчових технологій, кафедра готельно-ресторанної справи, м. Київ, Україна, e-mail: natalialevchuck@gmail.com.
19. *Ткаченко Тетяна Іванівна* – кандидат географічних наук, доцент, доцент кафедри міжнародного туризму, факультет готельно-ресторанного і туристичного бізнесу, Київський національний університет культури і мистецтв, м. Київ, Україна, e-mail: todria@ukr.net.
20. *Топорницька Марія Ярославівна* – кандидат географічних наук, доцент, доцент кафедри туризму та готельно-ресторанної справи, Львівський торговельно-економічний університет, м. Львів, Україна, e-mail: Topornytska_maria@i.ua.
21. *Шаран Лариса Олександрівна* – кандидат технічних наук, доцент, доцент кафедри готельно-ресторанної справи, Національний університет харчових технологій, м. Київ, Україна, e-mail: larisharan@ukr.net.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

1. *Басюк Дарья Ивановна* – доктор экономических наук, доцент, заведующий кафедрой туристического и гостиничного бизнеса, Национальный университет пищевых технологий, г. Киев, Украина, e-mail: Daruna.b@gmail.com.
2. *Бондарь Наталья Петровна* – кандидат технических наук, доцент, доцент кафедры гостинично-ресторанного бизнеса Национальный университет пищевых технологий, м. Киев, Украина, e-mail: nata@nuft.edu.ua.
3. *Белоусова Наталья Владимировна* – кандидат географических наук, доцент, профессор кафедры землеустройства и кадастра, Национальный авиационный университет, Киев, Украина, e-mail: belousova-69@ukr.net.
4. *Бурла Михаил Порфирович* – кандидат географических наук, доцент, заведующий кафедрой социально-экономической географии и регионоведения, Приднестровский государственный университет имени Т.Г.Шевченко, г. Тирасполь, Молдова, e-mail: burla57@list.ru.
5. *Губеня Вячеслав Александрович* – кандидат технических наук, доцент, доцент кафедры гостинично-ресторанного бизнеса, Национальный университет пищевых технологий м. Киев, Украина, e-mail: v.hubenia@hotmail.com.
6. *Драмарецкая Екатерина Андреевна* – студентка кафедры туризма, Национальный университет физического воспитания и спорта Украины, г. Киев, Украина.
7. *Еникова Валентина Фёдоровна* – учитель географии, Государственное учреждение образования «Гимназия № 1 г.Слуцка», г. Слуцк, Беларусь, e-mail: v.enikova@mail.ru.
8. *Ковальская Лэся Владимировна* – кандидат географических наук, доцент, доцент кафедры туризмовеждения и краеведения, факультет туризма, Прикарпатский национальный университет имени Василия Стефаника, г. Ивано-Франковск, Украина, e-mail: gnatuk_L@ukr.net.
9. *Ковальская Анжела Романовна* – лаборант, Прикарпатский национальный университет имени Василия Стефаника, г. Ивано-Франковск, Украина, e-mail: kovalska_angelika_romanivna@ukr.net.
10. *Ковешников Владимир Сергеевич* – кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры туризма, Национальный университет физического воспитания и спорта Украины, г. Киев, Украина, e-mail: vskoveshnikov@ukr.net
11. *Михайленко Татьяна Игоревна* – кандидат географических наук, ассистент кафедры страноведения и туризма, географический факультет, Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко, г. Киев, Украина, e-mail: archy07@ukr.net.
12. *Нестерчук Инна Константиновна* – кандидат географических наук, доцент, заведующая кафедрой туризма, Житомирский национальный

- агроэкологический университет, г. Житомир, Украина, e-mail: nester_geoeek@ukr.net.
13. *Погуда Наталья Викторовна* – кандидат экономических наук, доцент кафедры туристического и гостиничного бизнеса, Национальный университет пищевых технологий, г. Киев, Украина.
 14. *Примак Татьяна Ефимовна* – кандидат физико-математических наук, доцент кафедры туристического и гостиничного бизнеса, Национальный университет пищевых технологий, г. Киев, Украина.
 15. *Панкратенкова Дарья Олеговна* – старший преподаватель кафедры физической географии и природопользования, геолого-географический факультет, Одесский национальный университет имени И. И. Мечникова, г. Одесса, Украина, e-mail: dashap15041989@gmail.com.
 16. *Рутинский Михаил Иосифович* – кандидат географических наук, доцент, доцент кафедры туризма и гостиничного дела, Львовский институт экономики и туризма, г. Львов, Украина, e-mail: rytynskij@ua.fm.
 17. *Рябцева Наталья Александровна* – кандидат сельскохозяйственных наук, старший преподаватель кафедры туризма, Житомирский национальный агроэкологический университет, г. Житомир, Украина, e-mail: nryabseva@ukr.net.
 18. *Самойленко Наталья Остаповна* – студентка кафедры гостинично-ресторанного бизнеса, Национальный университет пищевых технологий, кафедра гостинично-ресторанного бизнеса, м. Киев, Украина, e-mail: natalialevchuck@gmail.com.
 19. *Ткаченко Татьяна Ивановна* – кандидат географических наук, доцент, доцент кафедры международного туризма, факультет гостинично-ресторанного и туристического бизнеса, Киевский национальный университет культуры и искусств, г. Киев, Украина, e-mail: todria@ukr.net.
 20. *Топорницкая Мария Ярославовна* – кандидат географических наук, доцент, доцент кафедры туризма и гостинично-ресторанного дела, Львовский торгово-экономический университет, г. Львов, Украина, e-mail: Topornytska_maria@i.ua.
 21. *Шаран Лариса Александровна* – кандидат технических наук, доцент, доцент кафедры гостинично-ресторанного бизнеса, Национальный университет пищевых технологий, м. Киев, Украина, e-mail: larisharan@ukr.net.

INFORMATION ABOUT AUTHORS

1. *Basyuk Daria Ivanovna* – Doctor of Economics, Associate Professor, Head of the Department of Tourism and Hospitality Business, National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine, e-mail: Daruna.b@gmail.com.
2. *Bondar Nataliia Petrivna* – Candidate of Technical Sciences, Associate professor, Assistant Professor of Hotel and Restaurant Business Department, National University of Food Technology, Kyiv, Ukraine, e-mail: nata@nuft.edu.ua.
3. *Belousova Natalya Vladimirovna* – Candidate of Geographical Sciences, Associate Professor, Professor of Land Management and Cadastre Department, National Aviation National aviation, Kyiv, Ukraine, e-mail: belousova-69@ukr.net.
4. *Burla Mikhail Porfirovich* – candidate of Geographical Sciences Associate Professor, Head Of Socio-Economic Geography And Regional Studies Department, of Pridnestrovian state University T. G. Shevchenko, Tiraspol, Moldova, e-mail: burla57@list.ru.
5. *Hubenia Vyacheslav Oleksandrovy`ch* – Candidate of Technical Sciences, Associate professor, Assistant Professor of Hotel and Restaurant Business Department, National University of Food Technology, Kyiv, Ukraine, e-mail: v.hubenia@hotmail.com.
6. *Dramaretska Kateryna Andriivna* – student of Tourism Department National University of Physical Education and Sport of Ukraine, Kyiv, Ukraine.
7. *Enikova Valentina Fyodorovna* – Teacher of Geography, State Educational Institution «Gymnasium № 1 of town Slutsk», Slutsk Belarus, e-mail: v.enikova@mail.ru.
8. *Kovalska Lesia Vladimirovna* – Candidate of Geography Sciences, Associate Professor, Assistant Professor of Tourism Studies and Local History Department, Faculty of Tourism, Vasyl Stefanyk Precarpathian National University, Ivano-Frankivsk, Ukraine, e-mail: gnatuk_L@ukr.net.
9. *Kovalska Angela Romanivna* – Laboratory Assistant, State University Vasyl Stefanyk Precarpathian National University, Ivano-Frankivsk, Ukraine, e-mail: kovalska_angelika_romanivna@ukr.net.
10. *Koveshnikov Volodymyr Serhiyovych* – Candidate of Economic Sciences, Associate Professor, Assistant Professor of Tourism Department, National University of Physical Education and Sport of Ukraine, Kyiv, Ukraine, e-mail: vskoveshnikov@ukr.net.
11. *Mykhailenko Tetiana Ihorivna* – Candidate of Geographical Sciences, Assistant Professor of Country Studies and Tourism Department, Faculty of Geography, Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv, Ukraine, e-mail: archy07@ukr.net.

12. *Nesterchuk Inna Kostyantynivna* – Candidate of Geographical Sciences, Associate Professor, Head of Tourism Department, National Agroecological University, Zhytomyr, Ukraine, e-mail: nester_geoek@ukr.net.
13. *Pohuda Natalia Viktorovna* – PhD in Economics, Assistant Professor of the Department of Tourism and Hospitality Business, National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine.
14. *Prymak Tatyana Yuchimovna* – PhD in Physics and Mathematics, Associate Professor, Assistant Professor of the Department of Tourism and Hospitality Business, National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine.
15. *Pankratenkova Daria Olegovna* – Senior Lecturer of Physical Geography and Environmental Sciences Department, Geology and Geography Faculty, Odessa I. I. Mechnikov National University, Odessa, Ukraine, e-mail: dashap15041989@gmail.com.
16. *Rutynskyi Mikhailo Yosypovych* – PhD in Geography, Associate Professor, Assistant Professor of Tourism and Hotel Affairs Department, Lviv Institute of Economy and Tourism, Lviv, Ukraine, e-mail: rytynskij@ua.fm.
17. *Ryabtseva Nataliya Oleksandrivna* – Candidate of Agricultural Sciences, Senior Lecturer of Tourism Department, Zhytomyr National Agroecological University, Zhytomyr, Ukraine, e-mail: nryabceva@ukr.net
18. *Samoilenko Natalia Ostapivna* – Student of Hotel and Restaurant Business Department, National University of Food Technology Department of hotel and restaurant business Kyiv, Ukraine, e-mail: natalialevchuck@gmail.com.
19. *Tkachenko Tatyana Ivanivna* – PhD of Geographical Sciences, Associate Professor, Assistant Professor of International Tourism Department, Faculty of Hotel and Restaurant and Tourism Business, Kyiv National University of Culture and Arts, Kyiv, Ukraine, e-mail: todria@ukr.net.
20. *Topornytska Maria Yaroslavivna* – PhD in Geography, Associate Professor, Assistant Professor of the Department of Tourism and Hotel and Restaurant Affairs, Lviv Trade and Economic University, Lviv, Ukraine, e-mail: Topornytska_maria@i.ua.
21. *Sharan Larisa Oleksandrovna* – Candidate of Technical Sciences, Associate Professor, Assistant Professor of hotel and restaurant business Department, National University of Food Technology, Kyiv, Ukraine, e-mail: larisharan@ukr.net.

I. ГЕОГРАФІЯ РЕКРЕАЦІЇ ТА ТУРИЗМУ: ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРИКЛАДНІ ПИТАННЯ

<i>Рутинський М.Й., Топорницька М.Я.</i> СУСПІЛЬНО-ГЕОГРАФІЧНИЙ АНАЛІЗ СУЧАСНИХ ТЕНДЕНЦІЙ, ПРОБЛЕМ І ПЕРСПЕКТИВ ВІДРОДЖЕННЯ ПАЛІТРИ БРЕНДОВИХ ДЕСТИНАЦІЙ ЕТНОФЕСТИВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ У ЗАХІДНОМУ РЕГІОНІ УКРАЇНИ В КРИЗОВИХ РЕАЛІЯХ СЬОГОДЕННЯ.....	3
<i>Ковешніков В.С., Драмарецька К.А.</i> СПОРТИВНИЙ ТУРИЗМ: СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ	19
<i>Басюк Д.І., Погуда Н.В., Примак Т.Ю.</i> ВИКОРИСТАННЯ НОВИХ ІНФОРМАЦІЙНИХ ТЕХНОЛОГІЙ У ПЕРСОНАЛІЗАЦІЇ ВІДНОСИН З КЛІЄНТАМИ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	30
<i>Бєлоусова Н.В.</i> АНАЛІЗ ГОТОВНОСТІ ТУРИСТИЧНИХ АГЕНЦІЙ УКРАЇНИ ДО РОБОТИ З ІНКЛЮЗИВНИМИ ТУРИСТАМИ.....	43
<i>Нестерчук І.К.</i> ПРИКЛАДНЕ ГАСТРОНОМІЧНЕ ДОСЬЄ ПРАВОБЕРЕЖНОГО ПОЛІССЯ.....	48
<i>Ковальська Л.В., Ткаченко Т.І., Ковальська А.Р.</i> КОМУНІКАТИВНІСТЬ, ЇЇ РОЛЬ У РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ НА ПРИКЛАДІ ІВАНО-ФРАНКІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ.....	64
<i>Рябцева Н.О.</i> ХАРАКТЕРИСТИКА КОНФЕСІЙНОГО ЗРІЗУ РЕЛІГІЙНОЇ МЕРЕЖІ ЖИТОМИРСЬКОЇ ОБЛАСТІ.....	74
<i>Михайленко Т.І.</i> ВИКОРИСТАННЯ ТУРИСТСЬКО-РЕКРЕАЦІЙНИХ РЕСУРСІВ В УМОВАХ ДЕЦЕНТРАЛІЗАЦІЇ (НА ПРИКЛАДІ ПОБУЗЬКОЇ ОБ'ЄДНАНОЇ ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ ГРОМАДИ).....	82
<i>Самойленко Н.О., Бондар Н.П., Шаран Л.О., Губеня В.О.</i> ОЦІНКА РІВНЯ ЯКОСТІ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ ТА НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ МІСТА ПЕРЕЯСЛАВ-ХМЕЛЬНИЦЬКИЙ.....	90

II. АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ СУСПІЛЬНОЇ ГЕОГРАФІЇ ТА КРАЇНОЗНАВСТВА

<i>Бурла М.П.</i> СТРАТЕГИЧЕСКИЕ НАПРАВЛЕНИЯ СТРУКТУРНОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ В ПРИДНЕСТРОВЬЕ.....	100
<i>Еникова В.Ф.</i> ИССЛЕДОВАНИЕ ПАРАМЕТРОВ ДЕМОГРАФИЧЕСКОЙ БЕЗОПАСНОСТИ СЛУЦКОГО РАЙОНА МИНСКОЙ ОБЛАСТИ.....	111

III. ПРИРОДНИЧА ГЕОГРАФІЯ: ТЕОРІЯ ТА ПРАКТИКА

<i>Панкратенкова Д.О.</i> ЗНАЧЕННЯ КАДАСТРУ МОРСЬКИХ БЕРЕГІВ ДЛЯ УПРАВЛІННЯ ТА РАЦІОНАЛЬНОГО ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ В БЕРЕГОВІЙ ЗОНІ МОРІВ УКРАЇНИ.....	119
<i>ІНФОРМАЦІЯ ПРО АВТОРІВ.....</i>	130

СОДЕРЖАНИЕ

I. ГЕОГРАФИЯ РЕКРЕАЦИИ И ТУРИЗМА: ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ ВОПРОСЫ

<i>Рутинский М.И., Топорницкая М.Я.</i> ОБЩЕСТВЕННО-ГЕОГРАФИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ СОВРЕМЕННЫХ ТЕНДЕНЦИЙ, ПРОБЛЕМ И ПЕРСПЕКТИВ ВОЗРОЖДЕНИЯ ПАЛИТРЫ БРЕНДОВЫХ ДЕСТИНАЦИЙ ЕТНОФЕСТИВАЛЬНОГО ТУРИЗМА В ЗАПАДНОМ РЕГИОНЕ УКРАИНЫ В СОВРЕМЕННЫХ КРИЗИСНЫХ РЕАЛИЯХ.....	3
<i>Ковешников В.С., Драмарецкая Е.А.</i> СПОРТИВНЫЙ ТУРИЗМ: СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ.....	19
<i>Басюк Д.И., Погуди Н.В., Примак Т.Е.</i> ИСПОЛЬЗОВАНИЕ НОВЫХ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ПЕРСОНАЛИЗАЦИИ ОТНОШЕНИЙ С КЛИЕНТАМИ ПРЕДПРИЯТИЙ ТУРИЗМА.....	30
<i>Белоусова Н.В.</i> АНАЛИЗ ГОТОВНОСТИ ТУРИСТИЧЕСКИХ АГЕНЦИЙ УКРАИНЫ К РАБОТЕ С ИНКЛЮЗИВНЫМИ ТУРИСТАМИ...	43
<i>Нестерчук И.К.</i> ПРИКЛАДНОЕ ГАСТРОНОМИЧЕСКИЕ ДОСЬЕ ПРАВОБЕРЕЖНОГО ПОЛЕСЬЯ.....	48
<i>Ковальская Л.В., Ткаченко Т.И., Ковальская А.Р.</i> КОММУНИКАТИВНОСТЬ, ЕЕ РОЛЬ В РАЗВИТИИ ТУРИЗМА НА ПРИМЕРЕ ИВАНО-ФРАНКОВСКОЙ ОБЛАСТИ.....	64
<i>Рябцева Н.А.</i> ХАРАКТЕРИСТИКА КОНФЕССИОНАЛЬНОГО СРЕЗА РЕЛИГИОЗНОЙ СЕТИ ЖИТОМИРСКОЙ ОБЛАСТИ.....	74
<i>Михайленко Т.И.</i> ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫХ РЕСУРСОВ В УСЛОВИЯХ ДЕЦЕНТРАЛИЗАЦИИ (НА ПРИМЕРЕ ПОБУЖСКОЙ ОБЪЕДИНЕННОЙ ТЕРРИТОРИАЛЬНОЙ ГРОМАДЫ).....	82
<i>Самойленко Н.О., Бондарь Н.П., Шаран Л.А., Губеня В.А.</i> ОЦЕНКА УРОВНЯ КАЧЕСТВА ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ И ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ ТУРИСТИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА ГОРОДА ПЕРЕЯСЛАВ-ХМЕЛЬНИЦКИЙ.....	90

II. АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ОБЩЕСТВЕННОЙ ГЕОГРАФИИ И СТРАНОВЕДЕНИЯ

<i>Бурла М.П.</i> СТРАТЕГИЧЕСКИЕ НАПРАВЛЕНИЯ СТРУКТУРНОЙ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ В ПРИДНЕСТРОВЬЕ.....	100
<i>Enikova V.F.</i> RESEARCH INTO PARAMETERS OF DEMOGRAPHIC SAFETY OF SLUTSK DISTRICT OF MINSK REGION.....	111

III. ЕСТЕСТВЕННАЯ ГЕОГРАФИЯ: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА

<i>Панкратенков Д.О.</i> ЗНАЧЕНИЕ КАДАСТРА МОРСКИХ БЕРЕГОВ ДЛЯ УПРАВЛЕНИЯ И РАЦИОНАЛЬНОГО ПРИРОДОПОЛЬЗОВАНИЯ В БЕРЕГОВОЙ ЗОНЕ МОРЕЙ УКРАИНЫ.....	119
<i>ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ.....</i>	130

LIST OF CONTENTS

I. GEOGRAPHY OF RECREATION AND TOURISM: THEORETICAL AND APPLIED ISSUES

<i>Rutynskyi M.Y., Topornytska M.Y.</i> SOCIAL AND GEOGRAPHIC ANALYSIS OF MODERN TENDENCIES, PROBLEMS AND PROSPECTS FOR THE REVIVAL OF THE PALETTE OF BRAND DESTINATIONS OF ETHNO-FESTIVAL TOURISM IN THE WESTERN REGION OF UKRAINE IN THE CURRENT CRISIS REALITIES.....	3
<i>Koveshnikov V.S., Dramaretska K.A.</i> SPORT TOURISM: STATE AND PROSPECTS OF DEVELOPMENT.....	19
<i>Basyuk D.I., Pohuda N.V., Prymak T.Y.</i> USAGE OF THE NEW INFORMATIONAL TECHNOLOGIES IN PERSONALIZATION OF RELATIONS WITH CUSTOMERS OF TOURISM ENTERPRISES.....	30
<i>Belousova N.V.</i> ANALYSIS OF PREPAREDNESS OF TOURIST AGENCIES OF UKRAINE TO WORK WITH INCLUSIVE TOURISTS.....	43
<i>Nesterchuk I.K.</i> APPLIED GASTRONOMIC DOSSIER OF THE RIGHT-BANK POLISSYA.....	48
<i>Kovalska L.V., Tkachenko T.I., Kovalska A.R.</i> COMMUNICATIVE, ITS ROLE IN THE DEVELOPMENT OF TOURISM ON THE EXAMPLE OF IVANO-FRANKIVSK REGION.....	64
<i>Ryabtseva N.O.</i> CHARACTERISTICS OF THE CONFESSIONAL SECTION OF ZHYTOMYR REGION RELIGIOUS COMMUNITY.....	74
<i>Mykhailenko T.I.</i> THE USE OF TOURIST-RECREATIONAL RESOURCES IN THE CONTEXT OF DECENTRALIZATION (ON THE EXAMPLE OF THE POBUZKA UNITED TERRITORIAL COMMUNITY).....	82
<i>Samoilenko N.O., Bondar N.P., Sharan L.O., Hubenia V.O.</i> EVALUATION OF QUALITY LEVEL TOURISM SERVICES AND DIRECTIONS OF GROWTH TOURIST POTENTIAL OF THE CITY PEREYASLAV-KHMELNYTSKY.....	90

II. CURRENT PROBLEMS OF SOCIAL GEOGRAPHY AND COUNTRY STUDIES

<i>Burla M.P.</i> STRATEGIC DIRECTION STRUCTURAL ECONOMIC POLICY IN TRANSNISTRIA.....	100
<i>Enikova V.F.</i> RESEARCH INTO PARAMETERS OF DEMOGRAPHIC SAFETY OF SLUTSK DISTRICT OF MINSK REGION.....	111

III. NATURAL GEOGRAPHY: THEORY AND PRACTICE

<i>Pankratenkova D.O.</i> THE IMPORTANCE OF MARINE SHORES CADASTRE FOR THE MANAGEMENT AND RATIONAL NATURE USE IN THE COASTAL ZONE OF UKRAINIAN SEAS.....	119
<i>INFORMATION ABOUT AUTHORS</i>	130