

І. ГЕОГРАФІЯ РЕКРЕАЦІЇ ТА ТУРИЗМУ: ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРИКЛАДНІ ПИТАННЯ

<https://doi.org/10.17721/2308-135X.2019.52.3-9>
УДК 338.48: 339.138

Гладкий Олександр Віталійович,
доктор географічних наук, професор
Мазурець Роман Русланович,
кандидат географічних наук, доцент

Київський національний торговельно-економічний університет, м.
Київ, Україна, e-mail: alexander.gladkey@gmail.com
Київський національний торговельно-економічний
університет, м. Київ, Україна, e-mail: mazuretsroman@ukr.net

КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ БРЕНДМЕНЕДЖМЕНТУ ТА ЙОГО ВПЛИВ НА РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНОЇ ДЕСТИНАЦІЇ

Мета статті полягає в аналізі та систематизації провідних концептуальних засад брендменеджменту, а також в дослідженні його впливу на розвиток туристичних дестинацій.

Методика. Методологічна основа даного дослідження – загальнонауковий діалектичний метод. Основними методами дослідження є метод формалізації, розробки алгоритму, описовий, аналітичний та наукового синтезу.

Результати. Брендменеджмент є актуальною сферою наукових досліджень загалом та в контексті його ролі в туризмі зокрема. Бренд створює відмінність торгової марки або послуги від конкуруючих марок, сприяє збільшенню продажів і, як правило, збільшує прибуток в довгостроковій перспективі. Тому формування бренду вимагає серйозних підходів та залучення кваліфікованих менеджерів. Зараз широко використовується практика створення туристичних центрів чи територій, що цілком виправдано, оскільки позитивний імідж міст чи регіонів сприяє створенню додаткових прибутків від залучення нових туристів. Основні функції бренду туристичної дестинації пов'язані з: - формуванням індивідуального образу (іміджу) дестинації, що відрізняє його від конкурентів; - забезпеченням його визнання шляхом вибору ринкової позиції туристичного продукту дестинації; - підтвердженням якості туристичного продукту дестинації; - позитивним впливом на формування корпоративної свідомості населення туристичної території (регіону, дестинації). Ключовими завданнями брендингу туристичних дестинацій є встановлення їх позиції на ринку та зміцнення сильних сторін, що має послужити основою для формування бренду. Специфіка брендингу туристичних дестинацій як комплексу маркетингових дій, що здійснюються їх керівництвом у співпраці із зацікавленими сторонами для створення та просування бренду, полягає в тому, що: - продукт дестинації є багатограним, включаючи ряд товарів та послуг різних галузей; - керівництво дестинації не має повного контролю над комплексами маркетингу (маркетинговий мікс); - командна робота з розробки бренду дестинації має проводитись з урахуванням інтересів усіх зацікавлених сторін; - значний вплив на розробку бренду справляє політика країни / регіону у сфері туризму.

Практична значимість. Створення туристичного бренду міста не хаотичне. Процес його формування відбувається під впливом ряду закономірностей та принципів, які розглядаються у статті.

Наукова новизна. Сучасні методи просування туристичного продукту реалізуються в умовах глобалізації та розвитку інформаційного суспільства, а також посилюють конкуренцію. Тому процес створення бренду туристичної дестинації, а також дослідження його впливу на позиціонування, ідентичність та на розвиток туристичних дестинацій є головною науковою новизною цієї статті.

Ключові слова. Бренд, брендменеджмент, брендинг, туризм, туристичний центр, імідж.

УДК 338.48: 339.138

Гладкий Александр Витальевич,
доктор географических наук, профессор

Мазурец Роман Русланович,
кандидат географических наук, доцент

Киевский национальный торгово-экономический
университет, г. Киев, Украина,
e-mail: alexander.gladkey@gmail.com
Киевский национальный торгово-экономический университет, г.
Киев, Украина, e-mail: mazuretsroman@ukr.net

КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ПРИНЦИПЫ БРЕНДМЕНЕДЖМЕНТА И ЕГО ВЛИЯНИЕ НА РАЗВИТИЕ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ДЕСТИНАЦИИ

Цель статьи заключается в анализе и систематизации ведущих концептуальных основ брендменеджмента, а также в исследовании его влияния на развитие туристических дестинаций.

Методика. Методологическая основа данного исследования - общенаучный диалектический метод. Основными методами исследования является метод формализации, разработки алгоритма, описательный, аналитический и научного синтеза.

Результаты. Брендменеджмент актуальная сфера научных исследований в целом и в контексте его роли в туризме в частности. Бренд создает отличие торговой марки или услуг от конкурирующих марок, способствует увеличению продаж и, как правило, увеличивает прибыль в долгосрочной перспективе.

Поэтому формирование бренда требует серьезных подходов и привлечения квалифицированных менеджеров. Сейчас широко используется практика создания туристических центров или территорий, вполне оправдано, поскольку положительный имидж городов или регионов способствует созданию дополнительных доходов от привлечения новых туристов. Основные функции бренда туристической дестинации связаны с: - формированием индивидуального имиджа (образа) дестинации, который отличает его от конкурентов; - обеспечением его узнаваемости путем выбора рыночной позиции туристического продукта дестинации; - подтверждением качества туристического продукта дестинации; - положительным влиянием на формирование корпоративного сознания населения туристической территории (региона, дестинации). Ключевой задачей брендинга туристической дестинации является установление ее позиций и укрепление сильных сторон, которые должны послужить основой для формирования бренда. Специфика брендинга туристических дестинаций как комплекса маркетинговых действий, предпринимаемых их руководством в сотрудничестве с заинтересованными сторонами для создания и продвижения бренда, заключается в том, что: - товар дестинации является многогранным, включая ряд товаров и услуги различных отраслей; - руководство дестинации не имеет полного контроля над маркетинговыми комплексами (маркетинговый микс); - командная работа над созданием бренда дестинации требует учета интересов всех заинтересованных сторон; - значительное влияние на разработку бренда оказывает политика страны / региона в сфере туризма.

Практическая значимость. Создание туристического бренда города не хаотичное. Процесс его формирования происходит под влиянием ряда закономерностей и принципов, которые рассматриваются в статье.

Научная новизна. Современные методы продвижения туристического продукта реализуются в условиях глобализации и развития информационного общества, а также усиливают конкуренцию. Поэтому процесс создания бренда туристической дестинации, а также исследования его влияния на позиционирование, идентичность и на развитие туристических дестинаций является главной научной новизной этой статьи.

Ключевые слова. Бренд, брендменджмент, брендинг, туризм, туристический центр, имидж.

UDC 338.48: 339.138

Gladkey Oleksandr Vitaliyovych,
Doctor of Geography Sciences, Profesor

Kyiv National University of Trade and Economics, Kyiv, Ukraine
e-mail: alexander.gladkey@gmail.com

Mazurets Roman Ruslanovych,
Candidate of Geography Sciences,
Associate Profesor

Kyiv National University of Trade and Economics, Kyiv, Ukraine
e-mail: mazuretsroman@ukr.net

THE CONCEPTUAL FRAMEWORK OF BRAND MANAGEMENT AND ITS INFLUENCE ON TOURIST DESTINATION DEVELOPMENT

Goal. The purpose of this article consists in analyzation and systematization of the leading conceptual framework of brand management as well as in additional investigations of its influence on tourist destination development.

Method. The methodological basis of the research is the basis of scientific dialectics. The main methods of research are the method of formalization, algorithm development, descriptive, analytical and synthetic.

Results. Brand management is an actual area of scientific researches in the context of its role in tourism. The brand creates a difference of a trademark or service from competing ones, helps to increase sales and generally increases profits in the long-term perspective. Therefore, the formation of the brand requires the serious approaches and the involvement of skilled managers. The practice of tourist centers or territories brands creation is widely used now, which is fully justified, as the positive image of cities or regions contributes to the creation of additional profits from attracting new tourists. The main functions of the tourist destination brand are related to: - the formation of an individual image (image) of the destination, which distinguishes it from its competitors; - ensuring its recognition by choosing a market position for the tourist product of the destination; - confirmation of the quality of the tourist product of the destination; - a positive influence on the formation of corporate consciousness of the population of the tourist territory (region, destination). The key task of branding the tourist destination is to establish position and strengthen its strengths, which should serve as the basis for the formation of the brand. Specificity of branding of tourist territories as a complex of marketing actions undertaken by their management in cooperation with stakeholders (various stakeholders) for the creation and promotion of the brand is that: - the product of the destination is multifaceted, including a number of goods and services of various industries; - the management of the destination does not have full control over the marketing complexes (marketing mix); - teamwork is required taking into account the interests of all stakeholders; - significant influence is rendered by the policy of the country / region in the field of tourism.

Practical significance. But the creation of the city's tourist brand is not chaotic. The process of its formation is under the influence of a number of regularities and principles that are considered in the article.

Scientific novelty. Modern ways of promoting tourism product take place in the context of globalization and information society development and also increase competition for consumers. Crucial conditions for survival on

rigid travel market are the need for concentration on a high-quality tourism product, able to satisfy the highest demands of modern tourism consumer, and promote itself to the market. Therefore, the process of creating a brand of tourist destination as well as investigations of its influence on positioning, identity and development of tourism destinations are represent the main scientific novelty of this article.

Keywords. Brand, brand management, branding, tourism, tourist center, image.

Formulation of the problem. For the period that has passed since the beginning of economic transformations, the qualitative structure of all consumer markets has undergone serious changes. The main trend was the crowding out of unmarked goods and goods of little-known producers by brands. Today, in the world markets purely price competition has been replaced by a stage of brand competition, and today for a significant part of consumers, especially for medium segments, the popularity and reputation of a trademark becomes almost the most important criterion.

Analysis of recent research and publications. Many scientists are devoted to the study and systematization of brand management and development. The scientific approaches proposed by Ash F.-R., Azgaldov G.G., Bauer H., Godin A.M., Jean-Noel Kapferer, Makasheva Z.I., Smirnov E., Vizgalov D.V., Yakushina E.V. and others are particularly noteworthy. Investigation of brand management and their influence on tourist destination development are partially analyzed in the works of Tkachenko T. I., Lubitseva O. O., Beydik O. O., Smirnov I. G., Chernozub O., Danchenok L.A., Dvornikova E.V., Filonova O.L.

Highlighting previously unresolved parts of a common problem. However, a comprehensive systematization and detailed characterization of tourism related brand management and their influence on tourist destination development has not yet been conducted in detail.

Formulating the goals of the article (Setting a task). The purpose of this article consists in analyzation and systematization of the leading conceptual framework of brand management as well as in additional investigations of its influence on tourist destination development.

Presenting main material. In order to understand why most of the world's manufacturers of consumer goods have followed the path of creating brands, it is necessary to understand what a brand is, how this concept has appeared, and what it gives to the manufacturer. The concept of "brand" coming from the economy is widely used. For someone, this is a name, symbol, design, for others this is a popular trademark or trademark [4]. With all the discrepancies, there is no doubt that the brand has a strong positioning business. The formation of brands has become a law of entrepreneurship, especially companies seeking to enter new, not yet mastered spaces. Owning a brand is for them the strongest argument in a tough fight. Strong competition for influence on world markets and world politics is led not only by individual brand companies, but also by whole states [1]. Powerful integration processes drag all the countries without exception into the globalization cycle. At the same time, each state strives to strengthen key factors of national development, to find its own party in a worldwide concert. To do this, we must clearly position ourselves in the international public opinion, in other words - to become a brand in world markets [2].

Brand management influence on tourist destinations. Since the 1950s, specialists have become aware that the brand is not just a catchy slogan or an elegant emblem that adorns a company's goods (products or services), but also a company profile that has a particular individuality and a system of values metaphorically embodied in the symbolism Brand. At the present time, this concept continues to expand, and we are talking not only about product and corporate brands, but also about the branding of personnel, regions, countries, territories. The approach according to which through the brand, as a strategic marketing tool, a modern philosophy of production activity oriented to the consumer is beginning to spread [3].

One of the most effective ways to develop the image of a tourist destination is the creation of the brand in the region. There are different types of brands: commodity, service, personalities, organizations, events, as well as geographic. To promote the image, geographic brands (Geographical brands) play a special role, where cities, countries, resorts are the object of branding. This type of brand is gradually becoming prevalent, especially in the tourist business, as its creation and successful promotion allow receiving additional revenues. The most vivid

examples of already established geographical brands - the ski resort of St. Moritz, the French Riviera and the Seychelles - bring a lot of profits to the tourist territories and the companies that promote them [8].

In essence, the modern regional consumer market is a war of trademarks and their advertising images for a place in the minds of consumers. This makes domestic producers realize the urgency of the problem of adaptation of branding technologies to Ukrainian conditions [10].

Brand management aims to increase the value of a brand. In this case, the value is the benefit that the producer receives. It should be noted that such concepts as brand management, marketing and PR are different things. In the first case, managers make financial statements and keep accounts, as the effectiveness of their work is calculated in material terms. In the second case, the budget for marketing tasks is allocated at the very end of the business plan, to the actual "balances". This same principle often applies to PR. Accordingly, unlike PR and marketing, brand management plays an important strategic role in the work of the entire organization.

A positive image of the city is necessary to attract tourists, improve the social well-being of its residents, and also to attract financial investments. The image of the city influences various aspects of urban development, and, first of all, the economy, culture, migration processes, as well as the behavior of residents in the city. It can be defined as a relatively stable and reproduced in the mass and individual consciousness set of emotional and rational ideas about the city, formed on the basis of all the information received about him from various sources, as well as his own experience and impressions [13].

It should be noted that the need to develop a strong and successful brand that enhances the image of a tourist destination is associated with fundamental changes in the nature of consumer behavior due to the fact that for a potential tourist the choice of a holiday destination today is not only an indicator of a lifestyle, but also a certain status value. All this forms an objective need for a competent approach to branding destinations as the process of creating and managing a brand.

The main functions of the tourist destination brand are related to: - the formation of an individual image (image) of the destination, which distinguishes it from its competitors; - ensuring its recognition by choosing a market position for the tourist product of the destination; - confirmation of the quality of the tourist product of the destination; - a positive influence on the formation of corporate consciousness of the population of the tourist territory (region, destination).

The brand of destinations is an evolving category, the changes of which are in close relationship with the dynamics of the market. Management of these changes is part of the branding task as a managerial process aimed not only at creating and developing a brand, but also in promoting it and increasing the demand among consumers.

Before the creation of the creative concept of brand promotion, it is necessary to go through several stages, and you need to have a clear understanding of the dynamics of development, trends and market prospects. It is also necessary to determine the segments of consumers, as advertising and PR-activities are always aimed at a specific target audience [8].

A strong, competently built and attractive brand will allow the nation to rise: - awareness of potential tourists by quickly presenting the advantages that they will receive in the case of a visit to this particular destinations; - attractiveness of the destination in the minds of a potential tourist when making a decision about a trip to a territory unfamiliar to him, using the information passed on to the brands to help them choose the resting place that best suits their needs; - the tourist flow due to the formation of tourists' loyalty, since the positive experience of staying in the destination will allow them to restore their memories by meeting brand elements (name, logo, slogan, etc.) and distribute and advertise the brand message. Also at the expense of the opportunity to increase or confirm its status, realize the desire to increase self-esteem for tourists, holidaymakers in destinations with a recognizable brand; - the flow of public and private investment in the development of prestigious destinations, their infrastructure and various facilities of the tourism industry; - Attractiveness for the population, who has certain qualifications and in-demand skills of work in the tourist field [5].

Marketing programs of the brand (and the tasks they perform); product (functional and symbolic use), price (perception of value), distribution channels (push and pull integration), communication (choice of channels and forms of communication).

Secondary associations that promote the development of the brand: the company, the country of production, distribution channels, other brands of the company, actions, events. Together, these elements fulfill the tasks of achieving: awareness, meaningfulness, substitutability [2]. The interaction of all elements of the brand and the fulfillment of their tasks contributes to the achievement of the main goals of branding: - awareness of the brand; - the formation of the "brand myth" (brand associations)[12].

Brand awareness refers to two dimensions: "depth" (levels of recognition and recall of a brand) and "width" (indicators of purchases and consumption).

"Brand myth" consists of associations: the main (describing the goods and internally agreed), favorable (describing the desired and real advantages) and unique (describing and differentiating). These associations are divided into associations: the brand itself (brand image), the associations associated with the users of the brand (the "user image"), and sometimes separate associations associated with the use of the brand ("user image") [3].

The key task of branding the tourist destination is to establish position and strengthen its strengths, which should serve as the basis for the formation of the brand. Specificity of branding of tourist territories as a complex of marketing actions undertaken by their management in cooperation with stakeholders (various stakeholders) for the creation and promotion of the brand is that: - The product of the destination is multifaceted, including a number of goods and services of various industries; - The management of the destination does not have full control over the marketing complexes (marketing mix); - Teamwork is required taking into account the interests of all stakeholders; - Significant influence is rendered by the policy of the country / region in the field of tourism [7].

The process of forming a successful brand is associated with the need to comply with a number of provisions that can simultaneously act as a guarantee of success, and create certain difficulties in their implementation. The main difficulty in implementing branding destination is associated with resource limitations of organizations involved in the marketing of destinations. In addition, when forming a brand structure, it is important to ensure that all its constituent elements (positioning and image destination) to be considered comprehensively corresponded to the real characteristics of the destination and was used actively in all means of mass communication.

The positioning in the perception of the consumer is the actions to develop the company's proposal and its image, aimed at taking a stand-alone favorable position in the minds of the target group. Positioning is aimed at winning a certain niche in the perception of consumers. In other words, the position of the company's brand should not be mixed in the perception of the consumer with competitive offers, but rather occupy a separate place distinct from competitors [6].

The basic requirements for effective positioning are: relevance - the position of the brand should meet the needs of consumers; simplicity - positioned benefits and unique advantages must be understood by consumers; difference - the position of the brand should represent its competitive advantages and contain the main differences from similar branded goods of competitors; sequences - all marketing communications should reflect the basic idea of positioning; consistency - the position should not change seriously for a long time (especially for brands that have taken a central position in their product category).

So, the brand identity, forming a link between it and a potential tourist, indicates emotional, functional advantages, benefits and opportunities for self-expression, the comparative price of visiting a particular destination. Clearly formulated destination identity as the sum of its distinctive characteristics from competitors should be incorporated into the brand image. Only with the success of marketing communications on the formation and translation of the content of the brand identity will it be possible to create in the minds of potential tourists an image that exactly matches the ideas of the creators of the brand identity. The image as the reflective perception and reflection of the brand identity in the minds of potential consumers is transformed

into a set of associative representations about the destination (thoughts, expectations, feelings) that they associate with the brand [14].

Also note that when creating a branding concept for a tourist territory, one should be guided by certain canons. From a large number of rules, laws applicable to commodity and corporate brands, we have identified the most significant of them and adapted to branding destinations, in particular: - The law of originality as the most important aspect of the brand of destinations - the existence of a personal concept or an original idea that provides branding; - The law of distribution - the power of attractiveness of the brand of destination is in its identification with a certain type of recreational activity, with the identification of its distinctive features and uniqueness; - Law of narrowing - the brand becomes stronger when it focuses on one segment, which is the core of the destination brand; - The law of fame - the formation and formation of an attractive brand of destinations is achieved through the implementation of the strategy for publishing information about it in popular media; - The law of advertising - to maintain brand awareness, it is necessary to develop an advertising strategy for branding; - The law of borders - the distribution of the destination brand should not have boundaries in the external environment, that is, have a global character; - The law of authenticity - the main element of the brand's success is its authenticity; - The law of time - the branding of a destination is a process that is prolonged in time, requiring consistent action[11].

Conclusions. Thus, branding, acting as part of the marketing mechanism to ensure a stable tourist flow, is one of the most valuable intangible assets of tourist territories. As a managerial process aimed at the formation of a positive image and the promotion of destinations on the market, it helps attract potential tourists, increase the productivity of enterprises, increase the number of jobs, and additional financing in the destination economy. A well-developed brand is the source and engine of successful development of destinations not only now but also in the future, since a strong brand, having lived for several decades, can bring considerable profit to its owner in the future. Management in the tourism business is very specific than in a conventional enterprise. And in order to develop a successful concept of tourism branding, we need to understand all its features. The most important feature of tourism as an object of management is the specificity of the tourist product, its inseparability from the source of formation. Tourism service is inseparable from the source of creation.

Список використаних джерел

1. Еш Ф.-Р. Оцінка сучасних умов управління брендом. Облік кон'юнктури ринку: знецінення продукції та марок. / Ф.-Р. Еш // Управління брендом. - 2009. - № 4. - С. 198.
2. Азгалдов Г.Г. Оцінка вартості інтелектуальної власності та нематеріальних активів: Підручник / Г. Г. Азгалдов. –Москва: Міжнародна академія оцінювання та консалтингу, 2006. – 215 с.
3. Бауер Х. Модель рушійних сил власного капіталу. Співвідношення преміальних брендів та проблем управління брендами / Бауер Х., Клейн-Белтінг Уо. // Управління брендом. - 2011. - № 1. - С. 2–21.
4. Чорнозуб О. Значення бренду: реальність перевершує міфи. / О. Чорнозуб // Маркетинг та маркетингові дослідження. - 2010. - № 1. - С. 40–51.
5. Данченко Л. А. Нотатки з маркетингу: практичний курс на сучасних прикладах / Данченко Л. А., Зотов В.В. та інші. - Маркет Д. С., 2006. –С. 5-6.
6. Дворнікова Е.В. Чи повинна творча концепція просування відображати позиціонування бренду? / Е.В. Дворнікова // Реклама. Теорія та практика. - 2010. - № 6. - С. 360-368.
7. Філонова О.Л. Технологія побудови бренду / О. Л. Філонова // Маркетингові комунікації. -2009. - № 4. - С. 24-28.
8. Годін А.М. Брендінг: Підручник / А.М. Годін. - М.: Дашков і К°, 2006. – 160 с.
9. Годін А.М. Брендінг: Підручник / А.М. Годін. - М.: Дашков і К°, 2011. - 184с.
10. Жан-Ноель Капферер Бренд назавжди: створення, розвиток, підтримка вартості бренду / Жан-Ноель Капферер; під ред. В.Н. Домніна. - М.: Вершина, 2007. - 368С.
11. Макашева З.І. Брендінг/ З.І. Макашева - СПб.: Пітер, 2010. – 288с.
12. Смірнов Е. Закони, закономірності та принципи управління брендом. / Е. Смірнов // Управління брендом. - 2009. - № 1. - С. 16–26.
13. Визгалов Д.В. Брендінг міста / Д.В. Визгалов. - М.: Інститут міської економіки, 2011. -158 с.
14. Якушина Е.В. Управління брендом як ресурсом. Етапи постановки цілей та планування при створенні бренду. / Е.В. Якушина // Маркетингові комунікації. - 2010. - № 3. - С. 173-182.

1. Еш Ф.-Р. Оценка современных условий управления брендом. Учет рынка: обесценение продукции и марок. / Ф.-Р. Еш // Управление брендом. - 2009. - № 4. - С. 198.
2. Азгалдов Г.Г. Оценка стоимости интеллектуальной собственности и нематериальных активов: Учебник / Г. Г. Азгалдов. - Москва: Международная академия оценивания и консалтинга, 2006. - 215 с.
3. Бауэр Х. Модель движущих сил собственного капитала. Соотношение премиальных брендов и проблем управления брендами / Бауэр Х., Клейн-Белтинг Уо. // Управление брендом. - 2011. - № 1. - С. 2-21.
4. Чернозуб А. Значение бренда: реальность превосходит мифы. / А. Чернозуб // Маркетинг и маркетинговые исследования. - 2010. - № 1. - С. 40-51.
5. Данченко Л. А. Заметки по маркетингу: практический курс на современных примерах / Данченко Л. А., Зотов В.В. и другие. - Маркет Д. С., 2006. -С. 5-6.
6. Дворникова Е.В. Должна ли творческая концепция продвижения отображать позиционирование бренда? / ЕСТЬ В. Дворникова // Реклама. Теория и практика. - 2010. - № 6. - С. 360-368.
7. Филонова А.Л. Технология построения бренда / А. Л. Филонова // Маркетинговые коммуникации. 2009. - № 4. - С. 24-28
8. Годин А.М. Брендинг: Учебник / А.М. Годин. - М.: Дашков и Ко, 2006. - 160 с.
9. Годин А.М. Брендинг: Учебник / А.М. Годин. - М.: Дашков и Ко, 2011. - 184с.
10. Жан-Ноель Капферер Бренд навсегда: создание, развитие, поддержка стоимости бренда / Жан-Ноель Капферер; под ред. В.Н. Домнина. - М.: Вершина, 2007. - 368с.
11. Макашева З.И. Брендинг / З.И. Макашева - СПб.: Питер, 2010. - 288с.
12. Смирнов Е. Законы, закономерности и принципы управления брендом. / Е. Смирнов // Управление брендом. - 2009. - № 1. - С. 16-26.
13. Визгалов Д.В. Брендинг города / Д.В. Визгалов. - М.: Институт городской экономики, 2011. -158 с.
14. Якушина Е.В. Управление брендом как ресурсом. Этапы постановки целей и планирования при создании бренда. / Е. В. Якушина // Маркетинговые коммуникации. - 2010. - № 3. - С. 173-182.

References

1. Ash F.-R. Evaluation of modern brand management conditions. Accounting for market conditions: the depreciation of products and brands / F.-R. Ash // Brand management. - 2009. - No. 4. - P. 198.
2. Azgaldov G.G. Estimation of the cost of intellectual property and intangible assets: Textbook / G. G. Azgaldov. – Moscow: International Academy of Evaluation and Consulting, 2006. – 215 p.
3. Bauer H. Model of the driving forces of brand equity. Value of premium brands and brand management issues / Bauer H., Klein-Belting W. // Brand management. - 2011. - No. 1. - P. 2-21.
4. Chernozub O. Brand value: reality surpasses myths. / O. Chernozub // Marketing and marketing research. - 2010. - No. 1. - P. 40-51.
5. Danchenok L.A. Marketing on notes: a practical course on current examples/Danchenok L.A., Zotov V.V. and others. - Market D.S., 2006. –P. 5-6.
6. Dvornikova E.V. Should the creative concept of promotion reflect brand positioning?/ E.V. Dvornikova // Advertising. Theory and practice. - 2010. - No. 6. - P. 360-368.
7. Filonova O.L. Technology of brand building / O. L.Filonova // Marketing communications. -2009. - No. 4. - P. 24-28.
8. Godin A.M. Branding: Textbook / A.M. Godin. - Moscow: Dashkov and K°, 2006. – 160 p.
9. Godin A.M. Branding: Textbook / A.M. Godin. - Moscow: Dashkov and K°, 2011. - 184p.
10. Jean-Noel Kapferer Brand forever: creation, development, support of brand value / Jean- Noel Kapferer; under the ed. Of V.N. Domnina. - Moscow: Vershina, 2007. - 368 C.
11. Makasheva Z.I. Branding/ Z.I. Makasheva - St. Petersburg: Peter, 2010. - 288p.
12. Smirnov E. Laws, regularities and principles of brand management / E.Smirnov// Brand management. - 2009. - No. 1. - P. 16-26.
13. Vizgalov D.V. Branding of the city. / D.V. Vizgalov. - M.: Institute of Urban Economics, 2011. -158 p.
14. Yakushina E.V. Brand management as a resource. Stages of goal-setting and planning when creating a brand. / E.V. Yakushina // Marketing communications. - 2010. - No. 3. – P 173-182

Надійшла до редколегії 12.11.19

<https://doi.org/10.17721/2308-135X.2019.52.10-16>
УДК 338.48-6:[379.825:77

Каленік Ірина Олександрівна

Національний університет харчових технологій, м. Київ,
Україна, e-mail: kalenik1997@gmail.com

Шидловська Олена Броніславівна,

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

кандидат технічних наук, доцент

Ищенко Тетяна Іванівна,

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

кандидат технічних наук, доцент

Доценко Віктор Федорович,

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

доктор технічних наук, професор

ГОТЕЛЬ ДЛЯ ФОТОТУРИСТІВ – СУЧАСНИЙ ТРЕНД ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ

Мета. Розглянути поняття «фототуризм», з'ясувати його сутність та відмінність від інших спеціальних видів туризму, охарактеризувати його класифікаційні ознаки. Розкрити передумови його розвитку в Україні для підвищення туристичної привабливості країни.

Методика. Для дослідження використано такі методи, як системно-структурний, абстрактно-логічний, аналіз, синтез, узагальнення, спостереження, порівняння; класифікаційний та літературний методи. Системно-структурний метод був використаний для оцінки можливості існування вітчизняних готелів, які зможуть надавати фототуристам такі послуги, як оренда спеціалізованої фототехніки, майстер-класи по користуванню фотоапаратами, організація фототурів тощо. Завдяки абстрактно-логічному методу було розкрито теоретичні аспекти розвитку та функціонування фототуризму в Україні. Метод порівняння був використаний для оцінки цінової політики цифрових та плівкових фотоапаратів.

Результати. Наведено класифікацію фототурів та специфічні особливості фототуризму, які відрізняють його від інших видів туризму. Досліджено основні тенденції розвитку та популяризації фототуризму в світі та Україні. Проаналізовано закордонні фототури та їх специфіку. Проведено опитування серед населення України у зацікавленості в готельних підприємствах, які можуть надавати послуги для фототуристів, організовувати тури та пропонувати в оренду спеціалізовану фототехніку. Надано порівняльну оцінку цінової політики різного виду фототехніки, яка може бути використана у фототурах, організованих готельним підприємством, що спеціалізується на фототуризмі. Проаналізовано інноваційні аспекти фототуризму, які можливо використати на практиці у вітчизняному готельному бізнесі. Наведені приклади таких фототуристичних регіонів, як Черкащина, Прикарпаття, Закарпаття та Чернігівщина, які свідчать про потенціал України, як країни, що має змогу розширяти свій туристичний ринок.

Наукова новизна. Наукова новизна полягає в обґрунтуванні доцільності створення готелю для фототуристів в Україні, як нового шляху до популяризації фототуризму в готельній сфері країни. Фототуризм із застосуванням плівкових фотоапаратів є новітнім напрямком у туристичній сфері не тільки України, а і всього світу.

Практична значимість полягає у тому, що популяризація фототуризму може вивести галузь на якісно новий рівень формування туристичної пропозиції та сприяти створенню сучасного конкурентноспроможного туристичного продукту.

Ключові слова: фототуризм, фототури, фототехніка, готель, плівковий фотоапарат, цифровий фотоапарат.

УДК 338.48-6:[379.825:77

Каленик Ирина Александровна

Национальный университет пищевых технологий, г.
Киев, Украина, e-mail: kalenik1997@gmail.com

Шидловская Елена Брониславовна,

Национальный университет пищевых технологий, г.
Киев, Украина, e-mail: elena_shydlovskaya@ukr.net

кандидат технических наук, доцент

Ищенко Татьяна Ивановна,

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

кандидат технических наук, доцент

Доценко Виктор Федорович,

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

доктор технических наук, профессор

ОТЕЛЬ ДЛЯ ФОТОТУРИСТОВ – СОВРЕМЕННЫЙ ТРЕНД ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА

Цель. Рассмотреть понятие «фототуризм», выявить его сущность и отличие от других специальных видов туризма, охарактеризовать его классификационные признаки. Раскрыть предпосылки его развития в Украине для повышения туристической привлекательности страны.

Методика. Для исследования использованы такие методы, как системно-структурный, абстрактно-логический, анализ, синтез, обобщение, наблюдение, сравнение; классификационный и литературный

методы. Системно-структурный метод был использован для оценки возможности существования отечественных гостиниц, которые смогут предоставлять фототуристам такие услуги, как аренда специализированной фототехники, мастер-классы по пользованию фотоаппаратами, организация фототуров и другие. Благодаря абстрактно-логическому методу были раскрыты теоретические аспекты развития и функционирования фототуризма в Украине. Метод сравнения был использован для оценки ценовой политики цифровых и пленочных фотоаппаратов.

Результаты. Приведена классификация фототуров и специфические особенности фототуризма, которые отличают его от других видов туризма. Исследованы основные тенденции развития и популяризации фототуризма в мире и Украине. Проанализированы зарубежные фототуры и их специфика. Проведен опрос среди населения Украины в заинтересованности в гостиничных предприятиях, которые могут предоставлять услуги для фототуристов, организовывать туры и предлагать в аренду специализированную фототехнику. Предоставлена сравнительная оценка ценовой политики различного вида фототехники, которая может быть использована в фототурах, организованных гостиничным предприятием, специализирующимся на фототуризме. Проанализированы инновационные аспекты фототуризма, которые можно использовать на практике в отечественном гостиничном бизнесе. Приведенные примеры таких фототуристических регионов, как Черкасский, Прикарпатье, Закарпатье и Черниговский, которые свидетельствуют о потенциале Украины, как страны, что имеет возможность расширять свой туристический рынок.

Научная новизна. Научная новизна заключается в обосновании целесообразности создания отеля для фототуристов в Украине, как нового пути к популяризации фототуризма в гостиничной сфере страны. Фототуризм с применением пленочных фотоаппаратов является новейшим направлением в туристической сфере не только Украины, но и всего мира.

Практическая значимость заключается в том, что популяризация фототуризма может вывести отрасль на качественно новый уровень формирования туристического предложения и способствовать созданию современного конкурентоспособного туристического продукта.

Ключевые слова: фототуризм, фототур, фототехника, отель, пленочный фотоаппарат, цифровой фотоаппарат.

УДК 338.48-6:[379.825:77

Kalienik Iryna Oleksandrivna

Shydlovska Olena Bronislavivna,

PhD., Associate Professor

Ishchenko Tetiana Ivanivna,

PhD., Associate Professor

Dotsenko Viktor Fedorovich,

Doctor of Technical Sciences, Professor

National University of Food Technologies,

Kyiv, Ukraine, e-mail: kalenik1997@gmail.com

National University of Food Technologies,

Kyiv, Ukraine, e-mail: elena_shydlovska@ukr.net

National University of Food Technologies,

Kyiv, Ukraine, e-mail: ichenkotat@gmail.com

National University of Food Technologies,

Kyiv, Ukraine, e-mail: dotsvf@gmail.com

HOTEL FOR PHOTOTOURISTS - A MODERN TREND IN THE HOSPITALITY INDUSTRY

Purpose. To consider the concept of “phototourism”, to find out its essence and difference from other special types of tourism, to characterize its classification features. To reveal the prerequisites for its development in Ukraine to increase the tourist attractiveness of the country.

Methods. For research, methods such as system-structural, abstract-logical, analysis, synthesis, generalization, observation, comparison were used; classification and literary methods. The system-structural method was used to assess the possibility of the existence of domestic hotels that will be able to provide photo tourists with services such as renting specialized photo equipment, workshops on using cameras, organizing photo tours and others. Thanks to the abstract-logical method, the theoretical aspects of the development and functioning of phototourism in Ukraine were revealed. The comparison method was used to evaluate the pricing policy of digital and film cameras.

Results. The classification of photo tours and the specific features of phototourism, which distinguish it from other types of tourism, are given. The main trends in the development and popularization of phototourism in the world and Ukraine are investigated. Foreign photo tours and their specifics are analyzed. A survey was carried out among the population of Ukraine about their interest in hotel enterprises that can provide services for phototourists, organize tours and offer specialized photographic equipment for rent. A comparative assessment of the pricing policy of various types of photographic equipment is provided, which can be used in phototours organized by a hotel company specializing in phototourism. The innovative aspects of phototourism, which can be used in practice in the domestic hotel business, are analyzed. The given examples of such phototouristic regions as Cherkasy, Carpathian, Transcarpathian and Chernigov, which testify to the potential of Ukraine as a country that has the opportunity to expand its tourism market.

Scientific novelty. Scientific novelty lies in substantiating the feasibility of creating a hotel for phototourists in Ukraine, as a new way to popularize phototourism in the hotel industry of the country. Phototourism with the use of film cameras is the newest direction in the tourism sector not only in Ukraine, but throughout the world.

The practical significance lies in the fact that the popularization of phototourism can bring the industry to a qualitatively new level in the formation of tourism offers and contribute to the creation of a modern competitive tourism product.

Keywords: phototourism, phototour, photographic equipment, hotel, film camera, digital camera.

Постановка проблеми. Головною проблемою світу у сфері готельно-ресторанного бізнесу є велика конкуренція. Готелям стає дедалі важче відстоювати власні інтереси на ринку гостинності. У цьому випадку, не лише поліпшення якості обслуговування, але, насамперед, пропозиції надання незвичайних послуг зможуть виділити засіб розміщення серед тисяч інших. Інновації – є важливим аспектом у роботі готельно-ресторанного бізнесу. Чим частіше готельне підприємство дивує гостей нововведеннями, тим більшу відвідуваність воно має. Як правило, готелі намагаються досягти успіху за допомогою світових тенденцій. Останнім часом у світі набуває популярності такий вид туризму, як фототуризм. Фототуризм — це спеціалізований вид туризму, розрахований, в першу чергу, на створення сприятливих умов для проведення фотографічної зйомки [1]. Фототуризм дає можливість відкрити для туристів нові краєвиди, підвищити особистий фотографічний рівень, поповнити свої альбоми новими знімками. Фототуризм – це нове рішення для цілорічного туристичного сезону з низьким впливом на навколишнє середовище, це рішення, яке сприяє забезпеченню стійкого росту конкурентоспроможності туристичних напрямлень [2].

Аналіз останніх досліджень і публікацій. У наш час популяризація фототуризму відбувається через інтернет-ресурси професійних фотографів і компаній, які займаються організацією фототурів по всьому світу. До відомих українських компаній з впровадження фототуризму відносяться «Ftour», «Phototravel», «Accord tour» [3]. Дані фірми працюють над збільшенням напрямів виїзного фототуризму закордон, але, на жаль, не поширюють його на території нашої країни.

Постановка завдання. Завданням даного дослідження є з'ясування сучасного стану та перспектив розвитку фототуризму в Україні, обґрунтування доцільності створення вітчизняного готелю для фототуристів.

Виклад основного матеріалу дослідження. Фотографія притаманна будь-якому виду туризму, але особливість, яка вирізняє фототуризм серед інших видів туризму закладається в подорожі – створення високоякісних фотографій і підвищення майстерності фотозйомки. Фототуризм достатньо специфічний з точки зору планування та організації і має свої характерні особливості. Специфіка його проявляється у мотивації, сезонності, додаткових вимогах і організації супутніх заходів, а також у підборі спеціального спорядження в залежності від виду та місця проведення фототуру (рис.1).

Окрім специфічних особливостей, фототуризм має класифікацію, що базується на різних класифікаційних ознаках (рис.2).

Найважливішою ознакою будь-якого фототуру є тематика зйомки, яка визначається основним об'єктом зйомки. За тематикою фотозйомки поділяються на: пейзаж, портрет, архітектура, макро-, репортаж, вулична фотографія та фотополювання. Фототури-походи включають в себе не тільки зйомку історичних пам'яток та природи, а й розбиття табору. Фототури підвищеної комфортності – це ті, які характеризуються перебуванням туристів у найближчих від об'єктів зйомки населених пунктах. Фототури з академічним нахилом включають курс лекційних занять та практикумів. Важливими особливостями таких турів є ознайомлення із законами фотокомпозиції, розвиток у туристів уміння мислити неординарно, включення у тур екскурсій, що дозволяють краще пізнати історію та культуру місцевості, де планується фотозйомка. Фототур, заснований на спілкуванні з фотографом-наставником і групою мандрівників, має на меті отримання задоволення від подорожі, спілкування та фотографування. Одноденні фототури розраховані на те, що тур буде відбуватись в одному місті, у свою чергу, фототури з більшою кількістю днів характерні для довгої подорожі та зміни міст. Розподіл туристів за віковою категорією є важливим аспектом туру, адже молодіжні тури, як правило, розраховані на більшу кількість піших прогулянок, для середнього та похилого віку – на можливість більшу частину туру проїжджати [4].



Рис.1 - Специфічні особливості фототуризму



Рис.2 - Класифікація фототурів

Закордоном фототуризм є одним з популярних видів відпочинку. Приблизно 30 років тому він почав свій розвиток у Європі, яка найбільше підходить для тематичних зйомок. Так, наприклад, для Скандинавії характерний піший туризм з відвідуванням національних парків, таких як Сарек, Рондане, Абіску, Юре, Тіведен тощо; для Іспанії характерний екскурсійний туризм і відвідування таких об'єктів, як Національний парк Гауді, музей Сальвадора Далі; Греція відкрита для відвідування всесвітньовідомих визначних місць, таких як Акрополь, Метеори, Олімп, які є чудовим об'єктом для поєднання архітектурної та вуличної фотографії [6]. Фототури в Ізраїль, Марокко, Туніс,

Туреччину – привабливі з точки зору пейзажної та вуличної зйомки. Існують і екзотичні напрямки, до яких відносяться: Мексика, Куба, Перу, Японія, В'єтнам, Індія, Китай, Непал, в які відправляються, як правило, професійні фотографи, тому що дані країни є чудовим місцем для репортажної зйомки, якою через малий досвід не займаються фотографи-початківці. Досить затребуваними стали країни СНД і Східної Європи: Азербайджан, Грузія, Вірменія, Білорусь та Україна, які підходять для таких видів зйомки, як архітектурна та вулична [6]. Хоча фототуризм і є об'єднанням двох напрямків – професійної фотографії і туризму, але, насправді, це більш складний вид подорожей. При організації фототурів основні об'єкти, які цікавлять фотографа представлені у вигляді природних, історико-культурних і соціально-економічних туристично-рекреаційних ресурсів, які можуть бути пошкоджені або зовсім знищені в процесі використання. Тому, пріоритетом фототуризму є захист фототуристичних ресурсів і обережне ставлення до них. Фототуризм є видом туризму з низьким рівнем дії на навколишнє середовище і максимально непомітним перебуванням фототуристів, що навчаються роботі з фотографією [5]. Для того, щоб фототуристи перебували у комфортних умовах при виїздах на далекі відстані тривалістю від трьох днів, організатори бронюють номери у готелях тих міст, через які буде проходити тур. Але відсоток світових готелів, які спеціалізуються на фототуризмі дуже малий [5]. В Україні фототуризм лише починає свій розвиток, тому готелі, які могли б запропонувати перелік послуг для фототуристів, у нашій країні відсутні. Задля розуміння зацікавленості населення України у готелях зі спеціалізацією «фототуризм», було проведено опитування у соціальній мережі Facebook серед різних вікових груп населення (рис.3).

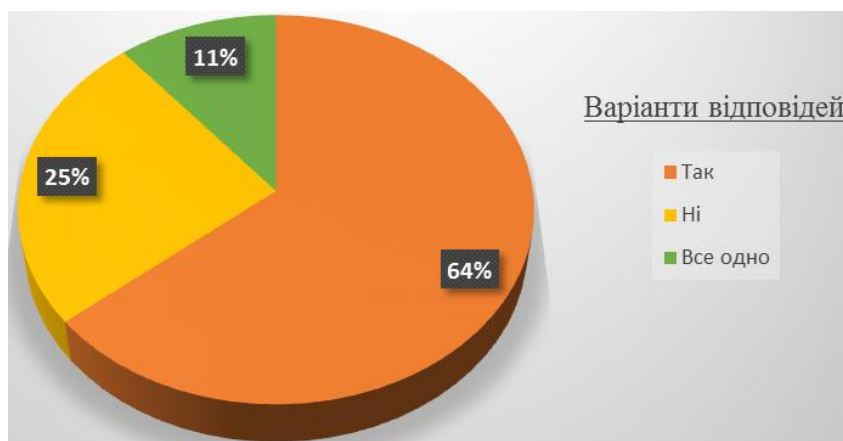


Рис.3 - Дослідження зацікавленості населення України у готелях із спеціалізацією «фототуризм»

Результати досліджень (рис.3) свідчать, що 64 % людей, які приймали участь в опитуванні, зацікавлені у тому, щоб Україна розширювала свої інноваційні можливості у готельній сфері і популяризувала фототуризм. При створенні готелю для фототуристів потрібно керуватись умовами, які будуть необхідні для організованої роботи засобу розміщення даного типу. До таких умов відносяться послуги з надання в оренду спеціалізованої фототехніки та вільний доступ до користування нею; організація фототурів різної складності та категорії, щоб кожен турист зміг обрати тур комфортний для себе; трансфер, завдяки якому група зможе пересуватись по запланованим містам; організація майстер-класів з експлуатації фототехніки та концепції обраного туру; місце знаходження готелю недалеко від місць проходження турів тощо. Якщо концепцією засобу розміщення для фототуристів буде передбачено надання в оренду гостям на час фототуру спеціалізованої фототехніки, то потрібно врахувати цінову політику даного обладнання, бо саме вартість фототехніки буде визначальною при плануванні операційних активів (ресурсів) готелю. Цифрова фотографія є невід'ємною частиною життя кожної сучасної людини і використовується, як ключовий елемент у фототуризмі. Туристи

подорожують з цифровою технікою, яка оновлюється один раз на рік і кожен раз відкриває їм нові можливості фотографії. Наразі, можна знайти величезну кількість різних видів цифрових фотоапаратів на будь-який смак та за різною ціною. Розвиток фототуризму у світі почав свій шлях саме завдяки тому, що продаж цифрових фотоапаратів став більш доступний для людей. Кожен виробник фототехніки розраховує термін придатності свого товару на такий проміжок часу, щоб споживач швидше замінив старий товар на новий. Саме тому, кожні 2-3 роки випускають нові моделі фотоапаратів, які іноді відрізняються від попередньої моделі двома-трьома новими функціями, але коштують вдвічі дорожче. Зважаючи на затребуваність цифрової фототехніки, нами були проведенні дослідження щодо її вартості. Дані різних інтернет-магазинів з продажу обладнання для фототуризму свідчать про те, що середня ціна одного дзеркального фотоапарату середньої цінової категорії з характеристиками, які підходять для роботи в умовах фото турів, складає 16 000 грн. [7]. Враховуючи те, що готель повинен мати обладнання для кожного гостя, то кількість фотоапаратів буде залежати від місткості засобу розміщення. Отже, витрати на обладнання будуть досить великі і зможуть окупитися за великий проміжок часу, адже новітнє обладнання досить швидко виходить з ладу і часто буде потребувати ремонту або оновлення. Виходом із цієї ситуації є інший вид фотоапаратів, з яких взагалі почалась ера фотографії – це плівкові фотоапарати. Принцип роботи плівкового фотоапарату полягає у тому, що світло проходить через діафрагму об'єктиву, після чого вступає в реакцію з певними хімічними елементами на плівці і зберігається на ній. В залежності від налаштувань об'єктиву, використання різного виду лінз, змін освітлення і вибору точки зйомки можна отримувати різні художні знімки. В основі такого фотоапарату закладене використання плівки – чутливої фотоемульсії [8]. Вперше в світі рулон фотоплівки запатентував засновник відомої американської компанії «Kodak» Джордж Істман в далекому 1889 році. Своєю головною метою Істман бачив повсюдне поширення фотографії, забезпечення її доступності для населення. Громіздкі фотоапарати того часу з фотопластинами з різних матеріалів не могли зробити фотографію доступною широкому колу людей. Але багато що змінилося саме в 1889 р., коли Істман представив публіці перший фотоапарат Kodak, який використовував рулонну плівку на 100 кадрів [9]. Перший комерційний плівковий фотоапарат продавався за 25 доларів США. Він виявився більш портативним і зручним у використанні, ніж існуючі на той момент фотокамери. Після того, як користувач «використовував» всю плівку, фотоапарат Kodak потрібно було повернути на завод в Рочестері. На підприємстві плівку проявляли і друкували фотографії. Потім фотокамеру заряджали новою плівкою і разом з готовими фотографіями повертали власнику. Коштувала ця робота 10 доларів США [10]. Вже через рік Істман випустив на ринок фотокамеру під брендом Kodak з плівкою, що мала вигляд котушки на 48 кадрів. Ці перші плівкові апарати серйозно вплинули на подальший розвиток у багатьох сферах за межами аматорської фотографії. Наприклад, в 1891 р. Томас Едісон, натхненний успіхом Kodak, створив першу кінокамеру. А вже через 5 років корпорація Kodak успішно продавала плівку зі спеціальною емульсією для здійснення кінозйомки [11]. Дослідження цінової політики даного виду фототехніки показали, що середня ціна одного плівкового фотоапарату складає від 200 до 400 грн. [12]. Отже, можна стверджувати, що даний вид техніки стане менш витратним, що є важливим аспектом при відкритті нового засобу розміщення. До того ж, спостерігаючи за розвитком тенденцій у фотографії – плівкова фотографія стала трендом 2018-2019 років і має велику популярність серед різних вікових груп населення. Таким чином, заміна цифрової фототехніки на плівкову дозволить знизити затрати при створенні належних умов функціонування готелю для фототуристів.

Аналіз туристично-рекреаційного потенціалу України показав, що Україна має достатню кількість регіонів, які можуть бути чудовим місцем для організації фототурів та популяризації фототуризму в цілому. До привабливих з точки зору фототуризму територій відноситься Черкащина з великими історико-культурними ресурсами, які можуть стати місцем для архітектурної, пейзажної та портретної фотозйомки. Так, м. Умань відоме туристам завдяки найпопулярнішому в Україні Національному дендропарку «Софіївка», у

с. Шевченкове знаходиться Національний заповідник «Батьківщина Тараса Шевченка» і т.д. Прикарпаття має неперевершені пейзажі, тому організація фототурів до різних міст даного регіону відкриватиме перед фототуристами чудові можливості для пейзажної зйомки. Цікавими з цієї точки зору можуть бути м. Вижниця, с. Виженка та Перевал Німчич. Приваблюватиме фототуристів і історична столиця Буковини м. Чернівці.

Для поєднання архітектурної, макро- та вуличної фотозйомки найбільше підходить Закарпаття. Найцікавіші об'єкти для даних фотозйомок знаходяться в Ужгороді (Миколаївська церква-ротонда), Мукачеве (замки XIV ст., Микільський монастир, дерев'яні церкви XV ст.), Хусті (руїни замку), Середньому Водяному (костели) тощо.

Чернігівщина відома великою кількістю унікальних пам'яток історії та архітектури Княжої та козацької доби, тому організація фототурів, наприклад, до Національного історико-культурного заповідника «Качанівка» може бути ідеальним варіантом для архітектурної зйомки. Якщо фототуристи мріють про загадкові місця для практики репортажної та вуличної зйомки, то гарним місцем є м. Прип'ять, в якому вже протягом 32 років немає мешканців. Отже, територія України має велику кількість привабливих з точки зору фотографічного мистецтва місць, які можуть конкурувати з закордонними. А це означає, що країна має перспективу для розвитку фототуризму та створення готельних підприємств для фототуристів.

Висновки. Нині фототуризм в Україні стає затребуваним видом туризму, так як з розвитком фототехніки зростає кількість людей, які захоплюються фотографією. Фототуризм є актуальним для туристів, охочих вдосконалити свої навички не тільки у світі цифрової, а і плівкової фотографії. Фототури поєднують у собі як активний відпочинок з прогулянками на свіжому повітрі, нові враження від екскурсійних об'єктів, так і вдосконалення фотографічної майстерності в компанії з однодумцями і професійними фотографами. При цьому, відмінною особливістю цього виду туризму є низький рівень його впливу на навколишнє середовище. Враховуючи популярність фотомистецтва та можливості туристично-рекреаційного потенціалу України вважаємо створення вітчизняного готелю для фототуристів доцільним.

Список використаних джерел

1. Бабкин В.А. Специальные виды туризма: Учебное пособие. – Ростов-на-Дону, 2008.
2. Биржаков М.Б. Специальные виды туризма. Конспект лекций. – СПб, 2011. – 70 с.
3. Фототури по Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ftour.com.ua>, <https://phototravel.com.ua>, <https://www.accordtour.com/fototur>.
4. Кіндрик Т.О. Інноваційна діяльність в туристичному господарстві України / Т.О. Кіндрик, О.М. Головінов // Матеріали конференції "Ефективні інструменти сучасних наук — 2010".
5. Гарбера О.Є. Основні теоретичні та практичні аспекти інноваційної діяльності в туристичному господарстві України / О.Є. Гарбера. — 2009. — № 23. — С. 29—31.
6. Національні парки Швеції [Електронний ресурс]. — Режим доступу: https://uk.wikipedia.org/wiki/Список_національних_парків_Швеції#Національні_парки
7. CanonEOS 2000D [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://rozetka.com.ua/ua/canon_2728c007aa/p61658924/
8. Ланський Є. М., Сичов В. Г. Вчись фотографувати. — Вид. 3-тє, випр. і доповн. — К.: Техніка, 2002. — 328 с.
9. Douglas Collins The Story of Kodak, Harry N Abrams; First Edition 1990
10. Kalton C. Lahue, Joseph A. Bailey, Glass, Brass, and Chrome: The American 35mm Miniature Camera, University of Oklahoma Press 2002
11. Brian Coe. Kodak Cameras (1988)
12. Інтернет-магазин плівкових фотоапаратів [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.instagram.com/35market.kyiv/>

References

1. Babkin V.A. Special types of tourism: Tutorial. – Rostov-on-Don, 2008
2. Birzhakov M.B. Special types of tourism: Lecture notes. – SPb, 2011. – 70 p.
3. Photo tours in Ukraine [Electronic resource]. – Access mode: <http://www.ftour.com.ua>, <https://phototravel.com.ua>, <https://www.accordtour.com/fototur>.
4. Kindryk T.O. Innovative activity in the tourism industry of Ukraine / T.O. Kindryk , O.M. Golovinov // Conference materials «Effective instruments of modern sciences - 2010».
5. Garbera O.E. Basic theoretical and practical aspects of innovation in tourism industry of Ukraine / O.E. Garbera. – 2009. - №23. – Pages 29-31.
6. National parks of Sweden [Electronic resource]. — Access mode: https://uk.wikipedia.org/wiki/Список_національних_парків_Швеції#Національні_парки
7. Canon EOS 2000D[Electronic resource]. – Access mode: https://rozetka.com.ua/ua/canon_2728c007aa/p61658924/
8. Lanskyii E.M., Sychoy V.G. Learn to take pictures. – Edition 3, Corrections and additions, - K: Technic, 2002 – 328 p.
9. Douglas Collins, The Story of Kodak, Harry N Abrams; First Edition edition (October 1990)
10. Kalton C. Lahue, Joseph A. Bailey, Glass, Brass, and Chrome: The American 35mm Miniature Camera, University of Oklahoma Press (April 15, 2002)
11. Brian Coe. Kodak Cameras (1988)
12. Online store of film camers [Electronic resource]. – Access mode:<https://www.instagram.com/35market.kyiv/>

Надійшла до редколегії 18.11.19

Рольська Роксолана Вікторівна

Національний університет харчових технологій, м. Київ, Україна

Шаран Лариса Олександрівна,

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

кандидат технічних наук, доцент

Бондар Наталя Петрівна,

Національний університет харчових технологій, м. Київ, Україна

кандидат технічних наук, доцент

Губеня В'ячеслав Олександрович,

Національний університет харчових технологій, м. Київ, Україна

кандидат технічних наук, доцент

ВПРОВАДЖЕННЯ СПЕЦІАЛІЗОВАНИХ РЕАБІЛІТАЦІЙНИХ ПОСЛУГ У ГОТЕЛІ СІМЕЙНОГО ТИПУ

Мета. Метою статті є обґрунтування доцільності впровадження спеціалізованих пакетів із реабілітаційними послугами для дітей, які мають особливі потреби у закладі гостинності сімейного типу. Адже статистика свідчить, що за останні роки в Україні та світі кількість випадків аутизму зростає.

Методика. В якості методичної основи даної роботи виступають роботи вітчизняних та закордонних науковців у сфері інклюзії, наукова періодика, ресурси мережі Інтернет. В методику входять статистичні дані Державної служби статистики України та ін., де відображено поширеність психофізичних захворювань та їх чисельність. Методика також включає роботи іноземних науковців про доведеність дієвості спеціальної дієти.

Результати. У результаті досліджень було проаналізовано світовий досвід щодо впровадження в Україні комфортних умов для реабілітації, а також відпочинку в закладах розміщення сімейного типу дітей з особливими потребами. Виявлено, що у нашій державі ще немає досвіду впровадження таких послуг у готелях. Було розроблено спеціалізовані послуги для дітей, які можуть бути реалізовані в інноваційному закладі розміщення. Результати допоможуть зрушити з місця проблему ефективної спеціалізованої реабілітації дітей з аутизмом у поєднанні з якісним відпочинком.

Наукова новизна. Визначено необхідність впровадження послуг для реабілітації дітей з особливостями розвитку. Систематизовано світовий досвід щодо впровадження в Україні комфортних умов для відпочинку та реабілітації у готельних комплексах дітей з аутизмом із аналізом наявних методів на можливість їхнього застосування в розвитку готельного бізнесу. Наведено спеціалізовані послуги, які сприятимуть підвищенню конкурентоспроможності закладу, а також дадуть змогу сім'ям з особливими дітьми якісно подорожувати, відпочивати та оздоровлюватись.

Практична значимість. Висвітлення проблеми надання спеціалізованих реабілітаційних послуг для дітей в Україні та розроблення практичних шляхів її вирішення покращить ситуацію на готельному ринку країни. Надалі розроблятимуться пакети послуг, які можуть застосовуватися у закладах гостинності спеціалістами для роботи з особливими дітьми. Це призведе до розробки оздоровчих програм для дітей, що передбачатимуть заняття зі спеціально підготовленим персоналом, тоді як батьки зможуть присвятити вільний час відпочинку на природі. Впровадження таких послуг сприятиме підвищенню свідомості суспільства, а також розвитку інклюзії.

Ключові слова: готель сімейного типу, спеціалізовані послуги, реабілітація, діти з особливими потребами.

УДК 649

Рольская Роксолана Викторовна

Национальный университет пищевых технологий, г. Киев, Украина

Шаран Лариса Александровна,

Национальный университет пищевых технологий, г. Киев, Украина, e-mail: Larisharan@ukr.net

кандидат технических наук, доцент

Бондарь Наталия Петровна,

Национальный университет пищевых технологий, г. Киев, Украина

кандидат технических наук, доцент

Губеня Вячеслав Александрович,

Национальный университет пищевых технологий, г. Киев, Украина

кандидат технических наук, доцент

ВНЕДРЕНИЕ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫХ РЕАБИЛИТАЦИОННЫХ УСЛУГ В ОТЕЛЕ СЕМЕЙНОГО ТИПА

Цель. Целью статьи является обоснование целесообразности внедрения специализированных пакетов с реабилитационными услугами для детей, имеющих особые потребности в заведении гостеприимства семейного типа. Ведь статистика свидетельствует, что за последние годы в Украине и мире количество случаев аутизма возрастает.

Методика. В качестве методической основы данной работы выступают работы отечественных и зарубежных ученых в сфере инклюзии, научная периодика, ресурсы сети Интернет. В методику входят статистические данные Государственной службы статистики Украины и др., где отражено распространённость психофизических заболеваний и их численность. Методика также включает работы иностранных ученых о доказанности действенности специальной диеты.

Результаты. В результате исследований был проанализирован мировой опыт относительно внедрения в Украине комфортных условий для реабилитации, а также отдыха в заведениях размещения семейного типа детей с особыми потребностями. Выявлено, что в нашем государстве еще нет опыта внедрения таких услуг в гостиницах. Был разработан специализированные услуги для детей, которые могут быть реализованы в инновационном учреждении размещения. Результаты помогут сдвинуть с места проблему эффективной специализированной реабилитации детей с аутизмом в сочетании с качественным отдыхом.

Научная новизна. Определена необходимость внедрения услуг для реабилитации детей с особенностями развития. Систематизированы мировой опыт относительно внедрения в Украине комфортных условий для отдыха и реабилитации в гостиничных комплексах детей с аутизмом с анализом имеющихся методов на возможность их применения в развитии гостиничного бизнеса. Приведены специализированные услуги, которые будут способствовать повышению конкурентоспособности заведения, а также позволят семьям с особыми детьми качественно путешествовать, отдыхать и оздоравливаться.

Практическая значимость. Освещение проблемы предоставления специализированных реабилитационных услуг для детей в Украине и разработки практических путей ее решения улучшит ситуацию на гостиничном рынке страны. В дальнейшем будут разрабатываться пакеты услуг, которые могут применяться в учреждениях гостеприимства специалистами для работы с особыми детьми. Это приведет к разработке оздоровительных программ для детей, предусматривающие занятия по специально подготовленным персоналом, тогда как родители смогут посвятить свободное время отдыха на природе. Внедрение таких услуг будет способствовать повышению сознания общества, а также развитию инклюзии.

Ключевые слова: гостиница семейного типа, специализированные услуги, реабилитация, дети с особыми потребностями.

UDC 649

Rol's'ka Roksolana Viktorovna
Sharan Larisa Aleksandrovna,
Candidate of Technical Sciences, Associate Professor
Bondar Natalya Petrovna,
Candidate of Technical Sciences, Associate Professor
Gubnya Vyacheslav Aleksandrovich,
Candidate of Technical Sciences, Associate Professor

National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine
National University of Food Technologies,
Kyiv, Ukraine, e-mail: Larisharan@ukr.net
National University of Food Technologies,
Kyiv, Ukraine
National University of Food Technologies,
Kyiv, Ukraine

INTRODUCTION OF SPECIALIZED REHABILITATION SERVICES IN THE FAMILY TYPE HOTEL

Purpose. The purpose of the article is to justify the feasibility of introducing specialized packages with rehabilitation services for children with special needs in a family-type hospitality establishment. Indeed, statistics show that in recent years in Ukraine and the world the number of cases of autism is increasing.

Methodology. The methodological basis of this work is the work of domestic and foreign scientists in the field of inclusion, scientific periodicals, Internet resources. The methodology includes statistical data of the State Statistics Service of Ukraine and others, which reflect the prevalence of psychophysical diseases and their number. The methodology also includes the work of foreign scientists on the evidence of the effectiveness of a special diet.

Results. As a result of the research, world experience was analyzed regarding the introduction in Ukraine of comfortable conditions for rehabilitation, as well as relaxation in institutions for placement of family-type children with special needs. It was revealed that in our country there is no experience in introducing such services in hotels. Specialized services for children have been developed that can be implemented in an innovative placement institution. The results will help move the problem of effective specialized rehabilitation of children with autism in combination with quality rest.

Scientific novelty. The necessity of introducing services for the rehabilitation of children with developmental disabilities is identified. The world experience is systematized regarding the introduction of comfortable conditions for rest and rehabilitation in hotel complexes of children with autism in Ukraine with an analysis of the available methods for the possibility of their application in the development of the hotel business. Specialized services are provided that will enhance the institution's competitiveness, as well as allow families with special children to travel, relax and improve their health.

Practical significance. Coverage of the problem of providing specialized rehabilitation services for children in Ukraine and the development of practical ways to solve it will improve the situation in the hotel market of the country. In the future, packages of services that can be used in hospitals by specialists for working with special children will be developed. This will lead to the development of wellness programs for children, involving classes

by specially trained personnel, while parents will be able to devote their free time to outdoor recreation. The introduction of such services will help to increase public awareness, as well as the development of inclusion.

Keywords: family-type hotel, specialized services, rehabilitation, children with special needs.

Постановка проблеми. У сучасному світі набирає актуальності проблема щодо задоволення потреб дітей з будь-якими особливостями розвитку і формування усіх можливих умов для забезпечення їх комфортної життєдіяльності. Однак, сфера гостинності відстає у цьому плані – на сьогодні в Україні відсутні готелі, які можуть надавати спеціалізовані послуги дітям з особливими потребами та послуги з розміщення їх сім'ям. Особливу увагу варто приділити дітям з аутизмом.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблема розладів аутистичного спектру у світовому та українському суспільстві досліджується вже давно. Багато закордонних та українських науковців, таких як Д. І. Шульженко, Ф. Аппе, М. М. Люблінг, Т. Пітерс, С. Барон-Кое, Є. Р. Баєнська, О. С. Нікольська, К. С. Лебединська, а також інші й досі займаються вивченням аутизму. Останні два сторіччя налічують велику кількість досліджень різного спрямування на дану тему [1, 2].

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Статистика свідчить, що за останні роки в Україні та світі кількість випадків аутизму зростає. Отже, з кожним роком стає все більше дітей, які мають цей розлад. Така поширеність викликає питання про забезпечення комфортних умов для відпочинку та реабілітації особливих дітей.

Такі діти замкнуті в собі і почувають себе краще, коли поряд з ними є знайомі люди – їх сім'я. А батькам, в свою чергу, зазвичай важко розлучатися із дитиною-аутистом. Такі сім'ї надають перевагу проводити свій вільний час вдома або недалеко від нього. Тому ми пропонуємо впровадити послуги з реабілітації особливих дітей у готель сімейного типу. Таким чином сім'я зможе повноцінно відпочити та оздоровитись, а особлива дитина додатково отримає необхідний їй догляд, реабілітацію та соціалізацію.

Постановка завдання. Завдання даної роботи полягає у аналізі, порівнянні та синтезі матеріалів щодо проблеми дослідження. Необхідно інтерпретувати отримані результати і базуючись на них розробити спеціалізовані послуги для дітей з аутизмом.

Виклад основного матеріалу. За даними Всесвітньої організації охорони здоров'я, існує від 93 мільйонів до 150 мільйонів дітей з обмеженими можливостями по всьому світу. Щороку більш ніж 400 дітей при народженні отримують діагноз «синдром Дауна» і станом на 2018 рік в Україні офіційно було зареєстровано більше ніж 15 тисяч людей, які мають даний синдром. Дитячий церебральний параліч мають понад 20 тисяч дітей. При цьому у 7% дітей в Україні є гіперактивність та синдром дефіциту уваги. Такі цифри показує офіційна статистика, що не може повністю відобразити реальну ситуацію, насправді ці дані значно вищі [3]. Повного статистичного державного обліку дітей з особливостями психофізичного розвитку немає. Причини наступні: міжвідомчі бар'єри, відсутність категоріальної класифікації, різні підходи до обліку, небажання батьків визнавати, що в їхньої дитини є порушення розвитку. Зважаючи на ці фактори, в Україні облік дітей з вадами психофізичного розвитку ведеться дещо поверхово. В статистиці враховуються тільки ті діти, які стоять на обліку в лікарні. Офіційний облік дітей з вадами психофізичного розвитку в Україні наступний:

- 1,5 % дитячої популяції (за даними Центру медичної статистики МОЗ України (рис. 1.) [4]);
- 12,2 % (за даними регіональних психолого-медико-педагогічних консультацій, станом на 2014 р.) [5].

Аналізуючи рис. 1.1. можна побачити, що найбільше дітей страждає дитячим церебральним паралічем – 13461. У 45% випадків хвороба проявляється у спастичній формі – веде до повного або часткового паралічу кінцівок. Серед усіх дітей з порушеннями слуху 9297 – діти з повною чи частковою глухотою, інші – діти зі зниженим слухом. Всього у 2018 році в Україні налічувалось 10223 дитини з вадами слуху. 5827 дітей з порушеннями зору було зафіксовано. Серед цих дітей 396 є повністю незрячими, а 761 мають часткову сліпоту. В Україні щорічно фіксуються 400-450 випадків синдрому

Дауна у дітей у віці до 1 року. У 2018 р. таких дітей налічувалось близько 4944. Зареєстровані розлади аутистичного спектру охоплювали 7658 дітей. Згідно досліджень, існує актуальна проблема постановки вчасного та правильного діагнозу.

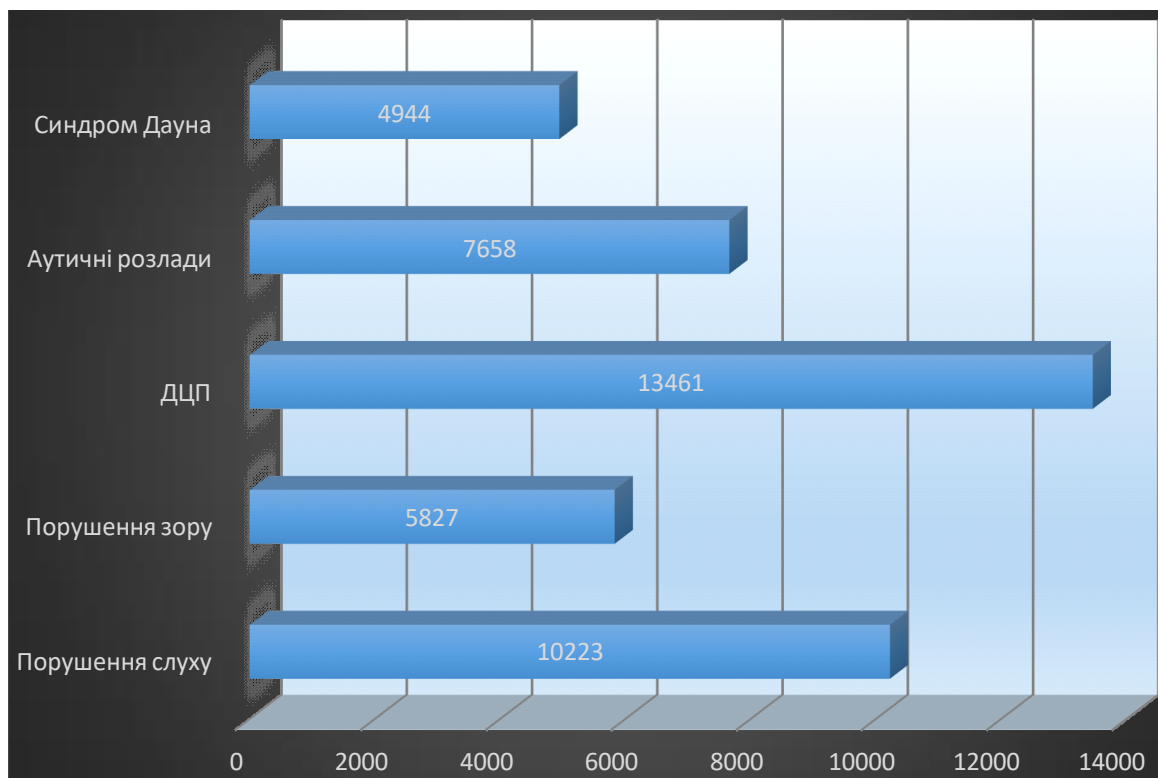


Рис. 1. Чисельність психофізичних захворювань у дітей віком до 16 років в Україні станом на 2018 рік

Великою проблемою сьогодення є поширення аутизму, а також відсутність у сучасних вітчизняних закладах розміщення спеціалізованих послуг для комфорту батьків та дітей з особливими потребами. Станом на 2018 рік в Україні офіційно зареєстровано понад 7,5 тисяч дітей, що мають діагноз «дитячий аутизм». Тобто, це майже 14 дітей на 100 тис. населення до 18 років.

Засновник фонду «Дитина з майбутнім», консул «Аутизм Європа» Інна Сергієнко зазначає, що «Реальні цифри – понад 75 тисяч дітей в Україні. І ці показники корелюються із світовою статистикою – понад 1% дітей (від загальної кількості у державі) мають аутистичний розлад. Українські батьки, які мають дітей з аутизмом, не доходять до неврологів, стикаючись у суспільстві зі стигмою. Навіть ті, які знають про цей діагноз у своєї дитини, не хочуть ставати на облік до неврологів. Тому офіційна статистика щодо показників дитячого аутизму в Україні – недійсна» [6].

В офіційній медицині немає хвороби, що має назву «аутизм». Спеціалісти зазначають, що у хвороби є початок і закінчення, тому не варто називати аутизм хворобою, бо він передбачає постійний стан. Найвдаліша назва цього стану – це розлад аутистичного спектру (далі РАС). «Це – психічне порушення із аномальною поведінкою і труднощами в соціальній взаємодії. Існує багато підтипів, на які найбільше впливає поєднання генетичних та екологічних факторів. До них входять синдром Каннера, синдром Аспергера, синдром Ретта, атиповий аутизм та дитячий дезінтегративний розлад» [7].

У вихованні дитини з аутизмом є чимало випробувань, але поїздка у відпустку не повинна бути одним із них. Нині все більше готелів прагнуть надати сім'ям з дітьми-аутистами розслаблюючий, безпечний та інклюзивний відпочинок, з підготовленим персоналом, спеціально обладнаними приміщеннями, особливими варіантами харчування

та зручностями в номерах, щоб перетворити подорожі на приємне і корисне проведення часу, а не на випробування на міцність.

Світовий досвід випереджає Україну в плані забезпечення комфортних умов для відпочинку та реабілітації дітей з аутизмом та їхніх сімей. В Україні таких закладів поки взагалі немає. Але й закладів готельно-ресторанного господарства в інших країнах, які надають відповідні послуги для сімей з особливими дітьми відносно мало. Наприклад, на островах Теркс і Кайкос, а також Ямаїці уже діють пляжні курорти для сімей з аутичними дітьми, а в Домініканській республіці, Флориді, Джефферсонвіллі та Торонто є готелі різних типів з такою спеціалізацією. Це одні з найвідоміших та найкращих так званих «autism-friendly» закладів розміщення у світі.

Термін «autism-friendly» означає, що в готелі є певні послуги або пакети послуг для дітей або дорослих людей з РАС. Тобто, сім'я або один із батьків може приїхати на відпочинок або у відрядження і взяти з собою аутичну дитину, не переймаючись за її дозвілля, харчування, соціалізацію чи реабілітацію. Це дуже актуально для батьків, які не хочуть розділяти роботу і спілкування зі своїми особливими дітьми. Це не вузькоспеціалізовані готелі, в них можуть зупинятись різні категорії населення.

Як правило, життєвий шлях сімей з особливими дітьми є емоційний та фінансово складним. Такі сім'ї переживають безліч емоцій при підтвердженні діагнозу, включаючи гнів, відчай і заперечення. Згодом приходить визнання, і тоді сім'я зосереджується на тому, щоб почати процес допомоги дитині з аутизмом у розкритті її повного потенціалу.

Більшість людей уже готові прийняти таких дітей і сприяти їх успішному зростанню та становленню як особистості: створюються приватні садочки, школи, центри реабілітації, різноманітні розвиваючі програми для дітей та тренінги для батьків. Однак, ще досі в Україні нема жодного спеціалізованого готелю, в якому б надавалися послуги для дітей з РАС та їхніх сімей. В Україні сім'ї з аутичними дітьми також прагнуть відпочивати, а натомість вимушені вдовольнятися стандартними пакетами послуг, які не передбачають догляд за особливими дітьми. Та найчастіше вони взагалі не зупиняються в готелях, щоб не привертати зайвої уваги. Необхідно змінити дану тенденцію і зробити відпочинок для батьків та реабілітацію для дітей з аутизмом перспективним напрямком розвитку сімейного відпочинку. Для вирішення цієї проблеми ми пропонуємо розробити та впровадити спеціальні реабілітаційні послуги для особливих дітей в готелі. Тоді все буде направлено на комфорт та розвиток дитини і відпочинок батьків: групові та індивідуальні розвиваючі заняття, послуги психолога, масажиста, зал для реабілітаційних занять, спеціальне планування та особливості інтер'єру номерів, здорове харчування, різноманітні пакети послуг тощо.



Рис. 2. Основні переваги готелю сімейного типу

Готель сімейного типу (рис. 2) є найбільш доцільним варіантом для впровадження спеціалізованих послуг для дітей з аутизмом, адже такі діти зазвичай більшість часу проводять у сім'ї і складно переживають зміну обстановки, розставання з рідними. Тому сімейні подорожі – це саме те, що потрібно для відпочинку та реабілітації сім'ям з особливими дітьми. Зважаючи на усі труднощі, сім'ї з особливими дітьми заслуговують на повноцінний відпочинок, де батьки зможуть набратися досвіду по догляду за дитиною-аутистом і на деякий час, переклавши свої щоденні трудові завдання на плечі спеціалістів, розслабитись. А дитина з аутизмом, натомість, потрапить у коло дітей зі схожими особливостями розвитку, де зможе в більшій мірі розкрити свої навички, соціалізуватися. Висококваліфіковані працівники в готелі допоможуть в цьому, а також у високоякісній реабілітації дитини. В такому готелі все буде направлено на комфорт та розвиток дитини і відпочинок батьків: групові та індивідуальні розвиваючі заняття, послуги психолога, масажиста, зал для реабілітаційних занять, екскурсійні маршрути, спеціальне планування та особливості інтер'єру номерів, великий акваріум, здорове харчування, різноманітні пакети послуг тощо.

У готелі сімейного типу послуги для дітей з РАС будуть представлені наступними позиціями:

- Спеціально розроблене безглютенове та безказеїнове меню. Доведено, що глютен та казеїн, які є в молочних та деяких злакових продуктах не повністю розкладаються у дітей-аутистів [8, 9]. Замість того, щоб засвоїтись, ці білки проникають у кров і діють, як ендорфіни. Як наслідок, з'являється дивна поведінка, гіперактивність, агресія і залежність від даних продуктів. Тому в нашому меню будуть відсутні страви чи вироби, що містять глютен та молочні продукти, натомість асортимент буде різноманітним, яскравим та не менш смачним за традиційний.

- Чайна карта з карпатськими оздоровчими чаями допоможе покращити імунітет.

- Пристрій для релаксу в кожному номері, три функції: нічник з різними кольорами; випромінювач білого шуму для швидкого заспокоєння; дифузор для ефірних олій.

- Заняття з дефектологом. Педагог допоможе визначити походження дефекту та виявити причинно-наслідкові зв'язки у розвитку психічних функцій дитини.

- Послуги ігрової кімнати зі спеціально підготовленими вихователями включатимуть дозвілля протягом певного часу і групові заняття з логопедом та психологом.

- Зал для занять адаптивною фізичною реабілітацією. Заняття в залі – важливий компонент реабілітації при різних порушеннях розвитку.

- Послуги масажного кабінету для покращення кровообігу, лімфообігу, а також обмінних процесів у м'язах, суглобах та тканинах, які їх оточують.

- Послуги магнітотерапії, ефективно впливають на зниження емоційного напруження та трофіку тканин, нормалізує сон, поліпшує кровообіг тощо.

- Арт-кабінет для занять творчістю, в якому діти та спеціалісти займатимуться арт-терапією, малюванням, музичною терапією, заняттями з ритміки.

Вище представлені послуги є основними, та не єдиними можливими. Окрім цих послуг, можуть надаватися послуги нутриціолога, який за результатами аналізів підбере оптимальний раціон харчування. Інтер'єр номерів максимально екологічний, меблі – ергономічні, без гострих кутів. Постільна білизна має оброблятися натуральними засобами без запаху.

Висновки. Як показує світовий досвід, autism-friendly готелі, що надають послуги чи пакети послуг для дітей з аутизмом, користуються популярністю, адже наразі вибір таких готелів обмежений, тоді як попит зростає. Таким чином, впровадження спеціалізованих реабілітаційних послуг для дітей з аутизмом у сімейних готелях є важливим та перспективним кроком у розвитку індустрії гостинності в Україні та світі.

Список використаних джерел:

1. Лебединська К.С., Никольская О.С. Диагностика раннего детского аутизма / К.С.Лебединская, О.С.Никольская. – М.: Просвещение, 1991.
2. Шульженко Д.І. Основи психологічної корекції аутистичних порушень у дітей / Д.І.Шульженко // Монографія. – К., 2009. – 385 с.

3. В Україні зростає кількість дітей з особливими потребами [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.obozrevatel.com/ukr/health/mamaclub/>
4. Центр медичної статистики МОЗ України. Статистичні дані [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://medstat.gov.ua/ukr/statdan.html>
5. Запровадження інклюзивної освіти [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.slideshare.net/svtovod/ss-40191081>
6. В Україні відсутня достовірна статистика щодо показників аутистичних розладів у дітей. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.ukrinform.ua/>
7. Діагноз країні: що таке аутизм [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://platfor.ma/topic/>
8. Безглютеновые диеты полезны для многих – не только для пациентов с целиакией [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://russian.mercola.com/>
9. Дієтичне втручання без глютену та казеїну в умовах аутичного спектру [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/>

Список использованных источников:

1. Лебединская К.С., Никольская О.С. Диагностика раннего детского аутизма / К.С.Лебединская, О.С.Никольская. - М.: Просвещение, 1991.
2. Шульженко Д.И. Основы психологической коррекции аутистических нарушений у детей / Д.И.Шульженко // Монография. - М., 2009. - 385 с.
3. В Украине растет количество детей с особыми потребностями [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.obozrevatel.com/ukr/health/mamaclub/>
4. Центр медицинской статистики МЗ Украины. Статистические данные [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://medstat.gov.ua/ukr/statdan.html>
5. Запровадження інклюзивного образования [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.slideshare.net/svtovod/ss-40191081>
6. В Украине отсутствует достоверная статистика по показателям аутистических расстройств у детей. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.ukrinform.ua/>
7. Диагноз стране: что такое аутизм [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://platfor.ma/topic/>
8. безглютеновые диеты полезны для многих - не только для пациентов с целиакией [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://russian.mercola.com/>
9. Диетическое вмешательство без глютена и казеина в условиях аутичного спектра [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/>

References

1. Lebedins'kaja K.S., Nikol'skaja O.S. Diagnosis of early childhood autism / K.S. Lebedinskaya, O.S. Nikolskaya. - М.: Education, 1991.
2. Shulzhenko D.I. Basics of psychological correction of autistic disorders in children / DI Shulzhenko // Monograph. - К., 2009. - 385 p.
3. The number of children with special needs is increasing in Ukraine [Electronic resource]. - Access mode: <https://www.obozrevatel.com/eng/health/mamaclub/>
4. Center for Medical Statistics of the Ministry of Health of Ukraine. Statistics [Electronic resource]. - Access mode: <http://medstat.gov.ua/eng/statdan.html>
5. Introduction of inclusive education [Electronic resource]. - Access mode: <https://www.slideshare.net/svtovod/ss-40191081>
6. Ukraine has no reliable statistics on the rates of autistic disorders in children. [Electronic resource]. - Access mode: <https://www.ukrinform.ua/>
7. Country Diagnosis: What Is Autism [Online Resource]. - Access mode: <https://platfor.ma/topic/>
8. Gluten-free diets are good for many - not just for patients with celiac disease [Electronic resource]. - Access mode: <https://russian.mercola.com/>
9. Dietary intervention without gluten and casein in the autism spectrum [Electronic resource]. - Access mode: <https://www.ncbi.nlm.nih.gov/>

Надійшла до редколегії 18.11.19

Велиева Гюнель

Бакинський державний університет, м. Баку, Азербайджан,
e-mail: res0980@mail.ru

ОСНОВИ СТВОРЕННЯ ТУРИСТИЧНИХ ТА РЕКРЕАЦІЙНИХ ЗОН

Постановка проблеми.: В статті розглядаються теоретико-методичні основи створення туристично-рекреаційних зон, критерії формування, вивчення природних, екологічних, культурних, соціально-економічних передумов, особливості управління, його паспортизація, формування центрів дестинації в складі рекреаційних зон. У формуванні туристично-рекреаційних зон Азербайджану вивчається природних, екологічних, соціально-культурних чинників, розробка стратегії розвитку, передумови створення центрів дестинаційного менеджменту. Крім того, в статті відображені створення регіональних дестинаційних центрів, ефективне використання існуючого потенціалу, удосконалення системи керування, які стимулюють розвиток різних видів туризму і загальний економічний розвиток. Формування зон відпочинку пов'язано з економічними і соціальними чинниками, оскільки вони розвиваються на основі використання наявних ресурсів. Рекреаційні системи являють собою складну форму соціально-економічної системи управління, яка включає в себе управління окремими підсистемами різних суб'єктів туризму в межах певного центру.

Мета дослідження.: Проаналізувати туристично-рекреаційні зони Азербайджану і дослідити теоретико-методичні основи створення туристично-рекреаційних зон.

Методи. У дослідженні використовувався метод порівняльно-історичних методів, статистика.

Висновки. Формуванні туристично-рекреаційних зон та передумови створення в їх складі центрів дестинації можна зробити наступні висновки: - Формування туристсько-рекреаційних зон ґрунтується на спільному використанні природних, екологічних, географічних і соціально-культурних ресурсів, що служить розкриттю привабливості території з точки зору туризму. - Паспортизація туристично-рекреаційних зон та критерії поділу дестинації проводяться з використанням ресурсного потенціалу, і за оцінкою інфраструктурних передумов, що сприяє формуванню центрів управління по дестинації. - Формування туристично-рекреаційних зон дає поштовх економічному розвитку регіонів, що сприяє освоєнню деяких дестинацій, охорони навколишнього середовища, поданням культурної спадщини як туристичного продукту.

Наукова новизна. У статті досліджується напрямки діяльності регіональних дестинаційних центрів і реалізація маркетингових стратегій в цій області. Тут були вивчені природні та екологічні особливості регіону і показані області застосування при формуванні невеликих спеціалізованих рекреаційних зон. Було також відзначено, важливість створення центрів дестинаційного менеджменту для захисту екологічного середовища території, запобігання деградації ландшафту.

Практичне значення. Природні туристичні ресурси привели до збільшення числа туристів, що виходять на перший план в попиті людей на туризм. Як видно з малюнка, природні туристичні ресурси відіграють роль в залученні туристів, що свідчить про важливість врахування видів природного туризму при складанні паспортів туристично-рекреаційних зон.

Ключові слова: рекреація, рекреаційні зони, екологія, рекреаційні ландшафти, дестинації, культурну спадщину, туристський ринок.

УДК: 379.85

Велиева Гюнель

Бакинский Государственный Университет, г. Баку, Азербайджан, e-mail:
res0980@mail.ru

ОСНОВЫ СОЗДАНИЯ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫХ ЗОН

Постановка проблемы. В статье рассматриваются теоретико-методические основы создания туристско-рекреационных зон, критерии формирования, изучение природных, экологических, культурных, социально-экономических предпосылок, особенности управления, его паспортизация, формирование центров дестинации в составе рекреационных зон. В формировании туристско-рекреационных зон Азербайджана изучается природных, экологических, социально-культурных факторов, разработка стратегии развития, предпосылки создания центров дестинационного менеджмента. Кроме того, в статье отражены создание региональных дестинационных центров, эффективное использование существующего потенциала, совершенствование управления, которые стимулируют развитие различных видов туризма и общее экономическое развитие. Формирование зон отдыха связано с экономическими и социальными факторами, поскольку они развиваются на основе использования имеющихся ресурсов. Рекреационные системы представляют собой сложную форму социально-экономической системы управления, которая включает в себя управление отдельными подсистемами различных субъектов туризма в пределах определенного центра.

Цель исследования. Проанализировать туристско-рекреационные зоны Азербайджана и исследовать теоретико-методические основы создания туристско-рекреационных зон.

Методы. В исследовании использовался метод сравнительно-исторических методов, статистика.

Выводы: Формировании туристско-рекреационных зон и предпосылках создания в их составе центров дестинации можно сделать следующие выводы: - Формирование туристско-рекреационных зон основывается на совместном использовании природных, экологических, географических и социально-культурных ресурсов, что служит раскрытию привлекательности территории с точки зрения туризма. - Паспортизация туристско-рекреационных зон и критерии деления дестинации проводятся с использованием ресурсного потенциала, и по оценке инфраструктурных предпосылок, что способствует формированию центров управления по дестинациям. - Формирование туристско-рекреационных зон дает толчок экономическому развитию регионов, что способствует освоению некоторых дестинаций, охране окружающей среды, представлению культурного наследия как туристского продукта.

Научная новизна: В статье исследуются направления деятельности региональных дестинационных центров и реализация маркетинговых стратегий в этой области. Здесь были изучены природные и экологические особенности региона и показаны области применения при формировании небольших специализированных рекреационных зон. Было также отмечено, важность создания центров дестинационного менеджмента для защиты экологической среды территории, предотвращения деградации ландшафта.

Практическое значение: Природные туристические ресурсы привели к увеличению числа туристов, выходящих на первый план в спросе людей на туризм. Как видно из рисунка, природные туристические ресурсы играют роль в привлечении туристов, что свидетельствует о важности учета видов природного туризма при составлении паспортов туристско-рекреационных зон.

Ключевые слова: рекреация, рекреационные зоны, экология, рекреационные ландшафты, дестинация, культурное наследие, туристский рынок.

UDC 379.85

Valiyeva Gunel

Azerbaijan Republic, Baku, e-mail: res0980@mail.ru

BASICS OF CREATING TOURIST AND RECREATIONAL ZONES

Problem statement: The article discusses the theoretical and methodological foundations of creating tourist and recreational areas, formation criteria, the study of natural, environmental, cultural, socio-economic prerequisites, management features, its certification, the formation of destination centers as part of recreational areas. In the formation of tourist and recreational zones of Azerbaijan, natural, environmental, socio-cultural factors, development strategy development, prerequisites for the establishment of destination management centers are studied. In addition, the article reflects the creation of regional destination centers, the effective use of existing potential, improved management, which stimulate the development of various types of tourism and general economic development. The formation of recreation areas is associated with economic and social factors, as they develop based on the use of available resources. Recreational systems are a complex form of socio-economic management system, which includes the management of individual subsystems of various tourism entities within a particular center.

The purpose of the study: To analyze the tourist and recreational areas of Azerbaijan and to study the theoretical and methodological foundations of the creation of tourist and recreational areas.

Methods The study used the method of comparative historical methods, statistics.

Results: The formation of tourist and recreational areas and the prerequisites for the establishment of destination centers in their composition can lead to the following conclusions: - The formation of tourist and recreational areas is based on the joint use of natural, environmental, geographical and socio-cultural resources, which serves to reveal the attractiveness of the territory from the point of view of tourism. - Certification of tourist and recreational areas and criteria for dividing the destinations are carried out using the resource potential and the assessment of infrastructure prerequisites, which contributes to the formation of control centers for destinations. - The formation of tourist and recreation zones gives an impetus to the economic development of the regions, which contributes to the development of certain destinations, environmental protection, and the presentation of cultural heritage as a tourist product.

Scientific novelty: The article explores the activities of regional destination centers and the implementation of marketing strategies in this area. Here, the natural and environmental features of the region were studied and areas of application for the formation of small specialized recreational zones were shown. It was also noted the importance of creating centers of destination management to protect the ecological environment of the territory, to prevent degradation of the landscape.

Practical relevance: Natural tourism resources have led to an increase in the number of tourists coming to the fore in the demand of people for tourism. As can be seen from the figure, natural tourism resources play a role in attracting tourists, which indicates the importance of taking into account the types of natural tourism when compiling passports of tourist and recreational areas.

Keywords: recreation, recreation zones, ecology, recreational landscapes, destination, cultural heritage, tourist market.

Постановка проблемы: Зоны туризма и рекреации считаются территориями с соответствующей инфраструктурой туризма, обеспечивающей развлечения, отдых, лечение и здоровье людей. Туристско-рекреационные зоны организуются в территориях, имеющих особые экологические, рекреационные, историко-культурные и культурные комплексы, а также в регионах, используемых для охраны окружающей среды, защиты национального и культурного наследия, образования и других целей. Туристические зоны отдыха являются территориями, которые способствуют социально-экономическому развитию регионов и имеют соответствующие руководящие органы. Формирование рекреационных зон связано с изучением и оценкой ресурсного потенциала туристических дестинаций. В связи с этим формирование рекреационных зон связано с услугами, предоставляемыми в различных туристических зонах. В дополнение к землям, предоставленным для постоянного использования туристических и рекреационных зон, также включены другие расположенные в границах зоны государственные земли, независимо от их назначения и правового режима. Это может также включать земельные участки, находящиеся на муниципальной или частной земле, без прекращения действия существующих прав на землю. В связи с этим в лесном фонде и на государственных землях создаются рекреационные зоны. Выбор указанных территорий, определение доступности рекреационных зон, создание центров дестинационного менеджмента отражают актуальность статьи.

Анализ последних исследований и публикаций: Можно также отметить роль зарубежных и местных специалистов в формировании туристско-рекреационных зон. Специалисты в этой области предложили ряд методологий и концепций. Согласно концепциям И.Мунтеля и К.Яту, курортный потенциал территории составляют ее природные, социальные, культурные и исторические ресурсы, которые определяют туристское предложение. В целом, во многих мнениях и суждениях по курортно-рекреационному потенциалу какого-либо района, туристский потенциал приравнивался к имеющимся туристским ресурсам.

В настоящее время в отношении понятия курортно-рекреационного потенциала имеются разные подходы. В.Глевен приурочивает курортно-рекреационный потенциал к нематериальным факторам. По его словам, для туристской деятельности характерна совокупность возможностей, обеспечивающих природной и социальной средой. К.М.Холл в качестве курортно-рекреационного потенциала основывался на базовые условия. Д.В.Николенко при оценке курортно-рекреационного потенциала считал необходимым учет климатических, ландшафтных и бальнеологических факторов.

В изучении курортно-рекреационных ресурсов можно отметить заслуги А.Дж.Эюбова, Б.А.Будагова, А.А.Салманов, Г.Б.Солтанова, В.С.Даргахова и других азербайджанских ученых. В прошлом проведен ряд исследовательских работ по изучению экономико-географических вопросов Азербайджана и его регионов, а также рекреационных ресурсов страны. В этом исследовании информация об общей картине развития туризма в Азербайджане основана на доступные природные и культурные ресурсы. В целом, в работах этих исследователей глубоко изложено развитие туризма Азербайджана, а также его отдельных экономических регионов на основе имеющихся природных и культурных ресурсов. В некоторых исследованиях вопросы развития туризма изучаются по экономическим районам Азербайджана или отдельному району, в других – приоритетные направления регионального туризма. Исследователи также изучали различные аспекты туризма в контексте социально-экономического развития отдельных городов и районов или экономического района. Несомненно, все эти научные исследования и работы служат важным источником для изучения проблем устойчивого развития туризма регионов страны, поскольку развитие различных видов туризма на какой-либо территории основывается на общие научные основы.

Цель исследования: Проанализировать туристско-рекреационные зоны Азербайджана и исследовать теоретико-методические основы создания туристско-рекреационных зон.

Изложение основного материала:

Формирование зон отдыха связано с экономическими и социальными факторами, поскольку они развиваются на основе использования имеющихся ресурсов. Рекреационные системы представляют собой сложную форму социально-экономической системы управления, которая включает в себя управление отдельными подсистемами различных субъектов туризма в пределах определенного центра.

В рекреационных зонах проявляются следующие характерные особенности [7]:

- *Отдыхающая группа туристов* имеет прямое отношение к рекреационной деятельности, являясь группой потребителей, использующих компоненты, характерные для этой деятельности. При этом основной координирующей особенностью является разделение сегментов потребителей по региональным, индивидуальным и возрастным признакам. Это определяется спросом на природные и антропогенные рекреационные комплексы.

- *Технические системы* включают координацию деятельности обслуживающего персонала и других организационных работ, связанных с рекреационной деятельностью. К техническим системам относится создание инфраструктуры в центрах отдыха, предоставление дополнительных технических услуг, а также предоставление технических услуг, связанных с безопасностью объектов размещения.

- *Система обслуживающего персонала* сочетает в себе предоставление и управление комплексными услугами с помощью имеющихся технических систем. Обслуживающий персонал обязан быть осведомленным о принципах технического обслуживания, гибко регулировать поток приезжающих туристов и постараться выполнять все заказы технических услуг клиентов.

- *Природные комплексы* составляют материальную базу рекреационной деятельности. Их привлекательность, устойчивость, комфортные характеристики влияют на формирование рекреационных систем.

- *Орган управления* отвечает за сбор данных, предоставление информации производителям и агентствам, занимающимся организацией отдыха, а также за оценку имеющихся ресурсов и потенциала, прогнозированию инвестиций. Вместе с этим, руководящий орган определяет норму использования природных ресурсов, а также внедрение централизованной системы безопасности.

Исследователи, занимающиеся рекреационными системами, большое внимание уделяют взаимодействию их подсистем, так как изменение одного объекта приводит к изменению другого. Рекреационная система формируется с учетом таких принципов, как целостность, динамичность, надежность, эффективность, иерархичность и др. Оценка функциональной эффективности рекреационных зон проводится в соответствии с внутренними и внешними критериями.

По мнению авторов концепции «рекреационная система», наземная рекреационная система представляет собой систему рекреации, характеризующаяся территориальной взаимосвязью ее элементов. При оценивании потенциала рекреационных зон самое ключевое значение имеет состояние использования природных рекреационных ресурсов. В настоящее время, несмотря на расширение в современном мире туристских потоков в различных направлениях, фактор наличия природных ресурсов туризма и экзотичных ландшафтов играет определяющую роль. Параметры оценивания в решении данного вопроса были эмпирически выявлены в течение достаточно длительного периода времени. В целом мнения большинства исследователей по вопросу ландшафтной экзотичности схожи, хотя полученные результаты отличаются, как изложены ниже[8]:

1. Помимо индивидуального пейзаже образующего значения ландшафта, эти факторы определяют также разнообразность внешнего ландшафта – характеристику вертикальной структуры пейзажа. В зависимости от горизонтального деления рельефа территория природные комплексов имеют определенное высотное разнообразие; намечается наличие или отсутствие пейзажных панорам, участки видимости и т.д. Как вертикальные, так и горизонтальные рельефные различия характеризуют контрастность местности, в целом формируя динамичность пейзажей. Увеличение площади территории

увеличивает ее привлекательность. Экспозиция склонов влияет на динамизм познания, что в свою очередь увеличивает привлекательность местности с точки зрения туризма.

3. Значение гидрологических объектов в значительной степени определяется их яркостью и привлекательностью. По мере уникальности и экзотичности гидрологических объектов, им отводится большая роль в формировании пейзажной значимости ландшафта. В горных районах, как правило, озера считаются естественным объектом притяжения. Туристов больше всего привлекает характер экзогенных процессов, происходящих в русле реки – наличие водопадов, перевалов, каньонов и т.д. Значимость особенностей, характеризующих сочетание водоемов с другими компонентами ландшафта (особенно рельефа), исследователями воспринимается как основной фактор при определении привлекательности объекта туризма.

1. Типичной методикой может считаться оценка, проводимая на основе эстетических особенности ландшафтов. Такая оценка ссылается на утверждение, что невозможно определить эстетическую характеристику природных комплексов на основе количественных показателей. Несмотря на недвусмысленный субъективный подход, положительная оценка качества пейзажа находит более широкое применение со стороны современной рекламной индустрии, которая поощряет инстинктивную привлекательность территорий среди потенциальных потребителей. Реклама продуктов и услуг часто может использовать характеристики пейзажей, ассоциирующихся с положительными эмоциями.

2. При оценке потенциала туризма какой-либо территории более объективными и надежными считаются социальные опросы. Тем не менее, проведение опросов обнаруживает различные категории рекреантов из-за ненадежности их точки зрения. Применение этого метода проблематично в связи с тем, что оно требует больших усилий и финансовых затрат.

В настоящее время разработка и совершенствование методов экспертной оценки является более важным направлением. Предпринимаются попытки установить совокупность объективности критериев оценки. С этой целью ландшафтов квалифицируют по степени их привлекательности.

Все соответствующие методики отражают два подхода [4]:

1. Методика оценивания одного из компонентов природного комплекса как основного показателя физиогномики ландшафта (в основном растительного покрова). Вместе с этим, оценивание живых организмов проводится для установления бонитета лесов. Поскольку преобладает экономическая модель оценки, математическое моделирование считается более предпочтительным, которое позволяет ссылаться на конкретные результаты, значимые с точки зрения развития туризма в регионе.

2. Методика оценивания эстетичности природных комплексных систем. Методы этого направления предлагают комплексный анализ эстетических особенностей пейзажей на основе нескольких параметров и качеств совместимости компонентов. В то же время с учетом рекреационной нагрузки освоение территории рассматривается в качестве основного критерия с точки зрения туризма.

При развитии рекреационных зон с учетом международного опыта изучается туристский потенциал и возможности использования территории в туризме. Развитие зон туризма и рекреации включает использование территорий, располагающих природные и культурные комплексы экологического, рекреационного, исторического и культурного значений, которые оснащены соответствующей инфраструктурой и обеспечивают развлечение, отдых, лечение и здоровье населения. В то же время к зонам туризма и отдыха относятся как экономическим субъектам, использующимся в целях сохранения природы, национального и культурного наследия, научного исследования, способствующего социально-экономическому развитию региона. Основной задачей является сохранение и восстановление объектов туризма, природных и культурных комплексов, а также создание инфраструктуры, соответствующего планам развития. Можно отметить опыт Чехии, где в рекреационных зонах в соответствии с ландшафтным планированием проводится проектирование, основанное на охране окружающей среды. В рекреационной зоне, располагающейся в районе Рудных Гор Чехии, развитие туристских

и (или) рекреационных объектов, а также объектов размещения и общественного питания с 2004 года проводилось по планированию, разработанного соответствующим исполнительным органом страны [5].

На основе вышеотмеченного опыта, необходимо создать рекреационные зоны в регионах страны с высоким туристским потенциалом на основе планирования, которые учитывали бы охрану окружающей среды.

В развитии туристских рекреационных зон важно учитывать следующие факторы [7]:

- Охрана окружающей среды и следование ландшафтному планированию. На основе охраны окружающей среды проводится планирование туристских объектов. Поэтому применение защитного режима специальных зон планирования видится важным с точки зрения проведения научных исследований.

- Обеспечение безопасности потребителей, пользующихся услугами рекреационных зон. При установлении туристских троп, создании охранных полос, участков пикников и туристских лагерей большое значение имеет выбор соответствующего места. В рекреационных зонах также важно создавать туристские полосы, дороги-маршруты использования транспортных средств и велосипедов.

- Создание соответствующей туристской инфраструктуры. Развитие инфраструктуры в туристско-рекреационных зонах проводится в основном в двух направлениях. Первое направление – это создание при государственной поддержке базовой инфраструктуры, которое включает территориальную организацию объектов коммунального хозяйства и социальной сферы, развитие различных под отраслей обеспечения населения. Больше значение имеет непосредственное участие субъектов государства и предпринимательства в развитии инфраструктуры транспорта, коммуникации и связи и т.д.

Вторым направлением является создание дополнительной инфраструктуры для туризма–планирование объектов проживания, развлекательных заведений, выделение участков для рекреационной деятельности и т.д. Важно учитывать экологические факторы при создании туристской инфраструктуры, соответствовать ландшафтному дизайну. Часто туристская инфраструктура эффективно организовывается в соответствии с окружающей средой благодаря совместному планированию (например, курорт–ландшафт, центр отдыха–экзотический ландшафт, объекты размещения–ландшафтный дизайн, лагерный туризм-места для пикника и т.д.).

- Обеспечение защиты природного и культурного наследия для устойчивого развития туризма. Устойчивое развитие туризма призвано обеспечить население возможностью удовлетворить собственные потребности в отдыхе и рекреации без угрозы потери этой возможности будущими поколениями. Устойчивое развитие туризма объединяет туристов, туристских объектов и поставщиков услуг, экологов, а также местных общин, стремящихся достичь более высокий уровень жизни благодаря туризму.

- Акцент на познавательную деятельность имеющегося потенциала в рекреационных зонах и проведение в этой связи рекламы. Здесь имеется в виду сегментация целевой аудитории, проведение исследования о качестве продукции, изучение ее рейтинга различными способами, анализ полученной информации, доклад полученных результатов и т.д. Помимо этого, в результате исследования определяется уровень развития туристских рекреационных зон, целевые группы, мотивы и ожидания. Важно проанализировать реальное восприятие кластеров зоны отдыха, описать сочетание их атрибутов, ценностей и сущности.

- Защита экологического баланса и учет рекреационной нагрузки путем развития видов туризма, напрямую связанных с природой. Подразумевается минимизация вредных веществ, бытовых и промышленных отходов, соблюдение стандартов качества, тем самым эффективное использование природных ресурсов.

- Создание туристского рынка, способного предоставлять конкурентоспособные туристские услуги всем слоям населения в зоне туристско-рекреационных зон. Привлекательное предложение в туристском секторе соответственно поощряет спрос.

Каждый регион туризма имеет сравнительное преимущество в силу своих природных характеристик, культурного наследия и инфраструктуры обслуживания. Целевые меры могут преобразить эти активы быстрее других секторов в конкурентное преимущество туристского сектора. Эти усилия включают в себя три ключевых фактора: предложение основных средств (например, транспортная связь, инфраструктура, безопасность и др.), привлекательные туристские предложения (пляжный отдых, парки развлечений и др.) и их успешная маркетинговая организация. Для реализации этих мероприятий большое значение имеют широкое проведение познавательных работ о туристских возможностях в стране и за ее пределами, сотрудничество с туроператорами на международном уровне и проведение различных мероприятий по поддержанию имиджа страны, а также обеспечение доступности турпродуктов в зонах отдыха и туризма [3].

– Развитие транспортных, коммуникационных и информационных средств с целью улучшения туристских услуг в рекреационных зонах. В связи с этим, необходимо улучшить транспортные связи в рекреационных зонах и предоставить высокоскоростные транспортные средства, подготовить турпакеты по краткосрочному и среднесрочному отдыху. В дополнение к ключевым стимулирующим механизмам в туризме, важно улучшить средства связи и информации для обеспечения регионального развития по специализированным видам туризма.

Управление туристско-рекреационными зонами включает осуществление государственного контроля туристской деятельности в этих зонах, госрегулирование туристической деятельности, а также руководство этой деятельностью. При этом отмеченная деятельность ни в коем случае не может способствовать ограничению прав над собственностью. Основным направлением управления туристско-рекреационными зонами является их распределение по секторам и применение здесь прямого управления. Исходя из международной практики, допускается применение отраслевого управления или привлечение субъектов внешнего предпринимательства.

Одним из основных направлений в планировании туристско-рекреационных зон является его паспортизация. Этот процесс предусматривает развитие туристской и (или) рекреационной зоны в течение определенного периода в соответствии с потенциалом местной территории, строительство различных учреждений и дорог, другие мероприятия, имеющие большое значение для развития района.

Паспорт планирования туристско-рекреационных зон включает предоставление туристских услуг (проживание, питание, транспорт, экскурсия, предоставление информации), развитие инфраструктуры, соответствующих стандартам, создание и расширение видов туризма, отвечающих потребностям туристского рынка. Устанавливаются направления финансирования развития и управления туристско-рекреационных зон, а также источники этого финансирования. Помимо этого, необходимо формировать конкурентную маркетинговую политику на современном рынке туризма, нацеленную на создание новых рабочих мест и улучшение социально-экономической ситуации в регионах[3].

Ключевыми вопросами успешного функционирования рекреационных зон на рынке являются следующее:

- спрос, конкуренты, постоянное изучение среды;
- мониторинг уровня услуг, предоставляемых отдыхающим в соответствии со спросом;
- целевые сегменты рынка и разумное выявление влияния на них всего комплекса, ритмичность в ценообразовании;
- основательный пиар продукта туристско-рекреационных зон с предварительным изучением.

Все это должно учитываться при паспортизации зон отдыха, который требует координацию работы сферы услуг. Маркетинговая роль рекреационной зоны характеризуется двойной функцией: с одной стороны, она определяется ролью рекреационной зоны как торгового агента по продаже для всех организационных единиц, с другой же стороны рекреационные зоны выступают в качестве участников рынка. Тем

самым, маркетинговые подразделения представляют не только рекреационные зоны на рынке, но и выступают вместе с различными туристскими организациями.

Паспорта рекреационных зон в основном основаны на определении потребностей туристов.

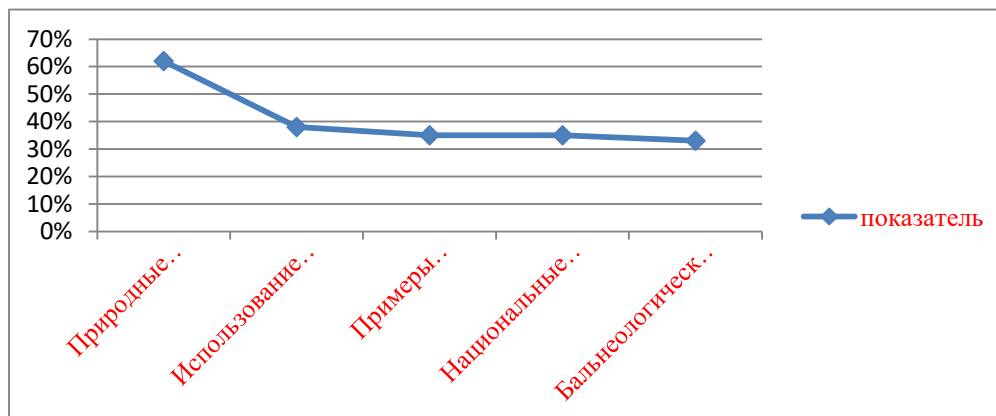


Рис. 1. Группировка туристического спроса в рекреационно-туристических зонах по различным ресурсам [2]

Природные туристические ресурсы привели к увеличению числа туристов, выходящих на первый план в спросе людей на туризм. Как видно из рисунка, природные туристические ресурсы играют роль в привлечении туристов, что свидетельствует о важности учета видов природного туризма при составлении паспортов туристско-рекреационных зон.

Паспорт каждой туристско-рекреационной зоны должен включать существующие объекты туристского обслуживания, транспортные пути, пешеходные маршруты, а также маршруты транспортных средств. Паспорт рекреационных зон содержит информацию о распределении, особенностях и основных правилах использования ресурсов. Классификация, распространение и значение существующих рекреационных ресурсов бывают доступными в отдельных картотеках.

Паспорт зоны отдыха содержит не только информацию о туристских объектах, но также и предложенные картосхемы турмаршрутов. В нем информация об услугах излагается четко. На этой основе туристам предоставляется полная информация.

Развитие туристско-рекреационных зон в Азербайджане предусмотрено стратегической дорожной картой, принятой в 2016 году. Достижение целей и успешная реализация приоритетов зависят от целевого подхода к развитию сектора. Кроме того, необходимо формировать эффективное управление регионами в соответствии с ускоренным развитием регионов. Необходимо принять специальные меры с учетом географического положения каждого региона [2].

Выводы: Создание туристско-рекреационных зон обеспечит защиту окружающей среды и культурного наследия, комплексное и эффективное использование туристского потенциала региона, создание благоприятных условий для инвестиций, создание новых рабочих мест в регионах, повышение качества услуг, полный сбор статистической информации о туризме, меры управления, регулирования и координации, а также создание разнообразной и качественной инфраструктуры, отвечающей современным стандартам.

В создании туристско-рекреационных зон вместе учитываются природно-географические условия, экологическая среда, инфраструктура, социально-культурные факторы. Поэтому формирование туристско-рекреационных зон дают возможность создания дестинационных центров менеджмента (ДЦИ) в различных регионах. Создание данных центров в рекреационных зонах Азербайджана планируется Государственным Агентством по туризму. Учитывая выше сказанное о формировании туристско-рекреационных зон и предпосылках создания в их составе центров дестинации можно сделать следующие выводы:

— Формирование туристско-рекреационных зон основывается на совместном использовании природных, экологических, географических и социально-культурных ресурсов, что служит раскрытию привлекательности территории с точки зрения туризма.

— Паспортизация туристско-рекреационных зон и критерии деления дестинации проводятся с использованием ресурсного потенциала, и по оценке инфраструктурных предпосылок, что способствует формированию центров управления по дестинациям.

— Формирование туристско-рекреационных зон дает толчок экономическому развитию регионов, что способствует освоению некоторых дестинаций, охране окружающей среды, представлению культурного наследия как туристского продукта.

Список использованных источников

1. Большаник П.В. Рекреационная география. Учебное пособие. Омск, 2003. 328 с.
2. Даргяхов В.С. Рекреационно-туристские ресурсы. Баку. «МВМ» 2008, 214 с.
3. Образцовое положение о туристских и рекреационных зонах. Указ Президента Азербайджанской Республики. Баку 2008. Сборник Законодательства Азербайджанской Республики. II том. Баку «Евразийская пресса», 2011.
4. Решение Кабинета Министров Азербайджанской Республики в Азербайджанской Республики о создании Хызы-Хачмазской, Губинской, Гусарской туристско- рекреационных зон, №286 г. Баку от 01 августа 2016 г. Сборник Законодательства Азербайджанской Республики. XI том, Баку: «Евразийская пресса», 2017.
5. Стратегическая Дорожная Карта по развитию специализированной туристской индустрии в Азербайджанской Республике. Сборник Законодательства Азербайджанской Республики XI том Баку «Евразийская пресса», 2017.
6. Солтанова Г.Б. Развитие туризма в Азербайджанской Республике. Монография. Издательство АТУ. Баку, 2015, 475 с.
7. Кусков А.С., Голубева В.Л., Одинцова Т.Н. Рекреационная география. М.: «Флинта», 2005, 496 с.
8. Хусейновна Д.К. Организационные и управленческие ресурсы повышения рекреационного потенциала лечебно-оздоровительного туризма в России. Пятигорск-2014, 286 с.
9. <http://www.mct.gov.az>

References

1. Bolshanik P.V. Rekreatsiyonnaya geografiya. Uchebnoye posobie. Omsk, 2003. 328 s.
2. Dargjahov V.S. Rekreatsiyanno-turistskie resursy. Baku. «MVM» 2008, 214 s.
3. Obratcovoye polozheniye o turistskiy i rekreatsiyennykh zonakh. Ukaz Prezidenta Azerbaydzhanskoj Respubliki. Baku 2008. Sbornik Zakonodatel'stva Azerbaydzhanskoj Respubliki. II tom. Baku «Evrazijskaya pressa», 2011.
4. Resheniye Kabineta Ministrov Azerbaydzhanskoj Respubliki v Azerbaydzhanskoj Respubliki o sozdaniy Hyzy-Hachmazskoj, Gubinskoj, Gusarskoj turistsko- rekreatsiyennykh zon, №286 g. Baku ot 01 avgusta 2016 g. Sbornik Zakonodatel'stva Azerbaydzhanskoj Respubliki. XI tom, Baku: «Evrazijskaya pressa», 2017.
5. Strategicheskaya Dorozhnaya Karta po razvitiyu specializirovannoy turistskoj industrii v Azerbaydzhanskoj Respublike. Sbornik Zakonodatel'stva Azerbaydzhanskoj Respubliki XI tom Baku «Evrazijskaya pressa», 2017.
6. Soltanova G.B. Razvitiye turizma v Azerbaydzhanskoj Respublike. Monografiya. Izdatel'stvo ATU. Baku, 2015, 475 s.
7. Kuskov A.S., Golubeva V.L., Odincova T.N. Rekreatsiyonnaya geografiya. M.: «Flinta», 2005, 496 s.
8. Huseynovna D.K. Organizatsionnye i upravlencheskie resursy povysheniya rekreatsiyonnogo potentsiala lechebno-ozdorovitel'nogo turizma v Rossii. Pjatigorsk-2014, 286 s.
9. <http://www.mct.gov.az>

Надійшла до редколегії 26.11.19

<https://doi.org/10.17721/2308-135X.2019.52.33-44>
УДК 379.85:642.5(477.41/42)

Нестерчук Інна Костянтинівна,
кандидат географічних наук, доцент

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

ОЦІНКА ТА ОСНОВНІ ЕТАПИ ФОРМУВАННЯ ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНОГО ТА ГАСТРОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛІВ РЕГІОНУ В КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ

В статті розглянуто регіональний рекреаційно-туристичний і гастрономічний потенціали, як важливі елементи розвитку Правобережного Полісся.

Мета. Найменш вивченій проблемі оцінки гастрономічного потенціалу Правобережного Полісся приділено в роботі центральне місце. Розвиток гастрономічних символів дає основу для подальшого збільшення потоків внутрішнього і в'їзного туризму, збільшення привабливості туристської дестинації, підвищення іміджу регіону та популяризації місцевих продуктів.

Методика. З'ясування методології комплексного оцінювання рекреаційно-туристичного потенціалу, спиралося на наукові напрацювання З. Герасимчука, М. Глядіна, Ю. Гуменюка, О. Бейдика, І. Бережної, В. Безносюк, І. Зелінського, Н. Коленди, О. Любіцева В. Мацола, Н. Нудельмана, В. Руденка, Л. Черчика, Ю. Шабардіна, Е. Щепанського.

Результати. Узагальнено поняття та зміст категорії «туристично-рекреаційний потенціал» і визначено поняття «гастрономічний потенціал». Для розвитку туризму в будь-якому регіоні необхідно мати достовірну інформацію про туристичні ресурси даного регіону, тому потрібно провести гастрономічно-туристичне районування регіону.

Наукова новизна. Запропоновано авторське бачення покопонентної оцінки гастрономічного потенціалу території регіону у сфери туризму та рекреації. Тим не менше для визначення необхідності розвитку гастрономічного туризму на будь-якій території недостатньо мати тільки атрактивні туристські об'єкти. Іншими словами, гастрономічний потенціал містить у собі як сукупність природних та історико-культурних чинників, так і умови для прийому і обслуговування туристів. Проведено картографування гастрономічного потенціалу та виокремлено гастрономічні фестивалі як події масштабного туристичного значення на теренах Правобережного Полісся, що буде необхідно для проведення гастрономічно-туристичного районування.

Практична значимість. Нові тенденції соціально-економічного розвитку країни пропонують набагато інше, більш відповідальне відношення до формування регіонального рекреаційно-туристичного потенціалу і гастрономічного зокрема та регіонального туристичного (гастрономічного) продукту. А також потребують проведення комплексної оцінки туристично-рекреаційного і гастрономічного потенціалів окремого регіону, визначення їх регіональної специфіки і перспектив використання. В епоху глобалізації і космополізації світу використання автохтонної гастрономії як інструменту для створення гастрономічного продукту, яка здатна пробудити цікавість до нових відчуттів у туристів, які намагаються пізнати історію, традиції, культуру та спосіб життя етносів, які населяють досліджувану територію.

Ключові слова: методика, оцінка, туристично-рекреаційний і гастрономічний потенціали, Правобережне Полісся, гастрономічний туризм.

УДК 379.85:642.5(477.41/42)

Нестерчук Інна Константиновна,
кандидат географических наук, доцент

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

ОЦЕНКА И ОСНОВНЫЕ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО И ГАСТРОНОМИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛОВ РЕГИОНА В КОНТЕКСТЕ РАЗВИТИЯ ГАСТРОНОМИЧЕСКОГО ТУРИЗМА

В статье рассмотрены региональный рекреационно-туристический и гастрономический потенциалы, как важные элементы развития Правобережного Полесья.

Цель. Наименее изученной проблеме оценки гастрономического потенциала Правобережного Полесья уделено в работе центральное место. Развитие гастрономических символов дает основу для дальнейшего увеличения потоков внутреннего и въездного туризма, увеличение привлекательности туристской дестинации, повышение имиджа региона и популяризации местных продуктов.

Методика. Выяснение методологии комплексной оценки рекреационно-туристического потенциала, опиралось на научные наработки С. стало, М. Глядина, Ю. Гуменюка, А. Бейдик, И. Бережной, В. Безносюк, И. Зелинского, Н. Коленды, А. Любицева В. Мацола, Н. Нудельмана, В. Руденко, Л. Черчик, Ю. Шабардина, Э. Щепанского.

Результаты. Обзор понятие и содержание категории «туристско-рекреационный потенциал» и

определено понятие «гастрономический потенциал». Для развития туризма в любом регионе необходимо иметь достоверную информацию о туристических ресурсах данного региона, поэтому нужно провести гастрономически-туристическое районирование региона.

Научная новизна. Предложено авторское видение покопонентной оценки гастрономического потенциала территории региона в сфере туризма и рекреации. Тем не менее для определения необходимости развития гастрономического туризма на любой территории недостаточно иметь только аттрактивные туристские объекты. Иными словами, гастрономический потенциал включает в себя как совокупность природных и историко-культурных факторов, так и условия для приема и обслуживания туристов. Проведено картографирование гастрономического потенциала и выделены гастрономические фестивали как события масштабного туристического значения на территории Правобережного Полесья, что будет необходимо для проведения гастрономически-туристическое районирование.

Практическая значимость. Новые тенденции социально-экономического развития страны предлагают гораздо иное, более ответственное отношение к формированию регионального рекреационно-туристического потенциала и гастрономического в частности и регионального туристического (гастрономического) продукта. А также требуют проведения комплексной оценки туристско-рекреационного и гастрономического потенциалов отдельного региона, определение их региональной специфики и перспектив использования. В эпоху глобализации и космополитизации мира использования автохтонной гастрономии как инструмента для создания гастрономического продукта, которая способна пробудить интерес к новым ощущениям у туристов, которые пытаются познать историю, традиции, культуру и образ жизни этносов, населяющих исследуемую территорию.

Ключевые слова: методика, оценка, туристско-рекреационный и гастрономический потенциалы, Правобережное Полесья, гастрономический туризм.

UDC 379.85:642.5(477.41/42)

Nesterchuk Inna Konstantinovna,
Candidate of Geographical Sciences, Associate Professor

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

EVALUATION AND MAIN STAGES OF FORMATION OF TOURIST-RECREATIONAL AND GASTRONOMIC POTENTIALS OF THE REGION IN THE CONTEXT OF DEVELOPMENT OF GASTRONOMIC TOURISM

The article considers regional recreational-tourist and gastronomic potentials as important elements of the development of the Right-bank Polissya.

Goal. The central place in the work is paid to the least studied problem of estimating the gastronomic potential of the Right-bank Polissya. The development of gastronomic symbols provides the basis for a further increase in the flow of domestic and inbound tourism, increasing the attractiveness of the tourist destination, enhancing the image of the region and promoting local products.

Methodology. The clarification of the methodology of integrated assessment of the recreational and tourist potential was based on the scientific developments of Z. Herasymchuk, M. Hliadin, Y. Humeniuk, O. Beidyk, I. Berezhna, V. Beznosiuk, I. Zelinskyi, N. Kolenda, V. Matzal, N. Nudelman, V. Rudenko, L. Cherchyk, Y. Shabardin, E. Schepanskyi.

Results. The concept and content of the category «tourist-recreational potential» are generalized and the notion «gastronomic potential» is defined. For the development of tourism in any region, it is necessary to have reliable information about tourist resources of the region, therefore, the gastronomy, tourist zoning of the region was carried out.

Scientific novelty. The author's vision of the seamless assessment of the gastronomic potential of the region territory in the sphere of tourism and recreation is proposed. Nevertheless, to determine the necessity of the development of gastronomic tourism in any territory it is not enough to have only attractive tourist objects. In other words, the gastronomic potential includes a combination of natural and historical-cultural factors, as well as conditions for the reception and maintenance of tourists. Gastronomic potential mapping was conducted and gastronomic festivals were highlighted as events of large-scale tourist importance in the Right-Bank Polesie, which will be necessary for gastronomic and tourist zoning. Practical significance. New trends in socio-economic development of the country offer a much different, more responsible attitude to the formation of regional recreational and tourist potential and gastronomic in particular and regional tourist (gastronomic) product. It also requires a comprehensive assessment of the tourist-recreational and gastronomic potentials of a particular region, identifying its regional specificity and prospects for use.

Key words: methodology, assessment, tourist-recreational and gastronomic potentials, Right-bank Polissya, gastronomic tourism.

Вступ. Правобережне Полісся, виступаючи як самостійне регіональне утворення, володіючи специфічними природними, культурно-історичними та соціально-економічними умовами і ресурсами, може розглядатися як окремий туристично-

рекреаційний регіон.

На сьогоднішній день рівень розвитку туристичної індустрії в різних регіонах світу вкрай різниться, і тому є кілька важливих причин: по-перше, різний рівень соціально-економічного розвитку конкретної дестинації, по-друге, відмінності в природних особливостях регіону і його історико-культурну спадщину. Всі перераховані вище фактори складають такі фундаментальні для даної роботи поняття як: туристично-рекреаційний та гастрономічний потенціали території. І саме те, в якому обсязі ці потенціали використовується, визначає ступінь освоєння туристично-рекреаційного й гастрономічного потенціалів регіону. Чим він більший, тим більшими туристично-рекреаційними ресурсами володіє відповідна територія, дестинація. А обсяг туристично-рекреаційного і гастрономічного потенціалів прямим чином позначається на величині туристського потоку.

Постановка проблеми. На сьогоднішній день гостро виражена конкуренція між туристичними регіонами України, багато з яких потребують демонстрації своїх найбільш вигіршних конкурентних характеристик та формування позитивного іміджу. Зважаючи на це зростає інтерес до комплексного оцінювання рекреаційно-туристичного та гастрономічного потенціалів територій, в тому числі за рахунок гастрономічних туристичних брендів. Розвиток гастрономічних символів дає основу для подальшого збільшення потоків внутрішнього і в'їзного туризму, збільшення привабливості туристської дестинації, підвищення іміджу регіону та популяризації місцевих продуктів.

Аналіз останніх публікацій. Дослідженням оцінки туристично-рекреаційного потенціалу займалися такі вчені як, З. Герасимчук, М. Глядіна, Ю. Гуменюк, О. Бейдик, І. Бережна, В. Безносюк, М. Божко, І. Зелінський, І. Зоріна, В. Квартальнов, Н. Коленда, О. Любіцева, В. Мацола, Т. Ніколаєнко, Н. Нудельман, В. Руденко, К. Ситкова, Р. Хабенко, Л. Черчик, В. Чижова, Ю. Шабардіна, Е. Щепанський та інші.

Наробки в площині гастрономічного туризму озвучені зарубіжними вченими М. Hall, L. Sharples, R. Mitchell, N. Macionis, B. Cambourne, Sajna S. Shenoy, M. Kavaratzis, G. Ashworth, L. Long, C. Hirst, R. Tresidder, E. Wolf

Моніторинг наукових праць з гастрономічного потенціалу виявив побіжний дотик до цієї проблеми, що є наразі вкрай актуально для конкретного регіону, а саме розвитку гастрономічного туризму на теренах Правобережного Полісся.

Метою даної статті є проведення комплексних аналітичних досліджень, що стосуються кількісної оцінки гастрономічного потенціалу регіону (ГП), шляхом використання різноманітних методичних підходів та візуалізація гастрономічно-туристично-рекреаційного районування регіону. Реалізувати поставлену мету можливо за умови послідовного вирішення таких завдань: оцінити туристично-рекреаційний і гастрономічний потенціал фізико-географічних районів для визначення пріоритетних напрямків розвитку гастрономічного туризму; провести гастрономічно-туристично-рекреаційне районування регіону; визначити напрями вдосконалення функціональної і територіальної структур Правобережного Полісся.

Виклад матеріалу дослідження. Джерелом отримання прибутку у сучасних економічних реаліях може виступати гастрономія, яка використовується в практиці гастрономічного туризму. Гастрономія – це магніт для величезного обсягу туристів, який акумулює різноманіття культурних, соціокультурних, етнічних, ідентифікаційних рис регіону. В епоху глобалізації і космополізації світу використання автохтонної гастрономії як інструменту для створення гастрономічного продукту, яка здатна пробудити цікавість до нових відчуттів у туристів, які намагаються пізнати історію, традиції, культуру та спосіб життя етносів, які населяють досліджувану територію. Зміцнення стабільності та сталого розвитку територій Правобережного Полісся спирається на фактор гастрономії, що впливає на туристичні і фінансові потоки, Основою гастрономічного туризму є оцінка туристично-рекреаційного і гастрономічного потенціалів із подальшим гастрономічно-туристично-рекреаційним районування регіону. Тим більше що цьому питанню на сьогоднішній день в науковій літературі приділяється порівняно мало уваги. Епоха Великих географічних відкриттів стала відправною точкою для знайомства з

гастрономічними вподобаннями різних народів та окреслила шляхи розвитку світової торгівлі. «Економіка вражень» (нім. Die Erlebniswirtschaft) на сьогодні у повній мірі спирається на гастрономічну складову, яка виступає успішним фактором, що визначає внутрішні і в'їзні туристичні потоки.

Асоціативно гастрономію ми розділяємо на продукт і напій. Тобто сировина, з якої виготовляють страви та напої, на відміну від кулінарії, яка включає тільки переробку сировини. А кожен етнос має свої властиві способи кулінарної обробки продуктів харчування, які маркують територію його проживання. Отже гастрономія це поняття більш ємне, яке включає кулінарію та етнос (рис.1).

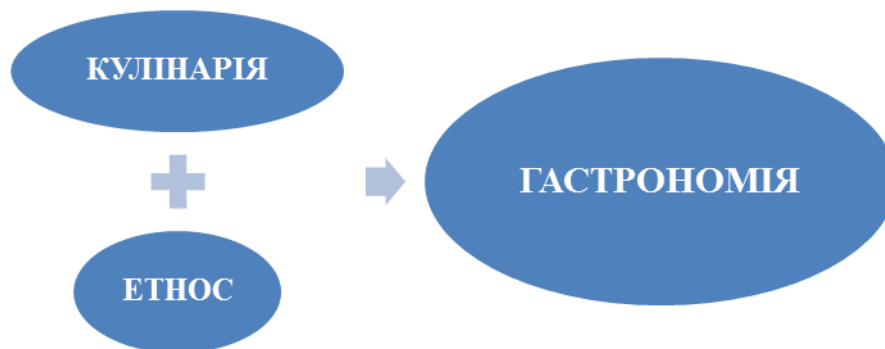


Рис. 1. Ключові складові гастрономії

Виробники (великі компанії та дрібні фермери) та виробництво продуктів харчування спонукають до урізноманітнення різновидів гастрономічного туризму (рис. 2).

Різновид *індустріальний (харчовий) гастротуризм* включає переробку їжі тваринного (продукти харчування м'ясні, рибні, морепродукти, молоко та молочні вироби, яйця, жирові продукти) та рослинного (овочі, фрукти, зернові, бобові, горіхи, мак, олія, гриби) походження.



Рис. 2. Різновиди гастрономічного туризму

Різновид *аграрний гастротуризм* включає виробництво харчових продуктів

рільництва, садівництва, тваринництва, рибництва, бджільництва.

Різновид *drink гастротуризм* відкриває палетку продуктів харчування таких як вода, мінеральні води, соки, чай, кава (каве-туризм), какао, пиво, вино (броваж-туризм), спирт.

Різновид *тютюновий гастротуризм* включає тютюнову продукцію: цигарки, сигари, тютюн.

Рекреаційно-туристичний потенціал, трактується у працях вчених, як (табл. 1)

Таблиця 1

Тлумачення дефініції «рекреаційно-туристичний потенціал»

Автор	Тлумачення
Алешутіна Н.О. та ін.	Рекреаційно-туристичний потенціал території – це сукупність її природних та суспільно-історичних ресурсів, а також наявної господарської і комунікаційної інфраструктури території, її іміджу, які слугують чи можуть слугувати передумовами розвитку певних видів туризму.
Герасименко В. Г.	Туристично-рекреаційний потенціал – досить ємне поняття, яке містить численні детермінанти, що визначають туристично-рекреаційну привабливість певного регіону.
Горин Г. В.	Під рекреаційно-туристичним потенціалом регіону ми розуміємо сукупність як безпосередньо рекреаційно-туристичних ресурсів, так і всіх наявних ресурсів (природно-ресурсні, виробничі, трудові, фінансово-інвестиційні, технологічні, інформаційні та екологічні) і можливостей відповідного регіону, які можуть використовуватись або використовуються в цілях виконання фізіологічного існування людини (відпочинок, оздоровлення та туризм), забезпечення діяльності суб'єктів рекреаційно-туристичної сфери економіки, досягнення стійкості регіонального розвитку.
Гуляєв В. Г., Селіванов І. А.	Туристично-рекреаційний потенціал – сукупність якісних та кількісних характеристик природних, історико-культурних та інших ресурсів території, а також її туристичної інфраструктури, що впливають на розвиток туризму та рекреації.
Давиденко І. В.	Туристично-рекреаційний потенціал будь-якої території має складну ієрархію й включає в себе багато різних елементів з великою кількістю компонентів. В багатьох випадках використовується лише формальне визначення туристично-рекреаційного потенціалу регіону, без глибокого аналізу сутності й специфіки взаємозв'язків, що виникають між різнорідними елементами, які входять до складу потенціалу.
Дзюїна Г. М., Бавикіна О. М.	Туристично-рекреаційний потенціал - сукупність туристично-рекреаційних ресурсів та об'єктів туристичної інфраструктури, які здатні залучати туристів і забезпечувати задоволення їхніх потреб під час відпочинку і подорожей, а також формувати туристсько-рекреаційний кластер.
Дроздов А. В.	Туристично-рекреаційний потенціал - сукупність пов'язаних з певним об'єктом (територією) природних і рукотворних тіл та явищ, а також умов, можливостей і засобів, придатних для формування туристичного продукту та здійснення відповідних турів, екскурсій, програм.
Дутчак С. В.	Туристично-рекреаційний потенціал території формують ті ресурси, які на сьогоднішній день використовуються, а також ті, які через низку об'єктивних соціально-економічних причин недоступні, але можуть бути використані за певних умов. Туристично-рекреаційний потенціал включає два поняття, які нерозривні та взаємодоповнюють одне одного: рекреаційний потенціал, як природну складову, тобто ступінь здатності території позитивно впливати на фізичний, психічний та соціально-психологічний стан людини під час відпочинку, та туристичний потенціал – культурно-історичну спадщину – як антропогенну складову, а також певні ландшафтні комплекси, де відбувається туристична діяльність, знаходяться окремі природні або антропогенні туристичні об'єкти, які відвідуються туристами, зокрема музеї, пам'ятки культури, архітектури, археології, традиції населення, народні промисли тощо.
Козирев В. М.	Туристично-рекреаційний потенціал – здатність наявних туристично-рекреаційних ресурсів регіону приносити доходи різним економічним суб'єктам у певний період часу.
Кусков А. С., Лісікова О. В.	Туристично-рекреаційним потенціалом території називають відношення між фактичною і гранично можливою чисельністю туристів, яка визначається виходячи з наявності туристично-рекреаційних ресурсів. Туристично-рекреаційний потенціал – це здатність території прийняти певну (граничну)

	кількість туристів (рекреантів), при якій не відбувається порушення стану природної та екологічної рівноваги.
Мироненко Н. С., Твердохлебов І. Т.	Рекреацій потенціал території – це сукупність природних, культурно-історичних, соціально-економічних передумов для організації рекреаційної діяльності.
Ніколаєнко Т. В.	Під туристично-рекреаційним потенціалом території розуміється вся сукупність природних, культурноісторичних, соціально-економічних, геополітичних та інших передумов для організації рекреаційної діяльності на певній території. Під туристично-рекреаційним потенціалом території розуміється наявність на ній певних унікальних або, принаймні, цікавих не тільки для місцевих жителів об'єктів.
Сазикін А. М.	Туристичний потенціал – це сукупність природних, культурно-історичних і соціально-економічних передумов для організації рекреаційної діяльності на визначеній території; головною складовою частиною рекреаційного потенціалу є рекреаційні ресурси.
Саранче М. А.	Туристичний потенціал є суб'єктивною категорією, так як його величина і цінність якостей залежить від мети його використання.
Святохо Н. В.	Туристично-рекреаційний потенціал території розглядається як сукупність чотирьох основних компонентів – природно-ресурсної, історико-культурної, економічної та соціальної, які взаємопов'язані й взаємодіють між собою.
Севастьянова С. А.	Сукупність взаємопов'язаних і взаємодіючих один з одним потенціалів регіону, які використовуються в туристичній діяльності, а також нових, сформованих у процесі цієї діяльності та використовуваних чинників виробництва регіону.
Шабаліна Н. В.	Туристично-рекреаційний потенціал – це сукупність туристично-рекреаційних ресурсів, їх територіальних поєднань і умов, що сприяють задоволенню потреб населення в туристичній та рекреаційній діяльності.
Шаблій О. І.	Рекреацій потенціал – це система природних, історико-культурних об'єктів та їхніх властивостей, які використовуються (або які можна використовувати) у рекреаційній діяльності.

Отже, спираючись на вище наведене *туристично-рекреаційний потенціал території акумулює природно-ресурсні, історико-культурні, інституційно-економічні складові, які використовуються у задоволенні потреб у відпочинку і розваг споживачів туристичних послуг, а також безпосередньо сприяють організації туристично-рекреаційної діяльності на локальній території.*

Оцінка туристично-рекреаційного потенціалу Правобережного Полісся спирається на природну складову та є першим кроком комплексної оцінки регіону: природно-географічне положення регіону, сукупність кліматичних умов, рельєф, внутрішні води, рослинність та тваринний світ, наявність природних об'єктів і ПЗФ. Ці питання широко вивчені у науковій літературі, тому не має потреби у рамках цього наукового вишукування їх висвітлювати. Сукупність природних чинників, що формують туристично-рекреаційний потенціал регіону для заняття туристсько-рекреаційною діяльністю, надають великі можливості для розвитку туристичної галузі. Але Правобережне Полісся не володіє помітною унікальністю по відношенню до сусідніх територій, що потребує анонсу та промоції про рідкісні та унікальні туристичні об'єкти. Найважливіше місце займають культурно-історичні об'єкти, які є спадщиною минулих епох. Однак на даний момент використовується лише невелика частка культурно-історичного потенціалу, переважна їх частина не задіяна в туристично-рекреаційних заходах. Це є наслідком того, що територія регіону характеризується недостатньою культурно-історичною, туристично-рекреаційною вивченістю (аварія на ЧАЕС), що є важливим фактором, що стримує розвиток культурно-пізнавального спрямування туризму.

Завершальним елементом оцінки туристично-рекреаційного потенціалу території являється характеристика соціально-економічних умов, що сприяють і забезпечують розвиток туристичної галузі в регіоні. Соціально-економічні умови включають безпосередньо елементи туристської інфраструктури, поряд з нею, важливу роль в оцінці умов реалізації туристично-рекреаційного потенціалу відіграють економіко-географічне положення регіону і загальний рівень соціально-економічного розвитку території.

Туристична інфраструктура є базовою основою для задоволення потреб туриста. Вона складається з таких елементів як: готельна індустрія, індустрія харчування, інфраструктура туроперейтингу, транспортна інфраструктура, індустрія розваг і інформаційна інфраструктура.

На завершення проведення оцінки туристично-рекреаційного потенціалу Правобережного Полісся необхідно зробити висновки, які характеризують потенціал регіону. Правобережне Полісся володіє достатнім туристично-рекреаційним потенціалом, хоча і має свою специфіку, яка відрізняє його від сусідніх регіонів. Варто відзначити якісну складову потенціалу, вона являє собою велику кількість не використовуваних об'єктів культурно-історичного характеру, пов'язаних в першу чергу з етнічними особливостями населення, що проживає на даній території. Історико-культурна складова туристично-рекреаційного потенціалу, на відміну від природного його складової, є найбільш перспективною галуззю реалізації даного потенціалу, яка здатна ефективно конкурувати в боротьбі за залучення туристів на внутрішню українську арену. Такі види туризму як гастрономічний, культурно-пізнавальний та етнографічний володіють найбільш високим потенціалом для освоєння і розвитку. Однак наявність на території регіону значущих об'єктів ПЗФ, що володіють своєю неповторністю і унікальністю, створює передумови для використання даного потенціалу з ще більшою інтенсивністю, за чим піде можливе збільшення потоку туристів, що мають на меті залучення і вивчення природи, рідкісних і вимираючих представників флори і фауни. Практично повсюдно, але особливо в північних районах Правобережного Полісся є потенціал для організації полювання в лісистих територіях, за кошти організації нових мисливських заказників. Аквальні об'єкти, не можуть похвалитися великою різноманітністю фауни, проте мають потенціал для розвитку там риболовлі. Території, які були вражені Чорнобильською аварією нині теж викликають чималу туристичну цікавість і такі тури є вкрай затребуваними.

Дослідження гастрономічного потенціалу окремих регіонів України нажалі не висвітлені у наукових публікаціях, що наштовхує на вирішення даного питання.

Передавати та розповідати про свою любов до локальної їжі, і спробували відповісти на питання, що потрібно робити, щоб розкрити гастрономічний потенціал нашої країни, зокрема Правобережного Полісся є вкрай не легким науковим завданням.

Алгоритм визначення гастрономічного потенціалу на регіональному рівні підпорядкований авторській методиці, яка складається з дослідницьких етапів (рис. 3).



Рис. 3. Алгоритм методики гастрономічного потенціалу регіону

Правобережне Полісся однозначно має у кожному фізико-географічному районі

один продукт зі своїм географічним значенням, тому що, чим більше таких продуктів, тим сильніше відбувається розмивання з точки зору маркетингу. Ідеальний приклад, який можна привести – це маленьке село Рокфор у Франції. Вона продає сиру на 400 мільйонів євро, маючи населення 686 осіб. Якщо кожна територіальна громада чи навіть населений пункт матиме ось таку соціальну значимість, жити ми будемо прекрасно.

Гастрономічний туризм – окрема і дуже велика стаття доходу для цілих країн і регіонів, багато з яких ще в 50-60 роках минулого століття зрозуміли, що люди готові подорожувати заради смаку. Один з провідних прикладів – це Франція з рестораном Поля Бокюза в Ліоні, міжнародним конкурсом кухарів, морем кулінарних шкіл і напрямків в гастрономічному мистецтві, а також у сфері гостинності. У всьому світі є легендарні ресторани, засновані на виробництві регіональних продуктів, які складають основу економічного надбання країни. Взагалі органічно правильне харчування – те, що називають 100-Mile Diet, тобто ми повинні їсти продукти, вироблені не далі за сто миль від нашого місцезнаходження. Зараз навіть з'явився модний термін «локаворський», що позначає як раз такі продукти. Ресторан повинен бути заснований на місцевому виробництві, і ми повинні їсти те, чим харчувалися наші пращури.

І зазвичай, враження, від гастрономічних смаколиків сильніше, ніж від побачених красот і визначних пам'яток. Саме тому гастрономія, і ресторанний бізнес, стають останнім часом двигуном розвитку гастрономічного туризму – «магнітом», який притягує внутрішніх і іноземних туристів. Регіональна кухня, автентичні продукти харчування – це світовий тренд в кулінарії і туризмі, який розвивається і в Україні. Їстівні сувеніри з регіонів везуть більше і частіше, ніж магніти або тарілки. Правобережне Полісся, очевидно є саме тією територією з великим гастрономічним потенціалом, як в стравах, так і в подієвій складовій. Отже, *гастрономічний потенціал – це симбіоз ресурсу (туристично-рекреаційних), резерву (використання та практичне втілення притаманних здібностей: кулінарних, готельно-ресторанних, інституційних), можливостей (формування нових навиків: кулінарні школи, майстер-класи, блоги, тури, нав'язування нової моделі відпочинку масмедіа), туристичної інфраструктури, виробника гастрономічного туристичного продукту, інституцій, атракцій для організації та здійснення туристичної, рекреаційної, гастрономічної, готельно-ресторанної, логістичної, промоційної діяльності в регіоні з метою задоволення потреб людини* (Авт. – Н. І.). (рис. 4).



Рис. 4. Структура гастрономічного потенціалу території за І. К. Нестерчук

Отже, гастрономічні розвідки передають в узагальненнях душу епохи та народу.

Гастрономічний туризм – є сублімацією суспільних цінностей, зокрема гастрономії, туризму, які формують образи суспільної пам'яті для нащадків та виражають не лише вербальну інформацію про людську життєдіяльність, спосіб життя, культуру харчування і відпочинок, а й самі здатні породжувати смисли, символи та смаки (Авт. – Н. І.).

Ресурсна база туризму постійно збільшується за рахунок додавання в активи ресурсів, які раніше були не задіяні на цій території. Для розвитку гастрономічного туризму в будь-якому регіоні необхідно мати достовірну інформацію про туристично-рекреаційні ресурси даного регіону. Територія проживання народу, нації, етносу марковано кулінарно. Тільки там можна скуштувати автохтону страву. Тобто виділяються певні гастрономічно брендовані дестинації Правобережного Полісся і є намагання виділити операційні одиниці гастрономічно-туристичного районування: гастрономічно-туристичний регіон, гастрономічно-туристичний район. Туристично-рекреаційне районування є окремим випадком загального процесу районування, що відбувається внаслідок територіального поділу праці та закріплення за певною територією якоїсь функції, або навіть, місії, в тому числі і рекреаційної.

Значний внесок у розвиток вчення про туристичні регіони внесли видатні вітчизняні дослідники О. Бейдик, О. Любіцева, серед зарубіжних Ю. Веденін, А. Даринский, Ю. Дмитрівська, В. Преображенський, І. Твердохлебов, Д. Ніколаєнко, Н. Мироненко, І. Зорін, В. Квартальнов, Е. Котляров, А. Александрова, Л. Мажар, Т. Ірисов і ін. Під туристично-рекреаційним районом розуміється структурно-організований простір, цілісна частина туристично-рекреаційного простору, що володіє індивідуальними ознаками привабливості і відрізняється специфікою туристично-рекреаційного, потенціалу, туристичних продуктів і послуг для рекреантів, туристів і підприємців. Нашим завданням є виділити в майбутньому: гастрономічно-туристичні регіони, гастрономічно-туристичні райони та провести гастрономічно-туристичне районування території Правобережного Полісся (рис. 5, 6), що буде зроблено у наступних наукових розвідках. На даному етапі ми провели візуалізацію гастрономічного потенціалу, фестивалів та ввели в науковий обіг його дефініцію.

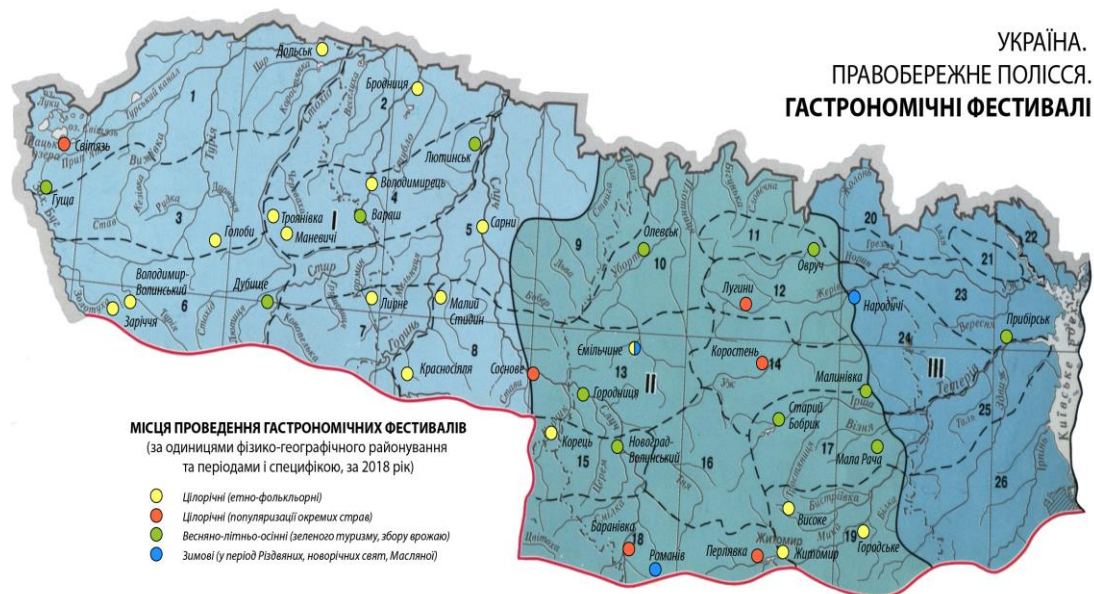


Рис. 5. Картосхема гастрономічних фестивалів Правобережного Полісся

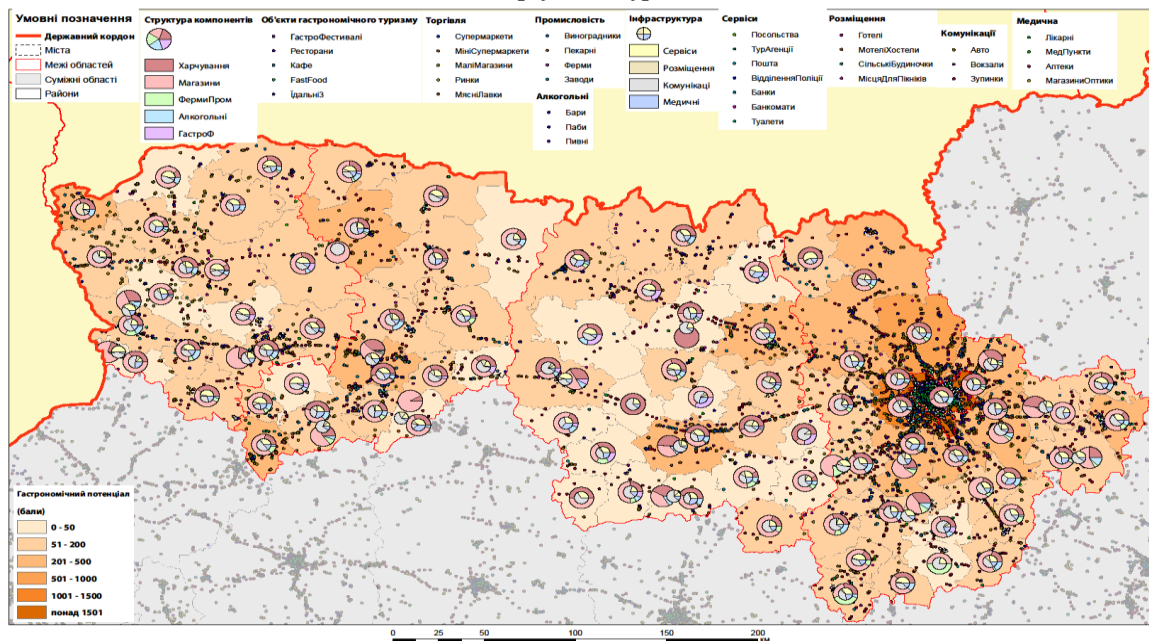


Рис. 6. Картохема гастрономічного потенціалу Правобережного Полісся

Висновки і перспективи дослідження. Резюмуючи, можна сказати, що розвиваючи гастрономічний туризм - ми сприяємо соціально-економічному розвитку регіону Правобережного Полісся, включаючи створення додаткових робочих місць, збереження або відкриття підприємств з виробництва окремих продуктів, а також їх реалізації, допомагаємо брендингу регіону та зокрема його локальних частин, залучення туристичних потоків. Завдяки картографуванню гастрономічного потенціалу та виокремленню гастрономічних фестивалів як подій масштабного туристичного значення на теренах Правобережного Полісся доцільно провести гастрономічно-туристичне районування. Вкрай важливо для регіону, який розвивається та окреслює власні брендингові диковинки в галузі туризму, відпочинку та розваг ввести такого роду наукові вишукування в площині гастрономічного туризму.

Список використаних джерел

- Бейдик О. О. Рекреаційно-туристські ресурси України: методологія та методика аналізу, термінологія, районування / О. О. Бейдик. – К. : ВПЦ «Київ. ун-т», 2001. – 395 с.
- Безносьок В. Д. Організаційно-економічне та інформаційне забезпечення розвитку туристично-оздоровчого комплексу в регіонах України : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.10.01 «Розміщення продуктивних сил і регіональна економіка» / В. Д. Безносьок. – Л. : Інститут регіональних досліджень, 2001. – 19 с.
- Бережна І. Національні пріоритети та регіональні детермінанти соціально-економічного зростання (на матеріалах АР Крим) / І. Бережна. – К. : НАН України, Інститут регіональних досліджень, 2004. – 640 с.
- Герасимчук З. Регіональна політика розвитку рекреаційної сфери: механізм формування та реалізації : [монографія] / З. Герасимчук, М. Глядіна. – Луцьк : Надстир'я, 2006. – 164 с.
- Гуменюк Ю. П. Організаційно-економічні механізми стимулювання розвитку рекреаційно-туристичного комплексу (на прикладі Тернопільської області) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.10.01 «Розміщення продуктивних сил і регіональна економіка» / Ю. П. Гуменюк. – Л. : Інститут регіональних досліджень, 2005. – 22 с.
- Зелінський І. Про статистичну оцінку рекреаційно-оздоровчого забезпечення населення в регіоні / І. Зелінський // Регіональна економіка. Дод. : Регіони України. Економіко-статистичні порівняння. – 2001. – № 2. – С. 28–32.
- Зорин І. В. Енциклопедія туризму / І. В. Зорин, В. А. Квартальнов. – М. : Финансы и статистика, 2003. – 384 с.
- Любіцева О. О. Туристичні ресурси України : навч. посіб. / О. О. Любіцева, Є. В. Панкова, В. І. Стафійчук. – К. : Альтерпрес, 2007. – 369 с. : іл., картохеми ; 21 см.
- Мацола В. Формування і розвиток рекреаційно-туристичного комплексу Закарпатської області : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук / В. Мацола. – Л. : Інститут регіональних досліджень, 1996. – 17 с.
- Мацола В. Рекреаційно-туристичний комплекс України : [монографія] / В. Мацола. – Л. : ІРД НАН України, 1997. – 259 с.

11. Нудельман М. Социально-экономические проблемы рекреационного природопользования / М. Нудельман. – К. : Наукова думка, 1987. – 132 с.
12. Павлов В. І. Рекреаційний комплекс Волині: теорія, практика, перспективи / В. І. Павлов, Л. М. Черчик. – Луцьк, 1998. – 124 с.
13. Природо-ресурсний потенціал природних регіонів України : [монографія] / [В. Руденко, В. Вацеба, Т. Соловей]. – Чернівці : Рута, 2001. – 268 с.
14. Черчик Л. Наукові підходи до класифікації туристично-рекреаційних ресурсів [Електронний ресурс] / Л. Черчик. – Режим доступу : http://esnuir.eenu.edu.ua/bitstream/123456789/10027/3/klas_ttp.pdf. – Перевірено : 16.07.2019.
15. Черчик Л. Стратегічний потенціал рекреаційної системи регіону: теорія, методологія, оцінка : [монографія] / Л. Черчик, Н. Коленда. – Луцьк : ЛНТУ, 2008. – 224 с.
16. Шабардіна Ю. Рекреаційний потенціал як складова продуктивних сил регіонального економічного простору : дис. ... канд. екон. наук : 08.00.05 / Ю. Шабардіна. – Чернівці : Чернівецький державний технологічний університет, 2011. – 312 с.
17. Щепанський Е. В. Науково-методичні засади стимулювання розвитку туристично-рекреаційного комплексу регіону : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. екон. наук : спец. 08.10.01 «Розміщення продуктивних сил і регіональна економіка» / Е. В. Щепанський. – К. : Наук.-дослід. екон. ін-т М-ва економіки та з питань європ. інтеграції України, 2003. – 17 с.
18. Food tourism around the world development, management and markets / Michael Hall, Liz Sharples, Richard Mitchell [and others]. – Transferred to Taylor & Francis, 2011.
19. Sajna S. Shenoy. Food tourism and the culinary tourist : a thesis presented to the Graduate School of Clemson University / Sajna S. Shenoy. – 2005. – 210 p.
20. Kavaratzis M. City branding: an effective assertion of identity or a transitory marketing trick? / M. Kavaratzis, G. J. Ashworth // Tijdschrift voor economische en sociale geografie. – 2005. – Vol. 96, Iss. 5. – P. 506–514.
21. Long L. M. Culinary tourism / L. M. Long. – Kentucky : University Press of Kentucky, 2010.
22. Hirst C. Marketing in food, hospitality, tourism and events / C. Hirst. – Oxford : Goodfellow Ltd, 2012.
23. Wolf E. International culinary tourism: the hidden harvest / E. Wolf. – Kendall Hunt Publ., 2006.

Список использованных источников

1. Бейдик А. А. Рекреационно-туристские ресурсы Украины: методология и методика анализа, терминология, районирование / А. А. Бейдик. – К. : ВПЦ «Киев. ун-т», 2001. – 395 с.
2. Безносок В. Д. Организационно-экономическое и информационное обеспечение развития туристско-оздоровительного комплекса в регионах Украины : автореф. дис. на получение науч. степени канд. екон. наук : спец. 08.10.01 «Размещение продуктивных сил и региональная экономика» / В. Д. Безносок. – Л. : Институт региональных исследований, 2001. – 19 с.
3. Бережная И. Национальные приоритеты и региональные детерминанты социально-экономического роста (на примере АР Крым) / И. Бережная. – К. : НАН Украины, Институт региональных исследований, 2004. – 640 с.
4. Герасимчук З. Региональная политика развития рекреационной сферы: механизм формирования и реализации : [монография] / З. Герасимчук, М. Глядина. – Луцк : Надстирье, 2006. – 164 с.
5. Гуменюк Ю. П. Организационно-экономические механизмы стимулирования развития рекреационно-туристического комплекса (на примере Тернопольской области) : автореф. дис. на получение науч. степени канд. екон. наук : спец. 08.10.01 «Размещение продуктивных сил и региональная экономика» / Ю. П. Гуменюк. – Л. : Институт региональных исследований, 2005. – 22 с.
6. Зелинский И. О статистической оценке рекреационно-оздоровительного обеспечения населения в регионе / И. Зелинский // Региональная экономика. Доп. : Регионы Украины. Экономико-статистические сравнения – 2001. – № 2. – С. 28–32.
7. Зорин И. В. Энциклопедия туризма / И. В. Зорин, В. А. Квартальнов. – М. : Финансы и статистика, 2003. – 384 с.
8. Любичева О. А. Туристические ресурсы Украины : учеб. пособ. / О. А. Любичева, Е. В. Панкова, В. И. Стафийчук. – К. : Альтерпрес, 2007. – 369 с. : ил., картосхемы ; 21 см.
9. Мацола В. Формирование и развитие рекреационно-туристического комплекса Закарпатской области : автореф. дис. на получение науч. степени канд. екон. наук / В. Мацола. – Л. : Институт региональных исследований, 1996. – 17 с.
10. Мацола В. Рекреационно-туристический комплекс Украины : [монография] / В. Мацола. – Л. : ИРД НАН Украины, 1997. – 259 с.
11. Нудельман М. Социально-экономические проблемы рекреационного природопользования / М. Нудельман. – К. : Наукова думка, 1987. – 132 с.
12. Павлов В. И. Рекреационный комплекс Волыни: теория, практика, перспективы / В. И. Павлов, Л. М. Черчик. – Луцк, 1998. – 124 с.
13. Природно-ресурсный потенциал природных регионов Украины : [монография] / [В. Руденко, В. Вацеба, Т. Соловей]. – Черновцы : Рута, 2001. – 268 с.
14. Черчик Л. Научные подходы к классификации туристско-рекреационных ресурсов [Электронный ресурс] / Л. Черчик. – Режим доступа : http://esnuir.eenu.edu.ua/bitstream/123456789/10027/3/klas_ttp.pdf. – Проверено : 16.07.2019.
15. Черчик Л. Стратегический потенциал рекреационной системы региона: теория, методология, оценка : [монография] / Л. Черчик, Н. Коленда. – Луцк : ЛНТУ, 2008. – 224 с.

16. Шабардина Ю. Рекреационный потенциал как составляющая продуктивных сил регионального экономического пространства : дис. ... канд. экон. наук : 08.00.05 / Ю. Шабардина. – Чернигов : Черниговский государственный технологический университет, 2011. – 312 с.
17. Щепанский Е. В. Научно-методические основы стимулирования развития туристско-рекреационного комплекса региона : автореф. дис. на получение науч. степени канд. экон. наук : спец. 08.10.01 «Размещение продуктивных сил и региональная экономика» / Е. В. Щепанский. – К. : Науч.-опыт. экон. ин-т М-ва экономики и по вопросам европ. интеграции Украины, 2003. – 17 с.
18. Food tourism around the world development, management and markets / Michael Hall, Liz Sharples, Richard Mitchell [and others]. – Transferred to Taylor & Francis, 2011.
19. Sajna S. Shenoy. Food tourism and the culinary tourist : a thesis presented to the Graduate School of Clemson University / Sajna S. Shenoy. – 2005. – 210 p.
20. Kavaratzis M. City branding: an effective assertion of identity or a transitory marketing trick? / M. Kavaratzis, G. J. Ashworth // Tijdschrift voor economische en sociale geografie. – 2005. – Vol. 96, Iss. 5. – P. 506–514.
21. Long L. M. Culinary tourism / L. M. Long. – Kentucky : University Press of Kentucky, 2010.
22. Hirst C. Marketing in food, hospitality, tourism and events / C. Hirst. – Oxford : Goodfellow Ltd, 2012.
23. Wolf E. International culinary tourism: the hidden harvest / E. Wolf. – Kendall Hunt Publ., 2006.

References

1. Beidyk O. O. Recreational and tourist resources of Ukraine: methodology and methods of analysis, terminology, zoning / O. O. Beidyk. – K. : VPTs «Kiev University», 2001. – 395 p.
2. Beznosiuk V. D. Organizational-economic and informational support for the development of the tourist-health complex in the regions of Ukraine : author's abstract of the dissertation for obtaining the scientific degree of Candidate of economic sciences : specialty 08.10.01 «Placement of productive forces and regional economics» / V. D. Beznosiuk. – L. : Institute of Regional Studies, 2001. – 19 p.
3. Berezna I. National priorities and regional determinants of socio-economic growth (on materials of the Autonomous Republic of Crimea) / I. Berezna. – K. : NAS of Ukraine, Institute of Regional Studies, 2004. – 640 p.
4. Gerasymchuk Z. Regional policy of recreational sphere development: mechanism of formation and realization : [monograph] / Z. Gerasymchuk, M. Gliadina. – Lutsk : Nadstirya, 2006. – 164 p.
5. Gumeniuk Yu. P. Organizational-economic mechanisms of stimulation of recreation and tourism complex development (on the example of Ternopil region) : author's abstract of the dissertation for obtaining the scientific degree of Candidate of economic sciences : specialty 08.10.01 «Placement of productive forces and regional economics» / Yu. P. Gumeniuk. – L. : Institute of Regional Studies, 2005. – 22 p.
6. Zelinskyi I. About statistical estimation of recreational and health provision of population in the region / I. Zelinskyi // Regional economics. Annex : Regions of Ukraine. Economic and statistical comparisons. – 2001. – №. 2. – P. 28–32.
7. Zorin I. V. Encyclopedia of Tourism / I. V. Zorin, V. A. Kvartalnov. – M. : Finance and Statistics, 2003. – 384 p.
8. Liubitseva O. O. Tourist resources of Ukraine: teach. manual / O. O. Liubitseva, E. V. Pankova, V. I. Stafychuk. – K. : AlterPres, 2007. – 369 p. : il., cartoons; 21 cm.
9. Matsola V. Formation and development of recreational and tourist complex of Transcarpathian region : author's abstract of the dissertation for obtaining the scientific degree of Candidate of economic sciences / V. Matsola. – L. : Institute of Regional Studies, 1996. – 17 p.
10. Matsola V. Recreational and tourist complex of Ukraine: [monograph] / V. Matsola. – L. : IRD NAS of Ukraine, 1997. – 259 p.
11. Nudelman M. Socio-economic problems of recreational environmental management / M. Nudelman. – K. : Naukova Dumka, 1987. – 132 p.
12. Pavlov V. I. Recreational complex of Volyn: theory, practice, prospects / V. I. Pavlov, L. M. Cherchyk. – Lutsk, 1998. – 124 p.
13. Nature-resource potential of the nature regions of Ukraine : [monograph] / [V. Rudenko, V. Vatzeba, T. Solovei]. – Chernivtsi: Ruta, 2001. – 268 p.
14. Cherchyk L. Scientific approaches to the classification of tourist and recreational resources [Electronic resource] / L. Cherchyk. – Mode of access : http://esnuir.eenu.edu.ua/bitstream/123456789/10027/3/klas_ttp.pdf. – Checked out : 16.07.2019.
15. Cherchyk L. Strategic potential of the recreational system of the region: theory, methodology, assessment: [monograph] / L. Cherchyk, N. Kolenda. – Lutsk : LNTU, 2008. – 224 p.
16. Shabardina Yu. Recreational potential as a component of productive forces of the regional economic space: diss. ... Candidate of economic sciences : 08.00.05 / Yu. Shabardina. – Chernihiv : Chernihiv State Technological University, 2011. – 312 p.
17. Shchepanskyi E. V. The scientific and methodical principles of stimulating the development of the tourist-recreational complex of the region : author's abstract of the dissertation for obtaining the scientific degree of Candidate of economic sciences : specialty 08.10.01 «Placement of productive forces and regional economics» / E. V. Shchepanskyi. – K. : Research Economic Institute of the Ministry of Economy and European Integration of Ukraine, 2003. – 17 p.
18. Food tourism around the world development, management and markets / Michael Hall, Liz Sharples, Richard Mitchell [and others]. – Transferred to Taylor & Francis, 2011.
19. Sajna S. Shenoy. Food tourism and the culinary tourist : a thesis presented to the Graduate School of Clemson University / Sajna S. Shenoy. – 2005. – 210 p.
20. Kavaratzis M. City branding: an effective assertion of identity or a transitory marketing trick? / M. Kavaratzis, G. J. Ashworth // Tijdschrift voor economische en sociale geografie. – 2005. – Vol. 96, Iss. 5. – P. 506–514.
21. Long L. M. Culinary tourism / L. M. Long. – Kentucky : University Press of Kentucky, 2010.
22. Hirst C. Marketing in food, hospitality, tourism and events / C. Hirst. – Oxford : Goodfellow Ltd, 2012.
23. Wolf E. International culinary tourism: the hidden harvest / E. Wolf. – Kendall Hunt Publ., 2006.

Надійшла до редколегії 18.11.19

<https://doi.org/10.17721/2308-135X.2019.52.45-51>
УДК 910.4:796.56(477.65)

Зарубіна Антоніна Володимирівна,
кандидат географічних наук

Центральноукраїнський державний педагогічний університет
імені В. К. Винниченка, м. Кропивницький, Україна,
e-mail: agv22@ukr.net

Щербатюк Наталія Іванівна

Центральноукраїнський державний педагогічний університет
імені В. К. Винниченка, м. Кропивницький, Україна

СПОРТИВНЕ ОРІЄНТУВАННЯ ЯК СКЛАДОВА РЕКРЕАЦІЙНО-ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ КІРОВОГРАДСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Основна мета статті. В даній статті розглянуто спортивне орієнтування як складову спортивного туризму, виявлені основні історичні риси розвитку даного виду спорту в межах Кіровоградської області, проаналізовано сучасні тенденції розвитку та визначено його значення для формування рекреаційно-туристичного потенціалу регіону.

Методика. Здійснено теоретичне узагальнення щодо особливостей даного виду спорту, проаналізовані наукові роботи з перспектив розвитку туризму Кіровоградської області та оцінки рекреаційно-туристичного потенціалу регіону. Зазначені особливості та значення проведення спортивного картографування в області для популяризації туризму та спортивного орієнтування зокрема.

Результати. Визначено, що нині спортивне орієнтування як складова спортивного туризму є дуже популярним напрямом і набуло сучасних тенденцій розвитку. Даний напрямок туризму формує не тільки спортивні вміння та навички, які націлюють на отримання певного результату, а визначає особливості здорового, активного відпочинку для широкого кола суспільства, формує життєво необхідні навички орієнтуватися на незнайомій місцевості. Проаналізовано особливості існуючих спортивних карт для проведення змагань та рекреаційно-туристичної діяльності та запропоновані території, які є цікавими для використання в майбутньому. Для проведення змагань, як правило, обираються цікаві як в природному, так і культурно-історичному плані території. Це спонукає активізації краєзнавчо-туристичного дослідження свого регіону. Майже всі карти зі спортивного орієнтування мають в своїх межах природно-заповідні об'єкти та території різних категорій. Зазначені нові напрямки розвитку спортивного орієнтування для популяризації даного виду спорту, а саме активний розвиток місцевого та паркового орієнтування з використанням типової урбаністичної місцевості. Це сприяє популяризації спортивного орієнтування і робить його більш доступним всім зацікавленим. Для реалізації даного напрямку вивчається досвід проведення таких змагань в містах Одеса, Київ, Львів, Кам'янець-Подільський тощо.

Наукова новизна. Вперше спортивне орієнтування розглядається як складова рекреаційно-туристичного потенціалу регіону, яка має вагоме значення для оздоровчої, краєзнавчої та інших видів рекреаційно-туристичної діяльності різних вікових груп суспільства.

Практична значимість. Результати проведених досліджень використовуються в навчальній діяльності на факультетах фізичного виховання та природничо-географічному, обласним центром туризму, краєзнавства та екскурсій учнівської молоді для проведення секційних занять та змагань.

Ключові слова: спортивне орієнтування, спортивне картографування, рекреаційно-туристичний потенціал, спортивна карта, туризм.

УДК 910.4:796.56(477.65)

Зарубина Антонина
Владимировна,
кандидат географических наук

Центральноукраинский государственный педагогический
университет имени В.К. Винниченко, г. Кропивницкий,
Украина, e-mail: agv22@ukr.net

Щербатюк Наталья Ивановна

Центральноукраинский государственный педагогический
университет имени В.К. Винниченко, г. Кропивницкий, Украина

СПОРТИВНОЕ ОРИЕНТИРОВАНИЕ КАК СОСТАВЛЯЮЩАЯ РЕКРЕАЦИОННО- ТУРИСТИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА КИРОВОГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ

Основная цель статьи. В данной статье рассмотрено спортивное ориентирование как составляющая спортивного туризма, выявлены основные исторические черты развития данного вида спорта в Кіровоградской области, проанализированы современные тенденции развития и обозначено его значение для формирования рекреационно-туристического потенциала региона.

Методика. Проведено теоретического обобщения относительно особенностей данного вида спорта, проанализированы научные работы о перспективах развития туризма Кіровоградской области и оценке рекреационно-туристического потенциала региона. Обозначены особенности и значение проведения

спортивного картографирования в области для популяризации туризма и соответственно спортивного ориентирования.

Результаты. Определено, что в нынешний час спортивное ориентирование как составляющая спортивного туризма является очень популярным направлением и обрело современные тенденции развития. Данное направление туризма формирует не только спортивные умения и навыки, которые нацелены на получение определенного результата, а определяют особенности здорового, активного отдыха для широкого круга общества, формирует жизненно необходимые навыки ориентироваться на незнакомой местности. Проанализированы особенности существующих спортивных карт для организации и проведения соревнований и рекреационно-туристической деятельности и предложены территории, которые интересны для использования на перспективу. Для проведения соревнований, как правило, выбирают интересные как в природном, так и культурно-историческом плане территории. Практически все карты для спортивного ориентирования охватывают природно-заповедные объекты и территории разных категорий. Обозначены новые направления развития спортивного ориентирования для популяризации этого вида спорта, а именно активное развитие городского и паркового ориентирования с использованием типичной урбанистической местности. Это способствует популяризации спортивного ориентирования и делает его более доступным всем заинтересованным. Для реализации данного направления изучается опыт проведения таких соревнований в городах Одесса, Киев, Львов, Камянець-Подольский.

Научная новизна. Впервые спортивное ориентирование рассматривается как составляющая рекреационно-туристического потенциала региона, которая имеет весомое значение для оздоровительной, краеведческой и других видов рекреационно-туристической деятельности разных возрастных групп общества.

Практическое значение. Результаты проведенных исследований используются в учебной деятельности на факультетах физического воспитания и естественно-географическом, областном центром туризма, краеведения и экскурсий школьников для проведения секционных занятий и соревнований.

Ключевые слова: спортивное ориентирование, спортивное картографирование, рекреационно-туристический потенциал, спортивная карта, туризм.

UDC910.4:796.56(477.65)

Zarubina Antonina Volodymyrivna,
Candidate of Geographical Sciences
Shcherbatiuk Nataliya Ivanivna

Central Ukrainian State Pedagogical University named after V. K.
Vyynychenko, Kropyvnytskyi, Ukraine, e-mail: agv22@ukr.net
Central Ukrainian State Pedagogical University named after V. K.
Vyynychenko, Kropyvnytskyi, Ukraine

ORIENTEERING AS A COMPONENT OF THE RECREATIONAL TOURISTIC POTENTIAL IN KIROVOGRAD REGION

Article purpose: in this article orienteering is considered as a component of sport tourism, main historical development features of this kind of sport within Kirovograd region are detected, modern development trends are analyzed and its meaning for forming of the recreational touristic potential in Kirovograd region is determined.

Methodology: theoretical *generalization* is made as for the special features of this kind of sport, scholarly and scientific work concerning the tourism development perspectives in Kirovograd region are *analyzed* and the recreational touristic potential is *evaluated*. Special features and meaning of sport mapping to popularize tourism and orienteering in particular in the region are indicated.

Results: it has been determined that today orienteering as a sport tourism component is a very popular direction which has acquired some modern development tendencies. This direction of tourism not only shapes sports skills that aim to get a certain result, but also defines the features of healthy, active rest for a wide range of society, forms vital skills to navigate unfamiliar terrain. Peculiarities of the existing sport maps for competition holding and for recreational touristic activities were analyzed and also the proposed territories those which could be interesting for future usage. As a rule, competitions are interesting both in natural and cultural-historical terms of the territory. This encourages the revitalization of the local lore and tourism research in their region. Almost all sports orientation maps have nature reserves and territories of different categories. New development directions of orienteering were defined having the matter to popularize this kind of sport, namely active development of city and park orientation with use of typical urban area are noted. This contributes to the promotion of sports orientation and makes it more accessible to all concerned. The experience of such competitions is being studied in the cities of Odessa, Kiev, Lviv, Kamianets-Podilskyi, etc. for the realization of this direction.

Scientific novelty. It is the first occurrence when orienteering has been viewed as a component of the recreational touristic region potential that has a strong value for health-relating, regional ethnographical and other types of recreational touristic activities devoted to different age groups present in the society.

Practical value. The results of the performed studies are being used in the educational activity carried out at the Physical Education and Natural Geographic Departments, also they are being used by regional tourism ethnography and travelling center to conduct the class lessons and to hold competitions.

Key words: sport orienteering, sport mapping, recreational touristic potential, sport map, tourism.

Актуальність теми дослідження. Питання дослідження рекреаційно-туристичного потенціалу регіонів та шляхів його використання досить активно і детально вивчається різними фахівцями, що дозволяє розглянути різні аспекти такого складного явища як туризм. Аналізуючи наукові дослідження, можна зазначити, що територія Кіровоградської області за своїм потенціалом у розвитку туризму значно поступається іншим регіонам України [3, с. 45]. Хоча територія області має також значний потенціал для розвитку окремих видів туризму, зокрема спортивного та його такої вагової складової, як спортивне орієнтування. Останні роки в Україні збільшується кількість змагань з такого виду та розширюється географія проведення. Питання особливостей розвитку спортивного орієнтування в Кіровоградській області є актуальним, адже раніше ця тематика розглядалась лише з позицій виду спорту, який потребує специфічних вмінь та навичок і не враховувався його вплив на формування рекреаційно-туристичного потенціалу регіону, сприянню розвитку оздоровчо-рекреаційної діяльності в регіоні, особливості територіального поширення.

Аналіз останніх досліджень та публікацій. Питанням дослідження рекреаційно-туристичного потенціалу Кіровоградської області присвячені праці таких вчених як Колотуха О.В., Домаранський А.О., Онойко Ю.Ю. та інших. Проте така складова спортивного туризму як спортивне орієнтування залишалась поза увагою вчених-географів. З позицій фізичного виховання є праці Геращенко В.М., Щербатюк Н.І., які розглядають спортивне орієнтування як особливий вид спорту, що потребує крім фізичної підготовки, знань та вмінь пов'язаних із географією, а саме вмінням читати карту, знати особливості рельєфу, вміти швидко вираховувати азимут, тощо.

Основною метою даної публікації є комплексний розгляд спортивного орієнтування як складової спортивного туризму та його значення для формування рекреаційно-туристичного потенціалу регіону, адже саме цей вид спорту сприяє популяризації активного відпочинку населення, активізує красезнавчі дослідження з метою проведення спортивного картографування, приваблює спортсменів-туристів з інших міст та регіонів України. Основними завданнями, які автори статті послідовно розглянули є: аналіз сучасного стану спортивного картографування в межах Кіровоградської області; визначення територіальних закономірностей використання регіону для проведення змагань різних рівнів; розгляд використання природних та культурно-історичних об'єктів та території для формування дистанцій спортивного орієнтування різного рівня складності.

Виклад основного матеріалу. Територія Кіровоградської області має значний потенціал для розвитку окремих видів туризму, зокрема спортивного та його вагової складової такої, як спортивне орієнтування. *Спортивне орієнтування* – це вид спорту, в якому основне завдання полягає в орієнтування на місцевості за допомогою карти та компасу і найшвидшому знаходженню заданих контрольних пунктів. Дані завдання вимагають не тільки фізичної підготовки, здатності долати природні перешкоди та вміти переносити різноманітні погодні умови, але й швидкого мислення та вміння читати карту. Спортивне орієнтування є інтелектуальним видом спорту, який ще називають «шахматною партією на бігу». Тісний контакт з навколишнім довкіллям є вагомим елементом екологічного виховання. Даний вид спорту має важливе прикладне значення, адже прищеплює і розвиває ті якості, які важко виховати в аудиторіях на звичайних практичних заняттях з топографії. Вміння орієнтуватися на місцевості є одним із найважливіших факторів для успішного проходження туристського маршруту [1, с.12]. Надзвичайно важливим є володіння навичками даного виду спорту для військових будь-якого роду військ. Адже вміння орієнтуватися на незнайомій місцевості має першочергове значення. Зокрема, спортивне орієнтування спершу започатковане як елемент підготовки для Збройних Сил для Королівства Швеції та Норвегії. Саме Норвегія вважається батьківщиною даного виду спорту, де в 1897 році було проведено перші змагання. Загалом скандинавські країни і нині займають лідируючі позиції на міжнародних змаганнях, адже спортивне орієнтування займає вагоме значення серед інших видів спорту та навіть включено в шкільну програму навчання [4, с.5]. Перевагою спортивного

орієнтування як складовою туризму є те, що для організації змагань не є обов'язковою наявність спеціалізованих приміщень та майданчиків. Головною умовою є наявність якісної карти. Останні роки в Україні збільшується кількість змагань з такого виду та розширюється географія проведення. Питання особливостей розвитку спортивного орієнтування в Кіровоградській області є актуальним, адже раніше ця тематика розглядалась лише з позицій виду спорту, який потребує специфічних вмінь та навичок і не враховувався його вплив на формування рекреаційно-туристичної діяльності суспільства та розвитку рекреаційно-туристичного потенціалу в регіоні, особливості його територіального поширення. Розвиток спортивного орієнтування в межах Кіровоградської області має досить давню історію. Перші офіційні змагання зі спортивного орієнтування обласного рівня були проведені в 1964 році на маркованій дистанції в масиві Чорний ліс (м. Знам'янка). Цей же район став основою для створення першої спортивної карти в межах Кіровоградської області, яка офіційно використовувалась для змагань з 1969 р. (автор Пуда Н.В.). Для спортивного орієнтування використовуються спортивні карти, які є специфічним різновидом туристичного картографування.

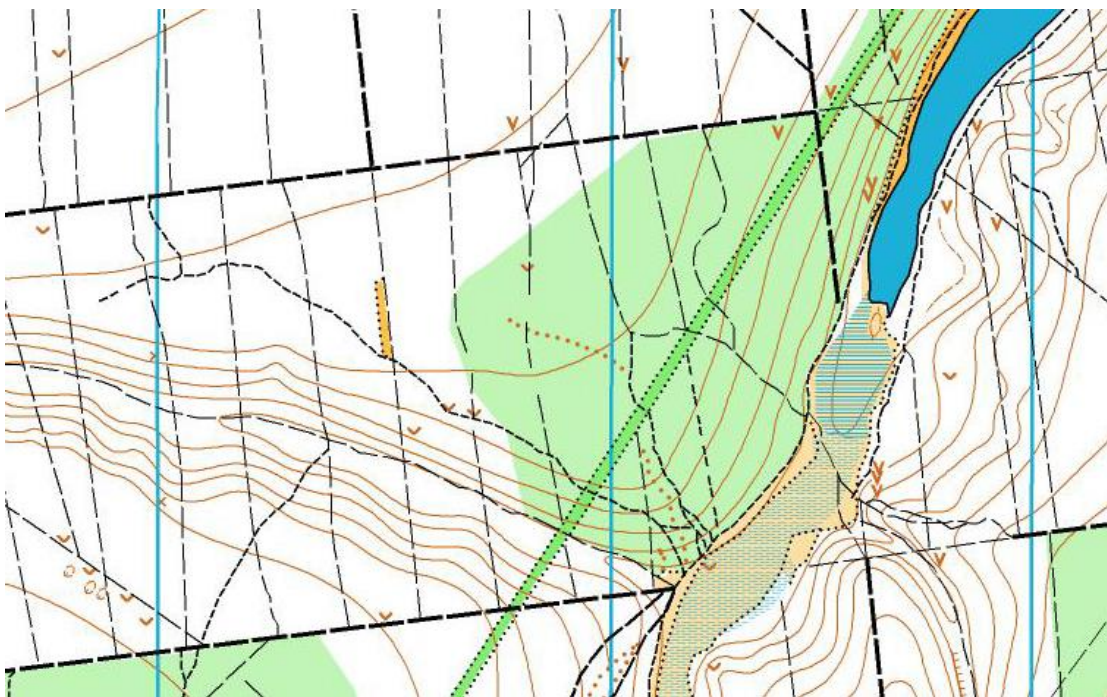


Рис. 1. Фрагмент спортивної карти в межах заказника «Чорноліський»

Спортивна карта – це спеціальна великомасштабна тематична багатокольорова карта місцевості, призначена для спортивного орієнтування та виконана в специфічних умовних знаках. Вона повинна відображати кожен об'єкт, який впливає на читання карти чи на вибір шляху: форми рельєфу, каміння, стан поверхні землі, прохідність, землекористування, гідрографію, населені пункти, окремі будівлі, мережу доріг і стежок, комунікаційні лінії, а також деталі, які використовуються з точки зору орієнтування. Під час картографування місцевості вивчається детально певна територія, що сприяє краєзнавчо-туристичному дослідженню свого краю, раціональному використанню природоохоронних територій та об'єктів. Найбільше спортивних карт в Кіровоградській області створено в межах проектного Національного парку (нині заказник загальнодержавного значення) «Чорноліський» (Рис. 1). Нині на території Кіровоградської області створено біля 50 спортивних карт, в межах Кропивницького району – 10 і в межах м. Кропивницький 14 карт (Рис.2). Аналізуючи територіальне поширення в межах області, найбільше спортивних карт мають Знам'янський, Олександрівський, Маловисківський Світловодський та Кропивницький адміністративні райони, які мають достатні площі лісових масивів та досить розчленований рельєф із значними перепадами висот. Дані

умови створюють сприятливі можливості для планування цікавих та різноманітних дистанцій спортивного орієнтування.

Перспективними для спортивного картографування є території в межах Устинівського, Голованівського, Петрівського адміністративних районів, де є незадіяні цікаві території, з виходами кристалічних порід в межах річкової долини р. Інгул. При створенні спортивних карт детально вивчаються природні та культурно-історичні об'єкти в межах території, на якій планується дистанція. Майже всі карти зі спортивного орієнтування мають в своїх межах природно-заповідні об'єкти та території різних категорій. Особливою проблемою є використання спортивних карт в межах лісових масивів, зокрема Чорноліського масиву, на основі якого останні роки намагаються створити перший в області Національний парк. Проте, пропозиції вчених поки залишаються нереалізованими, а в Чорному лісі продовжуються масові вирубки лісу. В таких умовах спортивні карти вимагають постійного корегування, що ускладнює їх використання.

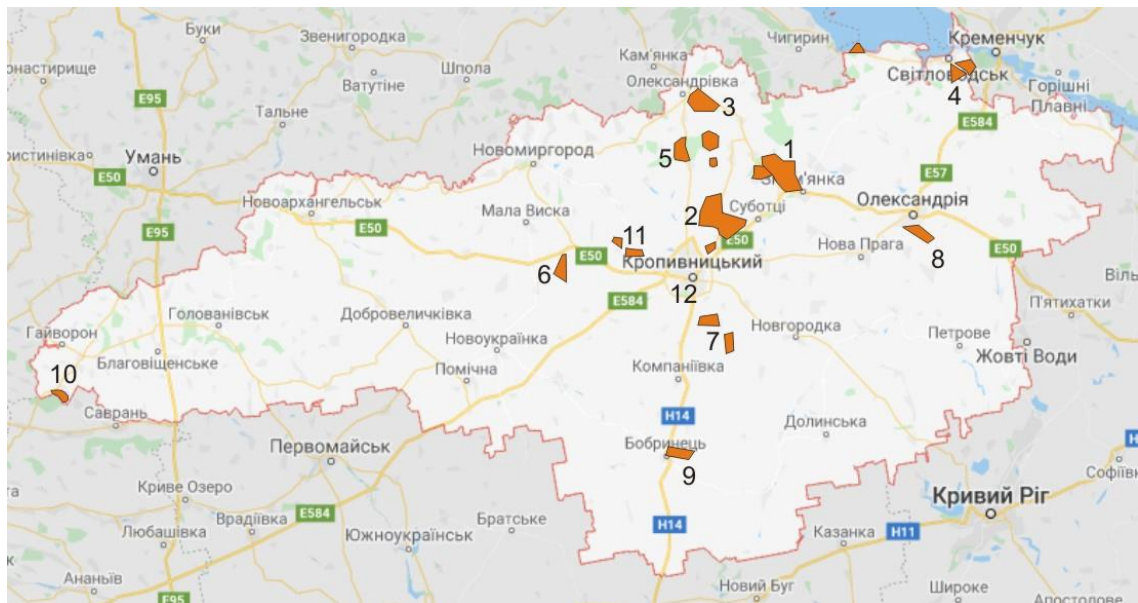


Рис. 2. Спортивні карти в межах Кіровоградської області

Пояснення до картосхеми 2: 1 – це спортивні карти (8 карт) в межах Чорноліського масиву (Знам'янський район); 2 – байрачні ліси з яружно-балковим рельєфом с. Високі Байраки – Канатове (Знам'янський район); 3 – карти в хвойних лісах (Олександрівський район); 4 – лісові та заплавні карти в межах РНП «Білецьківські плавні» (Світловодський район); 5 – лісовий масив с. Підлісне (Олександрівський район); 6 – лісовий масив Онікіївський (Маловисківський район); 7 – степові райони Приінгулля (Новгородківський район); 8 – лісовий масив с. Звенигородка (Олександрівський район); 9 – відкрита кам'яниста місцевість Приінгулля (Бобринецький район); 10 – Побужжя (Гайворонський район); 11 – яружно-балковий рельєф лісових масивів с.Грузьке-Грушівка (Маловисківський район); 12 – спортивні карти в межах Кропивницького району та м. Кропивницький (24 карти).

Перспективними напрямками в Кіровоградській області, та загалом в державі, є розвиток урбаністичного та паркового спортивного орієнтування, які вже набули широкого розвитку в більшості європейських країн. В Україні успішно проводяться змагання з міського спортивного орієнтування в таких містах, як Одеса, Київ, Львів, Кам'янець-Подільський тощо. Спортивні карти можна створити в межах кожного міста, особливо в його паркових зонах. Це сприятиме популяризації спортивного орієнтування і зробить його доступним ширшим колам суспільства. В м. Кропивницький даний напрямок лише починає розвиватися, в роботі знаходяться декілька спортивних карт в межах міста, які охоплюють цікаві в краєзнавчому відношенні мікрорайони та власне центр міста з

унікальними архітектурно-культурними об'єктами. Активно використовується для проведення змагань та тренувальних навчань спортивна карта, яка знаходиться в межах історико-культурного об'єкту міста "Вали", яка являє собою залишки земляної фортеці кінця 18 ст. Вперше в місті, а такого масштабу, мабуть і в Україні, проведено змагання зі спортивного орієнтування в закритих приміщеннях в корпусі Центральноукраїнського державного педагогічного університету імені В. Винниченка (Рис.3). Беззаперечно спортивне орієнтування є складовою рекреаційно-туристичного потенціалу Кіровоградської області та спортивного туризму, адже завдяки проведенню змагань різного рівня залучається значна кількість учасників різних вікових груп від 9 років до 75 і старші. Лише в цьому календарному році протягом шести обласних стартів, які проводились за підтримки Кіровоградського обласного центру краєзнавства, туризму та екскурсій для учнівської молоді, взяли участь близько 400 учасників різного віку. При цьому найменшому учаснику 7 років, а старші вікові групи мають представників старше 75 років. Для популяризації спортивного орієнтування в регіоні та реєстрації учасників на змагання функціонує офіційний сайт «Спортивне орієнтування в м. Кропивницький» <http://www.orient.kr.ua/>.



Рис. 3. Фрагмент спортивної карти корпусу ЦДПУ ім. В.К. Винниченка

В місті представлені секції зі спортивного орієнтування на факультеті фізичного виховання та природничо-географічному факультеті ЦДПУ ім. В.К. Винниченка, де студенти мають змогу тренуватися та брати участь у змаганнях різного рівня. В контексті національно-патріотичного виховання, формування здорового способу життя в учнівської та студентської молоді дана дисципліна потребує включення до навчальних планів, зокрема до блоку фізичної культури, в шкільній програмі загальноосвітніх закладів та університетській програмі.

Висновки. В сучасних суспільно-географічних дослідженнях значну увагу приділяють розгляду питань, що пов'язані з особливостями розвитку різноманітних видів туризму, краєзнавчо-туристичним дослідженням в межах держави та окремих її регіонів. Останніми роками в Україні є досить популярним розвиток спортивного орієнтування, що є вагомим складовою спортивного туризму. Вміння читати карту та вільно орієнтуватися на незнайомій місцевості – це життєво необхідний навик кожної людини, а особливо географа. Перспективним є комплексний розгляд спортивного орієнтування як певної

складової рекреаційно-туристичного потенціалу, адже саме цей вид спорту сприяє популяризації активного відпочинку населення, активізує краєзнавчі дослідження з метою проведення спортивного картографування, приваблює спортсменів-туристів з інших міст та регіонів.

Список використаних джерел

1. Булашев А. Я. Спортивний туризм / А.Я. Булашев, М.В. Тонкошкур. – Харків: 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. Домаранський А.О. Туризм в Кіровоградській області: проблеми розвитку та основні принципи реорганізації // А.О.Домаранський. Матеріали конференції «Теоретичні і прикладні напрямки розвитку туризму та рекреації в регіонах України» - КЛАУ НАУ, 2017. - С. 45-54.
4. Дьяков А. С., Яговкин А. Ю. Спортивное ориентирование: Учебно-методическое пособие, 2004. – 20 с.
5. Закон України «Про туризм». – Київ: Відомості Верховної Ради України, 2001. – №32
6. Зарубіна А. Екологічний та туристичний аспекти створення НПП «Чорноліський» // матеріали круглого столу «Чорнолісся верхів'їв Інгульця: цінність, проблеми, перспективи». – Харків, ФОП Озеров Г.В., 2018. – С. 58-60
7. Ковешніков В.С., Драмарецька К.А. Спортивний туризм: стан та перспективи розвитку / В.С. Ковешніков, К.А. Драмарецька. – Географія та туризм : Наук. зб. /Ред. кол.: Любіцева О.О. (гол. ред.) та ін. – К.: Альфа-ПІК, 2019. – Вип. 46– С.19-28.
8. Колотуха О. В. Ресурсно-туристський потенціал Кіровоградської області [Текст] / О.В. Колотуха — Кіровоград: 2002. — 68 с.
9. Колотуха О. В. Геопросторова організація спортивного туризму: Монографія / О.В. Колотуха. - Кіровоград: ФОП Александрова М.В., 2015. - 448 с.:табл. — Бібліогр.: с. 280-296.
10. Кузик С. П. Географія туризму: навч. Посібник / С. П. Кузик; ЛНУ ім. І. Франка. – Київ: Знання, 2011. – 271 с.
11. Правила спортивних змагань зі спортивного орієнтування - [Електронний ресурс] Режим доступу: http://www.orienteering.org.ua/doc/2015/RUL-projekt_15.05.2015.pdf

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: Навчальна книга-Богдан, 2008. – 304 с.
3. Домаранский А.А. Туризм в Кировоградской области: проблемы развития и основные принципы реорганизации // А.А.Домаранский. Материалы конференции «Теоретические и практические направления развития туризма и рекреации в регионах Украины» - КЛАУ НАУ, 2017. - С. 45-54.
4. Дьяков А. С., Яговкин А. Ю. Спортивное ориентирование: Учебно-методическое пособие, 2004. – 20 с.
5. Закон Украины «Про туризм». – Киев: Ведомости Верховной Рады Украины, 2001. – №32
6. Зарубина А. Экологический и туристический аспекты образования НПП «Чернолесский» // материалы круглого стола «Чернолесся верховья Ингульця: ценность, проблемы, перспективы». – Харьков, ФОП Озеров Г.В., 2018. – С. 58-60
7. Ковешников В.С., Драмарецкая К.А. Спортивный туризм: состояние и перспективы развития / В.С. Ковешников, К.А. Драмарецкая. – География и туризм : Наук. сб. /Ред. кол.: Любіцева О.О. (гл. ред.)и др. – К.: Альфа-ПІК, 2019. – Вип. 46– С.19-28.
8. Колотуха А. В. Ресурсно-туристический потенциал Кировоградской области [Текст] / А.В. Колотуха — Кіровоград: 2002. — 68 с.
9. Колотуха А. В. Геопространственная организация спортивного туризма: Монография / А.В. Колотуха. - Кіровоград: ФОП Александрова М.В., 2015. - 448 с.:табл. — Библиогр.: с. 280-296.
10. Кузик С. П. География туризма: уч. пособие / С. П. Кузик; ЛНУ им. И. Франка. – Киев: Знання, 2011. – 271 с.
11. Правила спортивных соревнований по спортивному ориентированию - [Электронный ресурс] Режим доступа: http://www.orienteering.org.ua/doc/2015/RUL-projekt_15.05.2015.pdf

References

1. Bulashev A., Sports Tourism / A.Bulashev, M.Tonkoshkur.–Kharkiv: Kdafk, 2009. –120 p. 2. Grabovsky Yu., Sports Tourism [navchalnyi posibnyk] /Yu.Grabovsky, O. Skaliy, T.Rocky. – Ternopil: Educational Book – Bogdan, 2008. – 304 p.
2. Grabovsky Yu.A. Sports tourism. Textbook / Yu.A. Grabovsky, OV Scalia, T.V. Scalia. –Ternopil: Bogdan Educational Book, 2008. - 304 p.
3. Domaransky A.O. Tourism in Kirovohrad Oblast: Development Issues and Basic Principles of Reorganization // AO Domaransky. Proceedings of the Conference "Theoretical and Applied Areas of Tourism and Recreation in the Regions of Ukraine" - KLAU NAU, 2017. - P. 45-54.
4. Diakov AS, Yagovkin A. Yu. Sports Orienteering: A Study Guide, 2004. - 20 p.
5. Act of Ukraine "On Tourism".– Kyiv: Information From The Verkhovna Rada Of Ukraine, 2001. – №32.
6. Zarubina A. Ecological and tourist aspects of the creation of the Chornoliskii NPP // materials of the roundtable Chornolysya of the Ingulets Mountains: Value, Problems, Prospects. - Kharkiv, FOP Ozerov GV, 2018. - P. 58-60
7. Koveshnikov VS, Dramaretska KA Sports tourism: the state and prospects of development / V.S. Koveshnikov, K.A. Dramaretska. - Geography and Tourism: Sciences. Sat. / Ed. count: Lyubitsseva OO (ed.) and others. - K. : Alpha-PIC, 2019. - Iss. 46– P.19-28.
8. Kolotukha OV The Resource and Tourism Potential of the Kirovograd Region [Text] / O.V. Kolotukha - Kirovograd: 2002. - 68 p.
9. Kolotukha OV Geospatial organization of sports tourism: Monograph / OV. The bump. - Kirovograd: FOP Alexandrova MV, 2015. - 448 pp.: Table. - Bibliogr. : p. 280-296.
10. Kuzik SP Geography of tourism: textbook. Manual / SP Kuzik; LNU them. I. Franko. - Kiev: Knowledge, 2011. - 271 p.
11. Rules of sports orienteering competitions - [Electronic resource] Access mode: http://www.orienteering.org.ua/doc/2015/RUL-projekt_15.05.2015.pdf

Надійшла до редколегії 16.11.19

<https://doi.org/10.17721/2308-135X.2019.52.52-59>

УДК: 911.3:32/329(4)

Брайчевський Юліан Сергійович,
кандидат географічних наук, доцент

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

ПОШИРЕННЯ ПОЛІТИКИ ПОПУЛІЗМУ ТА ЗМІНИ ІДЕОЛОГІЧНОГО ПРОСТОРУ У КРАЇНАХ ЄВРОПИ

Мета: Провести географічний аналіз суспільно-політичного контексту масового поширення популістських рухів у країнах Європи, а також простежити їх вплив на формування і розвиток ідеологічного простору європейського регіону.

Методика. Дана робота побудована на огляді історико-географічних передумов, що мали визначальний вплив на формування партійно-політичної системи у країнах Європи у другій половині XX ст., аналізі динаміки поширення популізму у Європі, а також припущенні щодо чинників, що обумовлюють поширення популізму як основний політичний тренд останніх років. Фактичні дані щодо рівня підтримки популістських партій у країнах Європи взято з бази даних шведського аналітичного центру TIMBRO, що розраховує індекс авторитарного популізму для країн Європи та надає дані щодо підтримки партій популістського спрямування різного ідеологічного спектру. Для типізації популістських політичних сил Європи використовується методика Інституту глобальних змін Т.Блера.

Результати: у статті проведено аналіз ключових тенденцій та динаміки електоральної підтримки популістських партій у низці держав Європи, проведено історико-географічний огляд процесів формування партійно-політичної системи у країнах Європи у повоєнний час, а також проаналізовано контекстні чинники поширення та зростання електоральної підтримки популістських сил, зокрема такі, що пов'язані зі змінами у відносинах між політичними елітами та своїм базовим електоратом у європейському регіоні, а також такі, що пов'язані із змінами зовнішнього середовища формування політичних систем.

Наукова новизна: у статті пропонується розглядати чинники та причини зростання ролі популістських партій через призму теорій Б.Мура (соціальні передумови виникнення демократичних інститутів та формування відносин між політичними елітами та електоратом) та С.М. Ліпсетта - С.Роккана (формування базових суспільно-політичних розламі в країнах Європи) тобто у термінах структурного аналізу партійних еліт, їх матеріальної, соціальної та ціннісної бази, а також історико-географічного та контекстного аналізу їх формування.

Практична значимість обумовлюється тим, що Україна також постала перед аналогічними до решти європейських країн викликами масового популізму. Пошук ефективних стратегій протидії цьому явищу вимагає ґрунтовного аналізу досвіду інших країн Європи, а також співставлення українського контексту і чинників, що визначають партійно-політичну систему та характер мобілізації електорату з аналогічними характеристиками політичного простору європейських держав.

Ключові слова: популізм, Європа, демократія, партійні системи, електоральні процеси.

УДК: 911.3:32/329(4)

Брайчевский Юлиан Сергеевич,
кандидат географических наук, доцент

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

РАСПРОСТРАНЕНИЕ ПОЛИТИКИ ПОПУЛИЗМА И ИЗМЕНЕНИЯ ИДЕОЛОГИЧЕСКОГО ПРОСТРАНСТВА ЕВРОПЫ

Цель: Провести географический анализ общественно-географического контекста массового распространения популистских движений в странах Европы, а также проследить их влияния на формирование и развитие идеологического пространства европейского региона.

Методика: Данная работа построена на обзоре историко-географических предпосылок, имевших определяющее влияние на формирование партийно-политической системы в странах Европы во второй половине XX века, анализе динамики распространения популизма в Европе, а также предположениях в отношении факторов, обуславливающих распространение популизма как основной политической тренд последних лет. Фактические данные касательно уровня поддержки популистских партий в странах Европы взяты из базы данных шведского аналитического центра TIMBRO, который рассчитывает индекс авторитарного популизма для стран Европы и предоставляет данные о поддержке партий популистского толка различного идеологического спектра. Для типизации популистских политических сил Европы используется методика Института глобальных изменений Т.Блера.

Результаты: В статье проведен анализ ключевых тенденций и динамики электоральной поддержки популистских партий в ряде государств Европы, проведен историко-географический обзор процессов формирования партийно-политической системы в странах Европы в послевоенный период, а

также проанализировано контекстные факторы роста электоральной поддержки популистских сил, в частности связанные с изменениями в отношениях между политическими элитами и их базовым электоратом, а также связанные с изменениями внешней среды формирования политических систем.

Научная новизна: В статье предлагается рассматривать факторы и причины роста роли популистских партий через призму теорий Б.Мура (социальные предпосылки возникновения демократических институтов и формирования отношений между политическими элитами и электоратом) и С.М.Липсетта-С.Роккана (формирование базовых общественно-политических разломов в странах Европы), то есть в терминах структурного анализа партийных элит, их материальной, социальной и ценностной базы, а также историко-географического и контекстного анализа их формирования.

Практическая значимость обуславливается тем, что Украина также предстала перед аналогичными другим европейским странам вызовами массового популизма. Поиск эффективных стратегий противодействия этому явлению требует основательного анализа опыта других стран Европы, а также сопоставления украинского контекста и факторов, определяющих партийно-политическую систему и характер мобилизации электората с аналогичными характеристиками политического пространства европейских государств.

Ключевые слова: популизм, Европа, демократия, партийные системы, электоральные процессы.

UDC: 911.3:32/329(4)

Yulian Braychevskyy Sergijovych,
Candide of Geographical Sciences,
Associate Professor

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

THE POLITICS OF POPULISM SPREAD AND THE CHANGING IDEOLOGICAL SPACE IN EUROPE

Aim: To perform the geographic analysis of the socio-political context of mass spread of populist movements in European countries and to trace its impact on the ideological space in the European region.

Methodology: The paper is based upon the historical-geographic overview of the pre-conditions framing the political and party systems development in European countries in the second half of the XXth century, analysis of populism spread dynamics across European states and speculation on the factors conditioning rapid populism spread becoming a major political trend of the recent years. Empirical data on the level of support of the populist parties in European countries is borrowed from the Swedish analytical think-tank TIMBRO, which compiles the authoritarian populism index for European states and provides data on the support level for populist parties of various parts of the political spectrum. We used the methodology of the T.Blair Institute for Global Change for classifying populist political forces in Europe.

Results: The article presents the analysis of the key trends and dynamics of the electoral support for populist parties in the number of European states and a historical-geographic overview of the development of the political and party systems in the European countries in the post-War period. Also, it contains the analysis of the contextual factors of populism electoral support, namely those related to the changes in relations between political elites and their base electorate as well as those related to the changes in the external environment of political system development.

Academic novelty: The article suggests employing theoretical perspectives of B.Moore (social origins of democratic institutes and evolution of the relations between political elites and their electorates) and S.M.Lipsett-S.Rokkan (development of the major socio-political cleavages in European states) while searching for explanations of the populist parties growing support. That is employing the terms of structural analysis of the party elites, their material, social and value base as well as historical and geographic context of their development.

Practical significance: Ukraine faces similar to other European countries challenges of mass populism. The search for efficient strategies of countering this phenomenon requires comprehensive analysis of the European experience as well as comparison of the Ukrainian context and factors determining political party system and ways of electorate mobilization with the analogous features of the political space in the European states.

Key words: populism, Europe, democracy, party systems, electoral processes.

Постановка проблеми. Період після завершення «холодної війни» характеризувався невизначеністю щодо основних політичних викликів і загроз. На початку 1990-их років у багатьох аналітиків складалося враження, що світ наближається до тріумфу західної ліберальної демократії. Саме у цей період виходить відома праця Ф.Фукуями «Кінець історії?» [10]. Проте уже в найближчі десятиріччя ліберальна демократія зіткнулася із новим випробуванням – поширення популізму як масштабний тренд, що ставить під сумнів ефективність сучасних демократичних інститутів. Особливо викликає занепокоєння той факт, що популярність популістських політичних партій притаманна не лише країнам із незрілими демократичними інститутами, але і так званим консолідованим демократіям із усталеними політичними традиціями, сильними економіками і

розбудованими моделями суспільства загального добробуту. Наукова та аналітична спільнота уже усвідомила масштаб загрози від глобального поширення популізму, проте досі не знайдено ефективних засобів протидії цьому деструктивному явищу.

Поширення політики популізму у європейському регіоні має особливе значення для України з кількох причин. По-перше, цей тренд не оминув політичний простір молодії української демократії, і пошук шляхів протидії деструктивним ефектам популізму повинен відбуватися з урахуванням ширшого європейського контексту та розумінням причин цього явища, що часто виходять за межі внутрішньополітичних проблем України. По-друге, розвиток ідеологічного поля у країнах Європи має визначальне значення у контексті європейської інтеграції України і може мати серйозний вплив на розвиток взаємовідносин як з Європейським Союзом (ЄС), так і з окремими країнами Європи.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Тематика розквіту популістських ідеологій привернула увагу широкого кола фахівців і аналітиків, переважно у царині політичних наук. Здебільшого, література щодо сучасних форм популізму охоплює менш стійкі демократії, наприклад К.Вейланд розглядає проблему популістських партій у Латинській Америці [23]; Б.Стенлі - у Центральній та Східній Європі [20]. Низка авторів вивчає популістські рухи та їх наслідки у сформованих демократіях Заходу. Так Р.Інглхарт та П.Норріс [13] розглядають приклад перемоги Д.Трампа на виборах до США, П.Таггарт [21] – електоральні успіхи популістів у країнах Західної Європи. Окрема увага приділяється популістським партіям правого спрямування (Т.Гревен [11]). Саме правий популізм є основним об'єктом досліджень серед аналітиків на теренах пострадянського простору (В.А.Ачкасов [1], А.В.Глухова [3]). Тематика розквіту популістських політичних сил у Європі не оминула уваги і українських дослідників, зокрема Т.М. Прядко [7,8], А.С.Романюка [9], І.Б.Кіянки [4]. Значно менше уваги отримала тематика популізму у роботах географічного спрямування. Здебільшого, це роботи, присвячені локальним питанням політичної географії (Дж.Уїллс [24]), та критичному аналізу неоліберальних теорій глобалізації (Дж.Харт [12]). Водночас, географічний аналіз явища масового поширення популістських ідеологій та партій може виявитися корисним, додавши до соціологічного, історичного та політологічного вимірів ще й порівняльний аналіз суспільно-географічного контексту формування та зростання популістських рухів у окремих країнах та регіонах світу.

У даній роботі, що є продовженням аналогічної спроби аналізу політичного популізму і північноамериканському регіоні [2] пропонується географічний аналіз зростання популярності популістських ідеологій у країнах Європи з урахуванням історико-географічного контексту розвитку політико-ідеологічного простору європейського регіону. На нашу думку, ґрунтовний аналіз таких деструктивних соціально-політичних явищ як масовий популізм неможливий лише в універсалістських термінах дискурсу щодо глобалізації та лібералізму. Натомість, необхідним є вивчення специфічних для конкретного географічного простору умов та чинників, що визначають як формування партійних еліт, так і впливають на їх популярність серед широких верств населення.

Виклад основного матеріалу. Упродовж 2010-их рр., електорально-географічні процеси у країнах Європи засвідчили кілька важливих тенденцій, зокрема посилення євроскептицизму, зростання популярності так званих антисистемних політиків та відродження правих, національно орієнтованих ідеологій. Підтвердженням цьому стали референдум про вихід Великої Британії зі складу ЄС, електоральний успіх партій «Рух п'яти зірок» у Італії у 2013 та 2018 рр., посилення електоральної підтримки таких партій як «Національний фронт» у Франції, «Альтернатива для Німеччини» у Німеччині, Партії незалежності Сполученого Королівства у Великій Британії, «Право і справедливість» у Польщі, Угорського громадянського союзу «Фідес» в Угорщині. Остання партія, що тривалий час перебувала у складі так званої «сім'ї» Європейської народної партії, була виключена з неї за відвертий ухил у бік право-радикальної риторики та підтримку антидемократичних ініціатив.

Загалом, аналітики відзначають невдоволення виборців у більшості країн Європи діяльністю наявних політичних еліт і цим пояснюють схильність підтримувати так званих позасистемних політиків та політичні партії – тобто такі, що раніше не належали до партійно-політичного істеблішменту. Цей тренд дуже різко контрастує із розвитком партійно-політичної системи країн Західної Європи у другій половині ХХ ст., що після завершення «холодної війни» значною мірою поширилася і у країни Центральної Європи. Загальними рисами цієї системи був чіткий поділ політичних партій за ідеологічною ознакою на праві та ліві. При цьому, праві партії виступали прихильниками ліберальних ідей, підтримували вільний ринок, приватну власність, відкритість до процесів економічної інтернаціоналізації тощо. Ліві партії здебільшого сповідували соціал-демократичні ідеї – посилення ролі уряду у перерозподілі суспільних благ, підтримку малозабезпечених верств населення, боротьбу з бідністю та безробіттям тощо. У низці країн впродовж кількох десятиріч за лідерство змагалися партії правоцентристського та лівого (переважно ліво-центристського) спрямування (наприклад Консервативна та Лейбористська партії у Великій Британії, Християнсько-демократичний Союз та Соціал-демократична партія у Німеччині, Християнсько-демократична та Комуністична партія у Італії, право-центристські Союз за французьку демократію і Об'єднання на підтримку Республіки та соціал-демократична Соціалістична партія у Франції тощо.

Таблиця 1

Підтримка популістських партій у окремих країнах Європи

Країна	Сумарна підтримка популістських партій на національних виборах, % (1)							
	1995	2000	2005	2010	2015	2016	2017	2018
Угорщина	4.8	9.6	47.7	69.7	65.8	65.8	65.8	68.9
Греція	7.6	9.4	12	19	57	57	57	57
Італія	14.4	19.5	10.8	15.3	33.7	33.7	33.7	56.7
Польща	12.1	5.7	41.4	35.9	46.4	46.4	46.4	46.4
Кіпр	30.6	34.7	39.9	36.9	37.7	34.6	34.6	34.6
Швейцарія	24.4	27.6	29.9	31.3	33.1	33.1	33.1	33.1
Словенія	10.5	20.3	34.7	36.6	23	23.1	23.1	30.9
Данія	9.5	12.5	16.7	16.1	28.9	28.9	28.9	28.9
Австрія	22.2	27.4	10.7	29	25	25	28.3	28.3
Франція	24.3	31.2	21	13.1	21.7	21.7	28.1	28.1
Нідерланди	6	5.9	13.8	31.9	21.9	21.9	26	26
Швеція	7.7	12.4	9.7	12.2	18.6	18.6	18.6	25.8
Латвія	17.6	14.7	15.4	7.7	16.6	16.6	16.6	25.5
Словаччина	47.7	40.2	33.3	10.4	6.2	23.8	23.8	23.8
Німеччина	6.3	7.2	11	13.9	14.5	14.5	22.3	22.3
Чорногорія				11	24.1	20.5	20.5	20.5
Іспанія	9.7	5.6	5.1	3.9	24.9	21.4	21.4	21.4
Португалія	10.5	12.2	15	18.9	20.5	20.5	20.5	20.5
Чехія	20.1	14.9	19.5	16.7	24.2	24.2	20.2	20.2
Фінляндія	0.2	2.1	2.7	5.1	18.2	18.2	18.2	18.2
Норвегія	8.1	17.3	23.4	24.4	17.5	17.5	17.7	17.7
Литва	2	2.2	7	17.7	9.2	15.4	15.4	15.4
Болгарія	2	1.4	8.1	15.8	17.5	17.5	14.4	14.4
Сербія		9	27.7	29.5	5.6	13.1	13.1	13.1
Ісландія	14.3	0	0	0	0.1	0.5	10.9	10.9
Люксембург	4.3	3.3	10.9	10.3	8.2	8.2	8.2	9.6
Хорватія			6.4	5.3	6.2	8.8	8.8	8.8
Естонія	0	0	0.5	0.2	8.3	8.3	8.3	8.3
Бельгія	10.1	11.4	12	9.9	7.4	7.4	7.4	7.4

1- дані станом на рік найближчих передуючих до зазначеного року виборів

Складено за даними TIMBRO [22]

У перше десятиріччя після краху соціалістичної системи новосформовані політичні еліти у країнах Центральної Європи назагал долучилися до загальноєвропейського тренду право-лівоцентристського політичного спектру. Так, у Польщі впродовж 1990-их років

найсильнішими конкуруючими політичними силами стали Демократичний союз (з 1996 р. – Електоральна акція «Солідарність») та Союз демократичних лівих сил; у Чехії – Громадянська демократична партія та Чеська соціал-демократична партія; у Болгарії – Союз демократичних сил та Болгарська соціалістична партія; в Угорщині – Угорський демократичний форум і Угорський громадянський союз з правого боку і Угорська соціалістична партія з лівого і т.д. Слід пам'ятати, що впродовж десятиріччя з 1995 по 2004 рр. п'ять центральноєвропейських держав (Польща, Чехія, Словаччина, Угорщина та Словенія) разом з країнами Балтії, а також Кіпром і Мальтою готувалися до вступу у ЄС і цей процес задавав основні тренди політичного життя цих країн.

На цьому тлі політичної конкуренції правої та лівої центристських ідеологій пропаганда та агітація впродовж другої половини ХХ ст. була націлена на мобілізацію виборців під ідеологічні засади конкуруючих партій. Натомість, на сучасному етапі спостерігається зворотна тенденція – побудова агітаційних кампаній та політичних платформ партій під популярні запити суспільства не зважаючи на реалістичність політичних обіцянок чи можливих наслідків від задекларованої політики (як у випадку з виходом Великої Британії зі складу ЄС). Виключення Угорського громадянського союзу «Фідес» з лав Європейської народної партії засвідчило крайній випадок такого розвороту, коли побудована на популістських засадах платформа змінила вихідні партійні принципи однієї з провідних і порівняно зрілих політичних сил країни.

Таблиця 2

Зростання підтримки популістських партій у окремих країнах Європи з 2008 по 2018 рр. (%)

Країна	Різниця, %
Італія	41.4
Греція	39.3
Угорщина	23.9
Іспанія	17.5
Латвія	17.1
Швеція	16.9
Франція	15
Фінляндія	13.1
Данія	12.8
Німеччина	11.3

Складено за даними TIMBRO [22]

Щоб кількісно оцінити масштаб «популістського повороту» європейської політики, стокгольмський аналітичний центр TIMBRO розпочав збір статистичних даних щодо популістських партій у країнах Європи (переважно членів ЄС). На поточний момент, матеріали даного центру є одним із найповніших джерел кількісної інформації стосовно поширення політики популізму у європейському регіоні. Як видно із *таблиці 1*, станом на 2018 р., сумарна підтримка популістських партій перевищила 20% у 19 країнах Європи, тоді як у 1995 р. таких країн було всього 5. При цьому абсолютними лідерами за популярністю популістських партій є Угорщина, Греція та Італія (понад 50% голосів виборців). Цікаво, що Австрія та Франція мали стабільно високий рівень підтримки популістських партій у діапазоні 20-30% впродовж усього періоду.

У *таблиці 2* наведено десять країн-лідерів за зростанням підтримки популістських партій. Серед цих країн три входять до Великої сімки і більшість відносяться до країн із високими стандартами життя. Більшість, до того ж, є консолідованими демократіями із добре сформованими демократичними інститутами. Таким чином, навряд чи можна пов'язати зростання громадської підтримки популістських сил із недостатнім соціально-економічним розвитком чи незрілістю політичної системи. Дані аналітичного центру TIMBRO використовують доволі складну систему класифікації популістських рухів за ідеологічною ознакою. Дещо простішу для узагальнення модель

пропонують дослідники Інституту глобальних змін Т.Блера [14]. Вони виділяють *культурний* (зазвичай націоналістичного спрямування), *соціально-економічний* (на основі лівих ідеологій) та *анти-номенклатурний* популізм. Важливою рисою є зростання популярності усіх трьох видів популізму одночасно.

На нашу думку, відповідь щодо причин «популістського повороту» слід шукати на структурному рівні, аналізуючи побудову партійно-політичного життя країн Європи. Теоретичним підґрунтям такого аналізу має стати розуміння західних демократій з позицій Б.Мура [16] та С.М.Ліпсетта і С.Роккана [15]. Зокрема, важливим елементом західних демократій було структурування політичних еліт залежно від матеріальної та/або суспільно-ідеологічної основи їх існування, а також розшарування суспільства за принципом матеріальної чи ціннісної залежності від зазначених еліт. Відповідно, у повоєнний час у більшості країн Європи змагалися еліти, сформовані, з одного боку, на матеріальній основі ринкової капіталістичної економіки і ціннісній базі соціального консерватизму, а з іншого – на основі профспілкового руху і ціннісній базі ідей соціальної справедливості. При цьому, властива лівим партіям схильність до економічного популізму стримувалася негативним прикладом країн соціалістичної групи, що суттєво відставали у рівні соціально-економічного розвитку порівняно із розвиненими капіталістичними країнами Європи. До того ж, холодна війна відігравала надзвичайно важливу роль для мобілізації електорату відповідно до ідеологічних зрізів. Адже циклічні економічні кризи, у період котрих найчастіше посилюється підтримка популістських рухів, зазвичай асоціювалися із поразкою правлячої політичної сили і недосконалістю відповідної ідеології, на зміну котрій мали прийти опоненти з протилежного ідеологічного табору.

З кінця 1990-их і впродовж перших декад 2000-их років на геополітичній та геоекономічній арені Європи відбулися кардинальні зрушення. По-перше, зник потужний чинник ідеологічного протистояння в умовах холодної війни. По-друге, прогрес у царині соціально-економічного розвитку, підвищення рівня життя населення і нові форми соціальної стратифікації почали стирати межі традиційної класової структури у межах національних держав. По третє, у суспільно-політичному дискурсі з'явилися нові загрози стабільності, безпеці та процвітання, а саме міжнародний тероризм, неконтрольована міграція та деструктивний вплив глобальних бізнесових структур на національні економіки. Зазначені виклики отримали надзвичайно широку медійну увагу, проте чинні політичні еліти, здебільшого, не мають сформованої моделі відповіді на ці виклики, які були б підтверджені успішною практикою, а громадськість через недостатнє розуміння механізмів глобалізації легко піддається інформаційним маніпуляціям. З іншого боку, відбувається стирання меж у соціально-економічній базі основних політичних сил (розмиття таких політичних розламів, як класове протистояння, протистояння феодальних та буржуазних, регіональних та столичних еліт тощо). У такій ситуації партії втрачають змогу ефективно мобілізувати громадську підтримку на традиційних ідеологічних засадах, тоді як побудова партійної платформи на основі масових фобій та бажань громадськості дає відчутні електоральні результати, принаймні у короткостроковій перспективі.

Висновки. Підсумовуючи, можна зазначити, що поширення популізму (зростання кількості партій з популістською платформою та розширення їх електоральної підтримки) є одним із важливих трендів сучасного політико-географічного простору Європи. Відбувається диверсифікація популістських рухів на основі різних ідеологічних основ – націоналістичної, соціально-економічної та анти-номенклатурної. На нашу думку, причини цього тренду слід шукати у структурних проблемах сучасних європейських (та ширше – західних) демократій, а саме у втраті провідними партіями своєї реальної матеріальної та ціннісної бази, на основі котрих раніше вони успішно мобілізували суспільну підтримку. В умовах появи новітніх геополітичних та геоекономічних викликів і неспроможності політичних еліт знайти на них дієві відповіді, популізм стає найзручнішою формою мобілізації електоральної підтримки.

1. Ачкасов В.А. Национал-популизм в пост-коммунистических странах Центральной Европы: причины роста электоральной поддержки. // Вестник МГИМО-Университета. 2011. № 5 (20).
2. Брайчевський Ю.С. Поширення політики популізму у країнах Заходу: суспільно-географічний аналіз виборів президента США 2016 р. // Вісник КНУ ім.Т.Шевченка. – Географія. – Вип.68-69. – 2017 р. – с.144-151.
3. Глухова А.В. Популизм как политический феномен: вызов современной демократии. // Полис. Политические исследования. – 2017. – № 4. С. 49-68
4. Кіянка І.Б. Популізм як політологічна категорія // Вісник Дніпропетровського університету – 2015 – № 1. С. – 67-75.
5. Кіршенблат С.В. Популізм і ліберальна демократія в державах Центрально-Східної Європи. *Український науковий журнал "Освіта регіону"* 1-2 (2008): 109-114.
6. Макаренко Б.И. Популизм и политические институты: сравнительная перспектива // Вестник общественного мнения. - №1-2(124). – 2017. – с.15-27.
7. Прядко Т.М. Сучасний популізм західноєвропейських правих партій // *Політологічний вісник*. - 2014. - № 76. - С. 359–368.
8. Прядко Т.М. Сучасний популізм Центрально-Східної Європи // *Science and Education a New Dimension. Humanities and Social Sciences*, IV(16), - 2016. – с.20-26.
9. Романюк А.С. Популізм і розвиток партійної системи в Україні / А. Романюк // *Партійна система сучасної України: еволюція, тенденції та перспективи розвитку*. Матеріали міжнародної науково-практичної конференції, 24 – 25 листопада 2011 р.. – К.: Інститут політичних та етнонаціональних досліджень ім. І. Ф. Кураса, 2012. – С. 242 – 258.
10. Fukuyama, F. The end of history? // *The national interest* 16 (1989): 3-18
11. Greven, T., The Rise of Right-wing Populism in Europe and the United States: A Comparative Perspective. Friedrich Ebert Stiftung. 2016 (Accessed at: https://www.fesdc.org/fileadmin/user_upload/publications/RightwingPopulism.pdf)
12. Hart, G. "Gramsci, geography, and the languages of populism." *Gramsci: Space, nature, politics* (2013): 301-320.
13. Inglehart, R., and Norris, P. Trump and the populist authoritarian parties: the silent revolution in reverse. // *Perspectives on Politics* 15, no. 2 (2017): 443–454
14. Kyle, J., Gultchin, L. Populists in Power Around the World. Report. Tony Blair Institute for Global Change. 2018. (Accessed at: <https://institute.global/sites/default/files/articles/Populists-in-Power-Around-the-World-.pdf>)
15. Lipset, S. M., Rokkan, S. Party systems and voter alignments: cross-national perspectives. Free Press. – 1967. - p. 554.
16. Moore, B. Social Origins of Dictatorship and Democracy: Lord and Peasant in the Making of the Modern World, Beacon Press, Boston, 1966.
17. Pappas, T. Populist democracies: Post-authoritarian Greece and post-communist Hungary. // *Government and Opposition* 49, no.1 (2014): 1–23
18. Rensmann, L., Populism and the Remaking of (Il)liberal Democracy in Europe, ' *Politics and Governance* 5, 4 (2017): p.106-111.
19. Rovira Kaltwasser, C., Taggart, P., Ochoa Espejo, P., and Ostiguy, P. Populism: An overview of the concept and the state of the art. // *The Oxford Handbook of Populism*, ed. by Cristóbal Rovira Kaltwasser, Paul Taggart, Paulina Ochoa Espejo and Pierre Ostiguy, chapter 13. Oxford: Oxford University Press, 2017
20. Stanley, B. Populism in Central and Eastern Europe. // *The Oxford Handbook of Populism*, ed. by Cristóbal Rovira Kaltwasser, Paul Taggart, Paulina Ochoa Espejo and Pierre Ostiguy, chapter 13. Oxford: Oxford University Press, 2017
21. Taggart, P. Populism in Western Europe. // *The Oxford Handbook of Populism*, ed. by Cristóbal Rovira Kaltwasser, Paul Taggart, Paulina Ochoa Espejo and Pierre Ostiguy, chapter 13. Oxford: Oxford University Press, 2017.
22. *TIMBRO Authoritarian Populism Index*. – Data. – 2019. (Accessed at: <https://populismindex.com/tap-2019-online-version-automatically-updated/>)
23. Weyland, K. Neoliberal populism in Latin America and Eastern Europe. In *Comparative Politics* (1999): 379–401.
24. Wills, J. Populism, localism and the geography of democracy. // *Geoforum* 62 (2015): 188-189.

References:

1. Achkasov V.A. Natsional-populizm v post-kommunisticheskikh stranah Tsentralnoi Evropy: prichiny rosta elektoralnoi podderzhki. // Vestnik MGIMO-Universiteta. – 2011. #5(20).
2. Braychevskyy Y.S. Poshyrennia polityky populizmu u krainakh Zakhodu: suspilno-geografichnyi analiz vyboriv prezydenta S.Sh.A. 2016 r. // Visnyk KNU im.T.Shevchenka. – Geografia. – Vyp.68-69. – 2017 r. – s.144-151.
3. Glukhova A.V. Populizm kak politicheskii fenomen: vyzov sovremennoi demokratii. // Polis. Politicheskie issledovania. 2017. No 4. C.49-68.

4. Kiianka I.B. Populizm iak politolohichna katehoria // Visnyk Dniprovskoho universytetu – 2015 - #1. С. 67-75.
5. Kirshenblat S.V. Populizm I liberalna demokratia v derzhavah Tsentralno-Shidnoi Evropy // Ukrainskyi naukovyi zhurnal "Osvita regionu" 1-2 (2008): 109-114.
6. Makarenko B.I. Populizm I politicheskie instituty: sravnitelnaia perspektiva // Vestnik obshchestvennogo mnenia. - #1-2(124). – 2017. – s.15-27.
7. Priadko T.M. Suchasnyi populizm zakhidnoevropeiskyyh pravykh partii // Politolohichniy visnyk. – 2014. - #76. – S.359-368.
8. Priadko T.M. Suchasnyi populizm Tsentralno-Skhidnoi Evropy // Science and Education a New Dimension. Humanities and Social Sciences, IV(16), - 2016. – p.20-26..
9. Romaniuk A.S. Populizm I rozvytok partiinoi systemy v Ukraini / A.Romaniuk // Partiina systema suchasnoi Ukrainy: evoliutsia, tendentsii ta perspektyvy rozvytku. Materialy mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii, 24-25 lystopada 2011 r. – K.: Instytut politychnykh ta etnonatsionalnykh doslidzhen im. I.F.Kurasa, 2012. – S.242-258.
10. Fukuyama, F. The end of history? // *The national interest* 16 (1989): 3-18
11. Greven, T., The Rise of Right-wing Populism in Europe and the United States: A Comparative Perspective. Friedrich Ebert Stiftung. 2016 (Accessed at: https://www.fesdc.org/fileadmin/user_upload/publications/RightwingPopulism.pdf)
12. Hart, G. "Gramsci, geography, and the languages of populism." *Gramsci: Space, nature, politics* (2013): 301-320.
13. Inglehart, R., and Norris, P. Trump and the populist authoritarian parties: the silent revolution in reverse. // *Perspectives on Politics* 15, no. 2 (2017): 443–454
14. Kyle, J., Gultchin, L. Populists in Power Around the World. Report. Tony Blair Institute for Global Change. 2018. (Accessed at: <https://institute.global/sites/default/files/articles/Populists-in-Power-Around-the-World-.pdf>)
15. Lipset, S. M., Rokkan, S. Party systems and voter alignments: cross-national perspectives. Free Press. – 1967. - p. 554.
16. Moore, B. Social Origins of Dictatorship and Democracy: Lord and Peasant in the Making of the Modern World, Beacon Press, Boston, 1966.
17. Pappas, T. Populist democracies: Post-authoritarian Greece and post-communist Hungary. // *Government and Opposition* 49, no.1 (2014): 1–23
18. Rensmann, L., Populism and the Remaking of (Il)liberal Democracy in Europe, ' *Politics and Governance* 5, 4 (2017): p.106-111.
19. Rovira Kaltwasser, C., Taggart, P., Ochoa Espejo, P., and Ostiguy, P. Populism: An overview of the concept and the state of the art. // *The Oxford Handbook of Populism*, ed. by Cristóbal Rovira Kaltwasser, Paul Taggart, Paulina Ochoa Espejo and Pierre Ostiguy, chapter 13. Oxford: Oxford University Press, 2017
20. Stanley, B. Populism in Central and Eastern Europe. // *The Oxford Handbook of Populism*, ed. by Cristóbal Rovira Kaltwasser, Paul Taggart, Paulina Ochoa Espejo and Pierre Ostiguy, chapter 13. Oxford: Oxford University Press, 2017
21. Taggart, P. Populism in Western Europe. // *The Oxford Handbook of Populism*, ed. by Cristóbal Rovira Kaltwasser, Paul Taggart, Paulina Ochoa Espejo and Pierre Ostiguy, chapter 13. Oxford: Oxford University Press, 2017.
22. TIMBRO Authoritarian Populism Index. – Data. – 2019. (Accessed at: <https://populismindex.com/tap-2019-online-version-automatically-updated/>)
23. Weyland, K. Neoliberal populism in Latin America and Eastern Europe. In *Comparative Politics* (1999): 379–401.
24. Wills, J. Populism, localism and the geography of democracy. // *Geoforum* 62 (2015): 188-189

Надійшла до редколегії 11.11.19

Калько Андрій Дмитрович,
доктор географічних наук, професор

Яроменко Оксана Володимирівна,
кандидат географічних наук, доцент

Осіпчук Ірина Олегівна,
кандидат географічних наук

Миронець Ніна Ростиславівна,
кандидат історичних наук, доцент

Міжнародний економіко-гуманітарний університет імені
академіка Степана Дем'янчука, м. Рівне, Україна, e-mail:
edissey@meta.ua

Міжнародний економіко-гуманітарний університет імені
академіка Степана Дем'янчука, м. Рівне, Україна, e-mail:
Yaromenko_ov@ukr.net

Міжнародний економіко-гуманітарний університет імені
академіка Степана Дем'янчука, м. Рівне, Україна, e-mail:
osipchukira@ukr.net

Міжнародний економіко-гуманітарний університет імені
академіка Степана Дем'янчука, м. Рівне, Україна, e-mail:
nina_myr@ukr.net

ЯКІСТЬ ЖИТТЯ НАСЕЛЕННЯ РІВНЕНСЬКОЇ ОБЛАСТІ: ГЕОГРАФІЧНИЙ АСПЕКТ

Метою є аналіз загальної задоволеності життям населення Рівненської області за складовими елементами якості життя.

Методика. Використано методику дослідження якості життя населення Ю. Крупнова за такими складовими як демографічне благополуччя, забезпеченість індивідуальними та соціальними умовами життя населення, становище у суспільстві, стан довкілля. Застосовано загальнонауковий й статичний методи, методи системного та структурного аналізу, порівняльно-географічний. Опрацьовано регіональні та загальнодержавні статистичні дані, а також звіти профільних відомств.

Результати. Розкрито теоретико-методологічні засади дослідження якості життя населення. Визначено стан демографічного благополуччя Рівненщини як високий, область має один з найвищих показників народжуваності в Україні та невисокі числа природного скорочення. Оцінка якості життя населення за категорією «здоров'я» є з середніми значеннями по Україні. Найпоширенішими в області є хвороби системи кровообігу та новоутворення й високий показник смертності від травм та отруєння. Показник середньої тривалості життя населення складає 71,6 років та є дещо вищим, ніж в Україні. Забезпеченість населення регіону індивідуальними та соціальними умовами, особливо за економічними показниками є низькою. Спостерігаємо зменшення кількості закладів загальної середньої освіти на теренах області, але зростання числа дошкільних закладів Благоустрій комунікаціями регіону відповідає рівню благоустрою в Україні, і, на нашу думку, свідчить про достатній рівень якості життя населення за даною категорією. Показник середньої заробітної плати у Рівненській області є нижчим від загальноукраїнського. Якість життя населення Рівненщини оцінено як вищу середнього рівня та обґрунтовано найбільш ефективні напрями її зростання: боротьба з бідністю шляхом розширення зайнятості та зниження рівня безробіття; регулювання мінімальної заробітної плати, збільшення пенсій; розробка і реалізація заходів щодо стимулювання розвитку малого та середнього бізнесу тощо.

Наукова новизна. Розкрито географічний аспект рівня задоволеності життям населення досліджуваного регіону. Вперше системно проаналізовано категорію «якість життя» за її структурними елементами на прикладі Рівненської області.

Практична значимість. Результати роботи розкривають рівень задоволеності життя населення Рівненщини у порівняльно-географічному аспекті та заходи щодо його підвищення. Можуть бути використані для аналізу якості життя населення інших регіонів України. Застосовуватися при складанні програм регіонального соціально-економічного розвитку.

Ключові слова: якість життя, населення, рівень задоволеності, регіон.

УДК 911.373.314: (477.84)

Калько Андрей Дмитриевич,
доктор географических наук, профессор

Яроменко Оксана Владимировна,
кандидат географических наук, доцент

Осипчук Ирина Олеговна,
кандидат географических наук

Миронець Нина Ростиславовна,
кандидат исторических наук, доцент

Международный экономико-гуманитарный университет
имени академика Степана Дем'янчука, г. Ровно, Украина,
e-mail: edissey@meta.ua

Международный экономико-гуманитарный университет
имени академика Степана Дем'янчука, г. Ровно, Украина,
e-mail: Yaromenko_ov@ukr.net

Международный экономико-гуманитарный университет
имени академика Степана Дем'янчука, г. Ровно, Украина,
e-mail: osipchukira@ukr.net

Международный экономико-гуманитарный университет
имени академика Степана Дем'янчука, г. Ровно, Украина,
e-mail: nina_myr@ukr.net

КАЧЕСТВО ЖИЗНИ НАСЕЛЕНИЯ РОВЕНСКОЙ ОБЛАСТИ: ГЕОГРАФИЧЕСКИЙ АСПЕКТ

Целью является анализ общей удовлетворенности жизнью населения Ровенской области по составляющим элементам качества жизни.

Методика. Использованная методика исследования качества жизни населения Ю. Крупнова по таким составляющим как демографическое благополучие, обеспеченность индивидуальными и социальными условиями жизни населения, положение в обществе, состояние окружающей среды. Применены общенаучный и статистический методы, методы системного и структурного анализа, сравнительно-географический. Обработаны региональные и общегосударственные статистические данные, а также отчеты профильных ведомств.

Результаты. Раскрыты теоретико-методологические основы исследования качества жизни населения. Определено состояние демографического благополучия Ровенской как высокое, область имеет один из самых высоких показателей рождаемости в Украине и невысокие числа естественного сокращения. Оценка качества жизни населения по категории «здоровье» является со средними значениями по Украине. Самыми распространенными в области есть болезни системы кровообращения и новообразования и высокий показатель смертности от травм и отравления. Показатель средней продолжительности жизни населения составляет 71,6 лет и является несколько выше, чем в Украине. Обеспеченность населения региона индивидуальными и социальными условиями, особенно по экономическим показателям является низкой. Наблюдаем уменьшение количества учреждений общего среднего образования на территории области, но рост числа дошкольных учреждений. Благоустройство коммуникациями региона соответствует уровню благоустройства в Украине, и, по нашему мнению, свидетельствует о достаточном уровне качества жизни населения по данной категории. Показатель средней заработной платы в Ровенской области является ниже общеукраинского. Качество жизни населения Ровенщины определено как высокую среднего уровня и обоснованно наиболее эффективные направления ее роста: борьба с бедностью путем расширения занятости и снижение уровня безработицы; регулирования минимальной заработной платы, увеличение пенсий; разработка и реализация мероприятий по стимулированию развития малого и среднего бизнеса и т.п.

Научная новизна. Раскрыт географический аспект удовлетворенности жизнью населения исследуемого региона. Впервые системно проанализирована категория «качество жизни» за ее структурными элементами на примере Ровенской области.

Практическая значимость. Результаты работы раскрывают уровень удовлетворенности жизни населения Ровенской области в сравнительно-географическом аспекте и меры по его повышению. Могут быть использованы для анализа качества жизни населения других регионов Украины. Применяться при составлении программ регионального социально-экономического развития.

Ключевые слова: качество жизни, население, уровень удовлетворенности, регион.

UDC 911.373.314: (477.84)

Kalko Andriy Dmytrovych,
Doctor of Geographical Sciences, Professor

International University of Economics and Humanities
Academician Stepan Demianchuk, Rivne, Ukraine, e-mail:
edissey@meta.ua

Yaromenko Oksana Volodymyrivna,
Ph.D in Geographical Sciences, Associate
Professor

International University of Economics and Humanities
Academician Stepan Demianchuk, Rivne, Ukraine, e-mail:
Yaromenko_ov@ukr.net

Osipchuk Iryna Olegivna,
Ph.D in Geographical Sciences

International University of Economics and Humanities
Academician Stepan Demianchuk, Rivne, Ukraine, e-mail:
osipchukira@ukr.net

Myronets Nina Rostyslavivna,
Ph.D in History Sciences, Associate
Professor

International University of Economics and Humanities
Academician Stepan Demianchuk, Rivne, Ukraine, e-mail:
nina_myr@ukr.net

LIFE QUALITY OF RIVNE REGION POPULATION: GEOGRAPHICAL ASPECT

The purpose of this paper is to analyze the general life satisfaction of the population of Rivne region by the constituent elements of life quality.

Method. The method of population life quality research of Y. Krupnov was used. The general and static methods, systematic and structural analysis methods, comparative-geographical method have been applied. The regional and national statistics, profile agencies reports have been compiled.

Results. The state of demographic well-being of Rivne region is defined as high, the region has one of the highest fertility rates in Ukraine and low numbers of natural decline. The assessment of the quality of life of the population in the category of "health" is with average values in Ukraine. The most common in the region are circulatory system diseases and neoplasms and a high mortality rate from injuries and poisoning. The average life expectancy of the population is 71.6 years and is slightly higher than in Ukraine. The security of the population of the region by individual and social conditions, especially by economic indicators, is low. There is a decrease in the number of general secondary education institutions in the region, but the increase in the number of preschool

institutions Improvement in the region's communications corresponds to the level of improvement in Ukraine, and, in our opinion, indicates a sufficient level of quality of life for the population in this category. The average wage in the Rivne region is lower than the national average. The quality of life of the population of Rivne region is estimated as above average and the most effective directions of its growth are substantiated: the fight against poverty through expansion of employment and reduction of the unemployment rate; regulation of the minimum wage, increase of pensions; development and implementation of measures to stimulate the development of small and medium-sized businesses, etc.

Scientific novelty. The geographical aspect of the level of population life satisfaction of the studied region is revealed. For the first time the category "life quality" was systematically analyzed by its structural elements on the example of Rivne region.

Practical importance. This research results reveal the level of life satisfaction of the population of Rivne region in comparative-geographical aspect and measures to increase it. They can be used to analyze the life quality of the other Ukraine regions population. They can be applied in drawing up programs of regional socio-economic development.

Keywords: life quality, population, satisfaction level, region.

Постановка проблеми. Соціальна спрямованість регіональної політики в Україні обумовлює необхідність всебічного розгляду та вивчення якості життя населення, оскільки зростає диспропорція в різних сферах життя суспільства. Саме поняття «якість життя» має велике значення для визначення ступеня задоволення людини її існуванням у сучасному світі. Важливим є відстежити динаміку змін якості життя населення за певними критеріями, з метою аналізу та вчасного застосування заходів для вирівнювання диспропорцій у розвитку певних територій. Сьогодні якість життя населення визнано однією з пріоритетних та головних характеристик рівня суспільного розвитку регіонів різного масштабу, тому вивчення «якості життя» населення Рівненської області є своєчасним.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Проблеми якості життя населення висвітлено в працях О. Власюка, В. Горбатова, А. Колота, Ю. Крупнова, С. Корецької, Є. Лібанової, Т. Нич, В. Пономаренко, І. Проніної та інших [2-8]. Проте географічні аспекти якості життя населення Рівненської області залишаються не вивченими.

Метою статті є аналіз загальної задоволеності життям населення Рівненської області за складовими елементами якості життя. Для досягнення мети були поставлені **завдання:** розкрити концептуальні засади забезпечення якості життя населення регіону; виявити диспропорції у якості життя населення Рівненської області за компонентами «якості життя» в порівняльно-географічному аспекті; розкрити рівень задоволеності життя індивідуальними та соціальними умовами населення Рівненщини.

Виклад основного матеріалу. Якість життя населення у XXI ст. визнано однією з головних характеристик рівня суспільного розвитку більшості країн світу. Проте суть поняття «якість життя» залишається неоднозначним з погляду науковців. До прикладу, якість життя населення розглядають як систему, що функціонує в певному соціально-економічному середовищі і взаємодіє з іншими [2]. Виходять й з тлумачення, що «якість життя» являє собою суб'єктивну оцінку ступеня задоволення матеріальних і духовних потреб людей (задоволеність житлом, матеріальним становищем, відпочинком, харчуванням, станом здоров'я, роботою і т. д.) [7]. Соціально-економічна географія як наука трактує «якість життя» як інтегральну категорію, що відбиває єдність суб'єктивної й об'єктивної оцінок різних умов життєдіяльності населення і його якісних характеристик у конкретному культурно-історичному, територіальному й ресурсному контексті [8].

Під час дослідження за основу взято методику вивчення якості життя, запропоновану Ю. Крупновим, згідно якої роль соціальних стандартів в управлінні якістю життя характеризується наступними блоками параметрів: 1) здоров'я населення й демографічне благополуччя, оцінка за природним відтворенням, тривалістю життя та рівнем народжуваності; 2) індивідуальними і соціальними умовами життя (задоволеність населення житлом, харчуванням, роботою, доступністю освіти й охорони здоров'я, безпекою існування, економічним благополуччям тощо); 3) оцінка духовного стану суспільства, серед яких порушення загальнолюдських та моральних підвалин, соціальних аномалій. Враховано число творчих ініціатив та інноваційних проектів [5].

Виходячи з розглянутої методики оцінки якості життя населення та складових її категорій здійснено аналіз на прикладі Рівненської області.

Аналіз демографічного благополуччя, вимагає вивчення показників народжуваності, смертності та природного приросту населення в динаміці. З 2012 року на Рівненщині відбувається дещо спад народжуваності населення, що пов'язане з нестабільною соціально-економічною ситуацією в регіоні та складною військово-політичною ситуацією в країні. Станом на 2017 р. у Рівненській області народилося 14371 осіб. За останні п'ять років помічається зменшення кількості народжених дітей на 21,5%. Загальна оцінка кількості померлих засвідчує, що у 2012 р. показник смертності складав 14032 осіб за рік. Прослідковується зростання числа померлих осіб, проте з міграційним потоком, який розпочався з 2013 року, сумарна кількість смертей порівняно з фактичним населенням не перевищує 15000 осіб/рік на сьогодні [1]. Висока смертність відображає низький рівень життя населення як результат неправильного харчування, зростання захворюваності, низького рівня медичних послуг, здорожчання у сфері охорони здоров'я, недостатнього матеріального благополуччя тощо. Таким чином, у Рівненській області у 2017 році процес природного приросту набув вектору природного скорочення порівняно з попереднім роком [9]: зменшився природний приріст з +1,0 до -0,2 на 1000 осіб. Природне поновлення населення зберігається лише у Березнівському, Володимирецькому, Рокитнівському, Сарненському районах та містах Рівне і Вараш. Але, незважаючи на дещо негативні показники природного приросту, Рівненщина відноситься до областей з високим показовим демографічного благополуччя, маючи один з найвищих показників народжуваності в Україні (рис. 1.1). Варто зауважити, що у 2017 році у 17 областях України спостерігалось міграційне скорочення в тому числі й у Рівненській області (-1827 ос.) [3]. Здоров'я населення регіону можна оцінювати за таким показником, як середня тривалість життя. На Рівненщині даний показник складає 71,6 років та є дещо вищим, ніж в Україні. За останні п'ять років помічено зниження показника смертності населення працездатного віку (з 40 до 39 на 10 тис. осіб) [9]. У 2017 році порівняно з минулим 2016 роком серед усього населення Рівненщини спостерігається зниження рівня поширеності захворюваності (19035,3 до 18907,8 на 10 тис. осіб) та первинної захворюваності (з 7587 до 7514,9 на 10 тис. осіб.). Найвищою є поширеність хвороб системи кровообігу і у 2017 р. становила 489,8 випадків на 1000 осіб [6]. На жаль, кількість новоутворень має стійку тенденцію до збільшення протягом останніх років і становить 47,1 випадків на 1000 осіб, що характеризує Рівненщину з високим показником злоякісних новоутворень (за п'ять останніх років зросла на 6,2%) у Західному регіоні й, відповідно, зростанням контингенту онкохворих. Спостерігаємо стабілізацію показників, що характеризують ураженість населення активними формами туберкульозу в динаміці за останні п'ять років (ураженість знизилась на 39%, захворюваність – на 31% [6;9]).

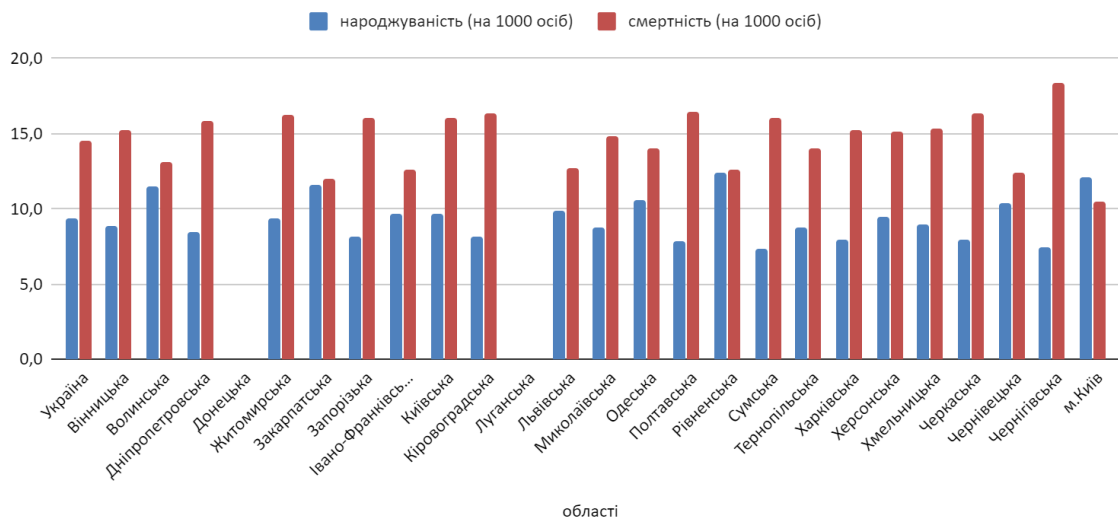


Рис. 1.1. Загальні коефіцієнти народжуваності та смертності населення по регіонах України (%) (2017 р.) [3]

Знизилася і смертність серед населення від туберкульозу. Серед хвороб, від яких найбільше помирають на Рівненщині, є хвороби системи кровообігу, новоутворення та високий показник смертності від травм і отруєнь. Зовнішніми чинниками викликані близько 5% смертей у регіоні. Найпоширеніший зовнішній фактор загибелі, це самогубство. Дорожньо-транспортні пригоди займають вагоме місце серед зовнішніх чинників смертності, від яких щороку гине 12 осіб на кожні сто тисяч осіб населення [9]. Таким чином, зростання онкозахворюваності та й захворюваності на туберкульоз залишається важливою медико-біологічною і соціально-економічною проблемою Рівненщини. Кількість лікарняних закладів в області скорочується, лікарських амбулаторно-поліклінічних закладів та лікарів не вистачає на фактичне населення області. Висока вартість якісного обстеження в клініках, нестача коштів для своєчасної діагностики та необхідного лікування й недовіра населення до системи охорони здоров'я теж слугують причинами невтішної динаміки захворюваності та смертності серед населення регіону.

За даними Держстату України найбільша частка населення, яке оцінило стан свого здоров'я як «добрий» (2017 р.) спостерігалася у Львівській, Тернопільській, Чернівецькій, Івано-Франківській, Закарпатській, Київській, Одеській та Волинській областях (66–56%), а найнижча – у Дніпропетровській, Запорізькій Черкаській, Чернігівській та Харківській областях (42–34%). 51% мешканців Рівненської області оцінюють свій стан здоров'я як середній, 22% скаржаться на погане здоров'я і лише 2% населення вважають свій стан здоров'я як дуже добрий [3]. Тому, вважаємо, що оцінка якості життя населення за категорією «здоров'я» у Рівненській області має середні значення по Україні.

Суспільно-географічний аналіз забезпеченості освітньо-культурними закладами, що відображають рівень та ступінь задоволеності населення індивідуальними та соціальними умовами життя в регіоні, засвідчує, що в динаміці спостерігається зменшення кількості закладів загальної середньої освіти (на 52 заклади у 2017 році порівняно з 2012 р.) та зростання (на 64) дошкільних закладів [9]. Завантаженість учнями певних шкіл є дуже високою, зокрема це дуже помітно у м. Рівне, Рокитнівському, Сарненському, Рівненському й Володимирецькому районах, для яких характерна висока народжуваність населення. Рівненщина чи не єдина серед західних областей України, де навчання у деяких школах здійснюється у дві зміни. Отже, показник забезпеченості у 2017 році дошкільними закладами у Рівненській області складає 3,5% від кількості закладів в Україні, 4% від загальної забезпеченості загальноосвітніми навчальними закладами та 4,2% становлять професійно-технічні освітні заклади. Забезпеченість населення Рівненській області закладами I-IV рівнів акредитації Рівненщини вважаємо достатнім. В області діє програма розвитку культури та мистецтва, згідно з якою здійснений комплекс організаційних та економічних заходів з метою забезпечення населення культурними послугами на сучасному рівні. Лише протягом 2017/18 року кількість глядачів на виставах становила 136,8 тис. осіб, кількість слухачів на концертах 41,5 тис. осіб, а число відвідувачів музеїв на Рівненщині склало 256,1 тис. осіб [9].

Житловий фонд в Україні у середньому на одного жителя 23,3 (м²). Станом на 2017/18 загальна площа житлового фонду на Рівненщині складає 25,9 млн. м² [3]. Аналізуючи забезпеченість жителів регіону комунікаціями, які є одним із показників благоустрою регіону, простежуємо, що жителі регіону найкраще забезпечені газом. Благоустрій комунікаціями відповідає рівню благоустрою в Україні, і, на нашу думку, свідчить про достатній рівень якості життя населення за даною категорією.

На нинішньому етапі розвитку суспільства найбільшу увагу за складовими якості життя населення привертають регіональні розбіжності у життєвих стандартах й доходах. Сукупність доходів, їхній рівень та структура є основними показниками добробуту населення регіону. Згідно даних Державної служби статистики в Україні наявний дохід в розрахунку на одну особу у Рівненській області у 2017 р. складав 38881,8 грн. Цей показник є нижчим, ніж в середньому по Україні (45762,7) на 6880,9 грн. Для порівняння у сусідній Житомирській області (41786,6) дохід на 2904, 8 грн. перевищує дохід на одну

особу у Рівненській області, у сусідній Волинській області практично не відрізняється (38068,7) [3].

Територіальні громади Рівненської області реалізують модель накопичення та витрат власних прибутків. Найбільше (40%) у структурі доходів Рівненщини складає заробітна плата, 37 % припадає на соціальну допомогу. Найвищими є витрати населення Рівненщини на придбання товарів та послуг (93%). Така структура витрат визначається зменшенням економічно активного населення, зростанням безробіття, невисоким рівнем соціально-економічного розвитку тощо. Аналізуючи добробут населення зауважимо, що в динаміці з 2000 року число економічно активного населення в області та кількість зайнятих зменшується, кількість безробітних та економічно неактивного населення зростає, що засвідчує про несприятливу зайнятість та економічну активність на теренах краю. 8,6% економічно активного населення регіону серед працездатного населення Рівненщини є безробітними. Показник середньої заробітної плати у Рівненській області (станом на 2017 рік складав 6013 грн) є нижчим від загальноукраїнського (9160,62 грн) [9]. Структура витрат відображає ступінь задоволеності за різними категоріями якості життя населення. Більше 50% усіх витрат населення області здійснює на продукти харчування та безалкогольні напої. Досить низькими є витрати на освіту, культуру, відпочинок та охорону здоров'я.

Вважаємо, що забезпеченість населення Рівненщини індивідуальними та соціальними умовами, що найкраще висвітлюють добробут в регіоні, особливо за економічними показниками є низькою. Проте, за умови економічного зростання за рахунок аграрно-промислового розвитку, розвитку туристичної діяльності та інших галузей, які є прибутковими для області та, водночас, за умови збільшення інвестиційно-інноваційної діяльності, Рівненщина має усі перспективи підвищити якість життя населення.

Середовище проживання суспільства, суспільна нерівність, його духовний стан та громадська безпека входять до складу категорії «якість життя». Доцільним є оцінювати частоту порушень загальнолюдських моральних підвалин, соціальних аномалій тощо. Злочинність в області станом на 01.12.2017 року порівняно з 2016 роком знизилась на 5%. В 2017 році в Рівненській області було зареєстровано 11412 правопорушень [4]. Варто зауважити й про такі соціальні проблеми як захворюваність на психози та алкогольну залежність. На Рівненщині даний показник оцінюємо як високий (близько 113,5 на 100 тис. осіб). СНІД/ВІЛ та наркоманія набувають соціального прогресивного характеру. Проте, якщо середньому у 2017 р. в Україні цей показник захворюваності складав 100-500 випадків на 100 000 населення, то в Рівненській області лише 20 випадків [1]. Спектр соціальних негараздів у регіоні досить широкий. Скажімо, 98% всіх сиріт області є соціальними сиротами. Проте, Рівненщина з низьким рівнем урбанізації та високим рівнем духовності населення, поряд із сусідніми західними областями, має більш сприятливу «атмосферу соціуму» порівняно з більш високоурбанізованим населенням областей півдня і сходу України.

Важливою проблемою довкілля є забруднення атмосферного повітря. Збільшення обсягів викидів забруднюючих речовин в атмосферне повітря стаціонарними джерелами у 2017 році пов'язана з використанням замість газу інших видів палива [10]. З початку 2014 року в північних районах Рівненщини ведеться нелегальний видобуток бурштину, що призвело до виникнення зони екологічного лиха. Проте порівняно з іншими областями України стан навколишнього природного середовища є доволі задовільним.

Висновки. На сьогодні проблема підвищення якості життя населення в Україні залишається невирішеною в загальному контексті та на регіональному рівні зокрема. Вважаємо, що якість життя в області варто оцінити як вищу середнього рівня. Найбільш ефективними напрямками підвищення якості життя населення у Рівненській області є боротьба з бідністю шляхом розширення зайнятості та зниження рівня безробіття; регулювання мінімальної заробітної плати, збільшення пенсій; розробка й реалізація заходів щодо стимулювання розвитку малого та середнього бізнесу тощо. Для Рівненщини важливим є підняття соціально-економічного рівня, що концентруватиме фінансові,

адміністративно-управлінські та людські ресурси. Варто зауважити, що для більш повного аналізу якості життя необхідно враховувати не лише статистичні дані, а й дані соціологічних досліджень, що можуть дещо коригувати результати якості життя населення.

Список використаних джерел

1. Головне управління статистики в Рівненській області [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.gusrv.gov.ua/>
2. Горбатов В. М. Уровень и качество жизни населения АРК / В. М. Горбатов, В. С. Пономаренко, Н. А. Кизим. – Х. : ИД «ИНЖЕК», 2005. – 240 с.
3. Державна служба статистики України. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
4. Злочинність в Україні: Стат. зб. 2017 р. / Держкомстат України. – К., 2018. – 126 с.
5. Нич Т. В. Якість життя населення Хмельницької області: сучасний стан та перспективи // Економічна та соціальна географія: Наук. зб. / [Ред. кол.: С. І. Ішук (відп. ред.) та ін.] – 2014. – Вип. 2 (70). – 326 с.
6. Офіційний сайт Рівненської обласної державної адміністрації [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.rv.gov.ua/>
7. Пономаренко В. С. Рівень і якість життя населення України: моногр. / В. С. Пономаренко, М. О. Кизим, Ф. В. Узунов. – Х. : ВД «ИНЖЕК», 2003. – 266 с.
8. Проніна І. І. Аналіз рівня життя населення України // Регіональні аспекти розвитку і розміщення продуктивних сил України / І. І. Проніна. Зб. наук. пр. – Тернопіль: Економічна думка. – 2003. – Вип. 2. – С. 303–307.
9. Рівненщина 2017: Статистичний щорічник Рівненської області / Рівненське обласне управління статистики; За заг. ред. Ю. В. Мороза. – Рівне, 2016. – 446 с.
10. Яроменко О.В. Екологічний моніторинг урбосистеми Рівного / О.В. Яроменко, Р.С. Замага, І.М. Плечій // Регіональні гео-екологічні проблеми в умовах сталого розвитку. Збірник наукових праць III Міжнар. наук.-практ. Конференції (Рівне, 18-20 жовтня 2018 р.) / Голова редкол. проф. Д.В. Лико. – Рівне, 2018. – С.406 – 410.

Список использованных источников

1. Главное управление статистики в Ровенской области [Электронный ресурс]. – Режим доступа: <http://www.gusrv.gov.ua/>
2. Горбатов В. М. Уровень и качество жизни населения АРК / В. Горбатов, В. С. Пономаренко, Н. А. Кизим. – Х.: ИД «ИНЖЕК», 2005. – 240 с.
3. Государственная служба статистики Украины. [Электронный ресурс]. - Режим доступа: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
4. Нич Т. В. Качество жизни населения Хмельницкой области: современное состояние и перспективы // Экономическая и социальная география: Наук. сб. / [Ред. кол.: С. И. Ишук (отв. ред.) и др.] – 2014. – Вип. 2 (70). – 326 с.
5. Официальный сайт Ровенской областной государственной администрации [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.rv.gov.ua/>
6. Пономаренко В. С. Уровень и качество жизни населения Украины: монография. / В. С. Пономаренко, Н. А. Кизим, Ф. В. Узунов. – Х.: ИД «ИНЖЕК», 2003. – 266 с.
7. Преступность в Украине: Стат. сб. 2017 / Госкомстат Украины. – М., 2018. – 126 с.
8. Пронина И. Анализ уровня жизни населения Украины // Региональные аспекты развития и размещения производительных сил Украины / И. И. Пронина. Сб. наук. пр. - Тернополь: Экономическая мысль. – 2003. – Вип. 2. – С. 303– 307.
9. Ровенщина 2017: Статистический ежегодник Ровенской области / Ровенский областное управление статистики; Под общ. ред. Ю. В. Мороза. – Ровно, 2016. – 446 с.
10. Яроменко А.В. Экологический мониторинг урбосистемы Ровно / А.В. Яроменко, Р.С. Замага, И.М. Плечий // Региональные геоэкологические проблемы в условиях устойчивого развития. Сборник научных трудов ИИИ Междунар. научно-практической. Конференции (Ровно, 18-20 октября 2018) / Глава редкол. проф. Д.В. Лыко. – Ровно, 2018. – С.406 – 410.

References

1. Crime in Ukraine: Stat. 2017 / State Statistics Committee of Ukraine. – К., 2018. – 126 p.
2. Gorbатов V.M. The level and quality of life of the population of the ARC / V.M. Gorbатов, V.S. Ponomarenko, N.A. Kizim. – H.: INZHEK ID, 2005. – 240 p.
3. Main department of statistics in the Rivne region [Electronic resource]. – Access mode: <http://www.gusrv.gov.ua/>
4. Nich T.V. Quality of life of the population of Khmelnytsky region: current status and prospects // Economic and social geography: Sciences. Sat. / [Ed. col.: SI Ischuk (ed.), etc.] – 2014. – Iss. 2 (70). – 326 p.
5. Official site of Rivne Regional State Administration. – [Electronic resource]. Access mode: <http://www.rv.gov.ua/>
6. Ponomarenko V.S. Level and quality of life of Ukrainian population: monogr. / V.S. Ponomarenko, M.A. Kizim, F.V. Uzunov. – H.: VD "INZHEK", 2003. – 266 p.
7. Pronina I. Analysis of the standard of living of the population of Ukraine // Regional aspects of development and deployment of productive forces of Ukraine / I.I. Pronina. Coll. of sciences. – Ternopil: Economic thought. – 2003. – Vip. 2, pp. 303– 307.
8. Rivne Region 2017: Statistical Yearbook of Rivne Region / Rivne Regional Statistics Office; For the title. ed. Yu. V. Frost. – Exactly, 2016. – 446 p.
9. State Statistics Service of Ukraine. – [Electronic resource]. – Access mode: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
10. Yaromenko O.V. Ecological monitoring of the urban system of Rivne / O.V. Yaromenk, R.S. Zamage, I.M. Shoulder // Regional geo-ecological problems in conditions of sustainable development. Collection of Scientific Papers of IIN International. scientific and practical. Conference (Exactly, October 18-20, 2018) / Head of the editorial board. prof. D.V. Lyko. – Exactly, 2018. – P.406– 410.

Надійшла до редколегії 14.11.19

Ващенко Олександра Володимирівна

Київський національний університет імені Тараса
Шевченка, Київ, Україна

ВНУТРІШНЬО ТЕРИТОРІАЛЬНІ ВІДМІННОСТІ ФОРМУВАННЯ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ КИЇВСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Мета. Метою даної статті є виявлення внутрішніх територіальних відмінностей формування трудового потенціалу Київської області.

Методика. Методологічною базою дослідження є основи географо-статистичного аналізу. Основними методами дослідження є факторний аналіз та індексний метод. Факторний аналіз застосовано для виявлення прихованих взаємозв'язків і структури у масиві даних. Виділені зв'язки між фактори інтерпретовано в територіальному відношенні. З цією метою для кожного із випадків розраховуються коефіцієнти факторів, які демонструють просторовий розподіл впливу досліджуваного фактора. Індексний метод забезпечує порівнюваність і нормалізацію вхідних даних для статистичного аналізу є. Виведено інтегральні показники динаміки складних суспільно-географічних процесів у часі і просторі, а також подолання проблеми впливу чинників на динаміку досліджуваного явища. За допомогою індексів визначена динаміка головних показників трудового потенціалу Київської області, порівняно параметри різних показників, виявлено вплив конкретних факторів на зміну параметрів.

Результати. Визначено підходи до суспільно-географічної оцінки територіальних відмінностей формування трудового потенціалу Київської області. Визначено фактори, які їх визначають та інтегральний індекс розвитку трудового потенціалу регіону. Встановлено існування чіткої диференціації районів Київського регіону за інтегральним рангом розвитку трудового потенціалу. Виділено 3 групи за рівнем розвитку трудового потенціалу: • райони-лідери за рівнем розвитку трудового потенціалу; • буферні райони за рівнем розвитку трудового потенціалу; райони-аутсайдери за рівнем розвитку трудового потенціалу.

Наукова новизна. Наукова новизна полягає у виявленні територіальних відмінностей у формуванні трудового потенціалу Київської області. Удосконалена оцінка чинників формування та використання трудового потенціалу регіону та виявлено основні агломеровані суспільно-географічні фактори формування та розвитку трудового потенціалу Київської області.

Практична значимість. Дане дослідження є основою для проведення комплексного суспільно-географічного аналізу формування та розвитку трудового потенціалу регіону. Виявленні та проаналізовані фактори формування трудового потенціалу Київської області, виявлені просторові особливості використання трудового потенціалу шляхом типізації адміністративних районів за відповідними їх атрибутами. Розроблена методика може бути основою для подальших суспільно-географічних досліджень трудового потенціалу в Україні. Його результати будуть базисом для подальших досліджень процесів формування та використання трудового потенціалу регіонів, стратегування соціально-економічного розвитку Київської області у частині оптимізації використання наявних трудових ресурсів.

Ключові слова. трудовий потенціал, інтегральний індекс, фактор, Київська область.

УДК 911.3:316:331:(337-06)

Ващенко Александра Владимировна

Киевский национальный университет имени Тараса
Шевченко, Киев, Украина

ВНУТРЕННЕ ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЕ РАЗЛИЧИЯ ФОРМИРОВАНИЯ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦИАЛА КИЕВСКОЙ ОБЛАСТИ

Цель. Целью данной статьи является выявление внутренних территориальных различий формирования трудового потенциала Киевской области.

Методика. Методологической базой исследования является основы географо-статистического анализа. Основными методами исследования являются факторный анализ и индексный метод. Анализ применен для выявления скрытых взаимосвязей и структуры в массиве данных. Выделенные связи между факторами интерпретированы в территориальном отношении. С этой целью для каждого из случаев рассчитаны коэффициенты факторов, которые демонстрируют пространственное распределение влияния исследуемого фактора. Индексный метод обеспечивает сопоставимость и нормализацию входных данных для статистического анализа. Выведены интегральные показатели динамики сложных общественно-географических процессов во времени и пространстве, а также решения проблемы влияния факторов на динамику изучаемого явления. С помощью индексов определена динамика основных показателей трудового потенциала Киевской области, по сравнению параметры различных показателей, выявлено влияние конкретных факторов на изменение параметров.

Результаты. Определены подходы к общественно-географической оценке территориальных различий формирования трудового потенциала Киевской области. Определены факторы, которые их

определяют и интегральный индекс развития трудового потенциала региона. Установлено существование четкой дифференциации районов Киевского региона по интегральному рангу развития трудового потенциала. Выделены 3 группы по уровню развития трудового потенциала: • районы-лидеры по уровню развития трудового потенциала; • буферные районы по уровню развития трудового потенциала; районы-аутсайдеры по уровню развития трудового потенциала.

Научная новизна. Научная новизна заключается в выявлении территориальных различий в формировании трудового потенциала Киевской области. Усовершенствована оценка факторов формирования и использования трудового потенциала региона и выявлены основные агломерированные общественно-географические факторы формирования и развития трудового потенциала Киевской области.

Практическая значимость. Данное исследование является основой для проведения комплексного социально-географического анализа формирования и развития трудового потенциала региона. Выявлены и проанализированы факторы формирования трудового потенциала Киевской области, пространственные особенности использования трудового потенциала путем типизации административных районов по соответствующим их атрибутам. Разработанная методика может быть основой для дальнейших общественно-географических исследований трудового потенциала в Украине. Его результаты будут базисом для дальнейших исследований процессов формирования и использования трудового потенциала регионов, стратегирование социально-экономического развития Киевской области в части оптимизации использования имеющихся трудовых ресурсов.

Ключевые слова. трудовой потенциал, интегральный индекс, фактор, Киевская область.

UDC 911.3:316:331:(337-06)

Vashchenko Oleksandra Volodymyrivna

Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv, Ukraine

INTERNAL TERRITORIAL DIFFERENCES IN THE DEVELOPMENT OF KYIV OBLAST LABOR POTENTIAL

Aim. Aim of this article is to identify internal territorial differences in the development of Kyiv oblast labor potential.

Methodology. Basics of geographical statistical analysis shaped the methodological framework of the research. Main research methods include factor analysis and index method. The analysis is used to identify hidden relationships and structure in the data array. The distinguished relationships between the factors are interpreted territorially. For this purpose, for each of the cases, factor coefficients are calculated that demonstrate the spatial distribution of the influence of the studied factor. The index method provides comparability and normalization of input data for statistical analysis. The integral indicators of the dynamics of complex social geographic processes in time and space, as well as the solutions to the problem of the influence of factors on the dynamics of the phenomenon under study, are derived. Using indices, we determined the dynamics of the main indicators of the labor potential of the Kiev region, compared the parameters of various indicators, revealed the influence of specific factors on the change in parameters.

Findings. This research allowed to define approaches suitable for social and geographical evaluation of territorial differences in the development of Kyiv oblast labor potential. Factors that define such differences, as well as an integral index of region's labor potential development were also identified. The existence of a clear differentiation of the districts of the Kiev region by the integral rank of the development of labor potential is established. 3 groups were identified by the level of development of labor potential: • leading regions by the level of development of labor potential; • buffer areas according to the level of development of labor potential; outsider districts by the level of development of labor potential.

Scientific novelty. Scientific novelty lies in the identification of the territorial differences in the development of Kyiv oblast labor potential. The assessment of the factors of formation and use of the labor potential of the region has been improved and the main agglomerated socio-geographical factors of the formation and development of the labor potential of the Kiev region have been identified.

Practical significance. This research establishes the bases for conducting a comprehensive social and geographic analysis of the establishment and development of region's labor potential. The factors of the formation of the labor potential of the Kiev region, the spatial features of the use of labor potential by typing administrative regions according to their respective attributes, were identified and analyzed. The developed methodology can be the basis for further socio-geographical studies of labor potential in Ukraine. Findings of this study can be used as the foundation for further research on the processes related to establishment and utilization of regions' labor potential, as well as strategizing social and economic development of Kyiv oblast in terms of optimizing the use of available labor resources.

Key words: labor potential, integral index, factor, Kyiv oblast.

Постановка проблеми. Дослідження рівня розвитку трудового потенціалу районів Київської області допоможе виявити мозаїку трудового потенціалу регіону. А також, встановити вклад кожного району до сукупного трудового потенціалу області.

Визначення внутрішніх відмінностей розвитку трудового потенціалу Київської області необхідне для формування та реалізації ефективної стратегії її розвитку.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Існують різні підходи до виділення та аналізу факторів формування трудового потенціалу регіону. Так, Слівінською Н. виділено такі групи факторів, що впливають на формування та використання трудового потенціалу на регіональному рівні:

1) національні (макрочинники), що визначають умови формування національного ринку праці, загальні соціально-економічні умови (становлення і розвиток системи ринкових відносин, приватизація власності, переорієнтація інвестиційної і структурної політики, структурні зрушення в економіці тощо);

2) регіональні, впливають на формування і використання трудового потенціалу в регіоні. До них належать: а) демографічні: статеві-вікова структура населення, природний рух населення, стан здоров'я, сімейний стан, кількість дітей у родині, рівень урбанізації; б) соціально-економічні: рівень освіти та професійно-кваліфікаційної підготовки, умови праці та рівень організації праці, рівень оплати праці та його співвідношення з прожитковим мінімумом (наявність інших джерел доходу, крім зарплати), потреба в робочій силі, можливість працевлаштування після перекваліфікації; в) соціально-психологічні: мобільність робочої сили, підприємницька мотивація, самоустановка на режим праці (орієнтація на часткову, повну чи вторинну зайнятість); г) техніко-економічні: науково-технічний прогрес і ступінь розвитку гнучких форм організації виробництва, зайнятості. Всі перераховані вище чинники взаємопов'язані між собою і визначають умови для ефективної реалізації трудового потенціалу в регіоні;

3) внутрішньогалузеві (господарська спеціалізація району (області), обсяг випущеної продукції чи виконаних послуг, рівень промислового розвитку регіону, рівень механізації та комп'ютеризації праці та інші);

4) внутрішньовиробничі (спеціалізація підприємства, структура підприємства, кількість робочих місць, темпи росту продуктивності праці, конкурентоспроможність продукції, що виробляється, заробітна плата) [4].

Інші вчені теж пропонують свої класифікації чинників (факторів) формування та використання трудових ресурсів [1, 2, 3, 5, 6], що в загальному перегукуються між собою.

Виділення невирішених раніше частин загальної проблеми. Незважаючи на активізацію досліджень трудового потенціалу регіону в останній час, недостатньо розробленими залишаються питання визначення факторів його формування, виникнення територіальних відмін.

Формулювання цілей статті. Саме тому, метою даної статті є факторний аналіз та розрахунок інтегрального індексу розвитку трудового потенціалу Київської області. Основними завданнями статті є виявлення внутрішніх територіальних відмінностей у формуванні трудового потенціалу Київської області як підґрунтя для написання відповідних частин стратегії її соціально-економічного розвитку.

Вклад основного матеріалу. Трудовий потенціал регіону та його геотаксономічних рівнів – це складна система, що сформувалась на певній території та складається із взаємопов'язаних підсистем, які включають в себе якісні та кількісні характеристики трудового потенціалу, що динамічно змінюються під дією соціальних, економічних, політичних та інших факторів. В даному дослідженні система трудового (працересурсного) потенціалу складається із 4 тематичних блоків (підсистем) розвитку трудового потенціалу, які об'єднують 13 показника-індикатора формування та використання трудового потенціалу у мікрорегіональному вимірі (табл.1).

Екологічний блок включає в себе параметри стану навколишнього середовища та догляду за ним, що безумовно впливає на життєвий потенціал трудових ресурсів.

Блок культури характеризує забезпеченість трудових ресурсів можливістю культурно розвиватись.

Демографічному блоку описує чисельність, відтворення, мобільність та вікову структуру населення.

Економічний блок характеризує наявні економічні умови, в яких реалізується трудовий потенціал.

Таблиця 1.

Система «трудова потенціал регіону» та її складові у мікрорегіональному вимірі (за даними Укрстату)

Блоки	Показники-індикатори розвитку трудового потенціалу регіону	
Екологічний блок	x_1	викиди забруднюючих речовин в атмосферне повітря від стаціонарних джерел забруднення у 2016 р., т
	x_2	утворення відходів I-IV класів небезпеки у 2016 р., т
	x_3	поточні витрати на охорону навколишнього природного середовища у 2016 р., тис. грн.
Блок культури	x_4	кількість місць у клубних закладах на 100 осіб населення у 2016 році, місць
	x_5	бібліотечний фонд на 1000 осіб населення у 2016 р., прим.
Демографічний блок	x_6	чисельність наявного населення на 01.01.2017 р., осіб
	x_7	демографічне навантаження особами молодше і старше працездатного віку (0-14 років та 65 років і старше) на 1000 осіб працездатного віку (15-64 роки) на 01.01.2017 р., осіб
	x_8	природне скорочення населення на 1000 наявного населення у 2016 р., осіб
	x_9	міграційний приріст (скорочення) на 10 тис. наявного населення у 2016 р., осіб
Економічний блок	x_{10}	капітальні інвестиції на одну особу у 2016 р., грн.
	x_{11}	середньомісячна заробітна плата штатних працівників у 2016 р., грн.
	x_{12}	кількість зареєстрованих безробітних (район разом з містом) у розрахунку на 1000 осіб на кінець 2016 р., осіб
	x_{13}	навантаження на одне вільне робоче місце (вакансію) на кінець 2016 р. (район разом з містом), осіб

Для комплексного дослідження рівня розвитку трудового потенціалу Київської області було розраховано інтегральний ранг розвитку трудового потенціалу для кожного із 24 мікрорегіонів (без Поліського району через відсутність повного набору даних). Даний розрахунок здійснювався у декілька кроків.

Крок 1. Нормалізація показників-індикаторів (враховуючи їх стимулюючий чи дестимулюючий вплив).

Показники-стимулятори, зростання яких має сприятливий вплив на розвиток трудового потенціалу мікрорегіону, пронормовані за формулою:

$$Z_j = \frac{x_j - x_{\min}}{x_{\max} - x_{\min}},$$

де:

x_j – значення j -го показника в певному мікрорегіоні;

$x_{\min}$ – мінімальне значення j -го показника по всіх мікрорегіонах;

$x_{\max}$ – максимальне значення j -того показника по всіх мікрорегіонах;

Z_j – нормоване значення j -го показника в певному мікрорегіоні, має значення від 0 до 1.

Показники-дестимулятори, зростання яких має негативний вплив на розвиток трудового потенціалу мікрорегіону, пронормовані за формулою:

$$Z_j = \frac{x_{\max} - x_j}{x_{\max} - x_{\min}}$$

Результати розрахунку блочних індексів, ранжування та інтегрального рангу за районами Київської області

Мікрорегіони (райони)	Прядок сусідства району відносно Києва	I_1	I_2	I_3	I_4	R_1	R_2	R_3	R_4	IR
Бориспільський	1	0,649105	0,177436	0,397176	0,735936	19	22	4	2	47
Броварський	1	0,68864	0,253691	0,388066	0,701387	5	20	5	4	34
Вишгородський	1	0,695567	0,183606	0,56156	0,698366	4	21	2	5	32
К.-Святошинський	1	0,703921	0	1	0,756732	3	24	1	1	29
Обухівський	1	0,12577	0,569224	0,222358	0,589179	24	9	19	7	59
Барішівський	2	0,642701	0,389886	0,327748	0,528975	20	17	9	11	57
Білоцерківський	2	0,652365	0,656957	0,376394	0,35382	18	6	7	20	51
Борodianський	2	0,846632	0,161405	0,518651	0,577838	2	23	3	8	36
Васильківський	2	0,679945	0,365584	0,29771	0,498581	8	18	12	14	52
Іванківський	2	0,998814	0,519778	0,336141	0,570145	1	12	8	9	30
Кагарлицький	2	0,682899	0,59204	0,262493	0,515497	7	8	16	13	44
Макарівський	2	0,614136	0,5305	0,231621	0,637579	23	11	18	6	58
П.-Хмельницький	2	0,670901	0,906513	0,273586	0,52332	11	2	14	12	39
Володарський	3	0,665419	0,972973	0,238661	0,206242	16	1	17	23	57
Згурівський	3	0,666127	0,815145	0,116823	0,349085	15	3	23	21	62
Миронівський	3	0,641227	0,431902	0,30865	0,730779	21	15	11	3	50
Рокитнянський	3	0,675465	0,43036	0,105482	0,535468	10	16	24	10	60
Сквириський	3	0,66398	0,500095	0,317986	0,399679	17	13	10	18	58
Ставищенський	3	0,615117	0,65779	0,211962	0,423631	22	5	20	16	63
Таращанський	3	0,669806	0,495193	0,183516	0,338121	13	14	21	22	70
Фастівський	3	0,66788	0,679234	0,263798	0,428013	14	4	15	15	48
Яготинський	3	0,682925	0,301234	0,181391	0,407623	6	19	22	17	64
Богуславський	4	0,676114	0,565855	0,27885	0,397108	9	10	13	19	51
Тетіївський	4	0,670182	0,636725	0,387592	0,164329	12	7	6	24	49

Крок 2. Розрахунок блочних індексів – об’єднання показників-індикаторів у індекси за певними блоками трудового потенціалу (табл. 2) використовуючи формулою:

$$I_k = \frac{\sum_{j=1}^{n_k} Z_{jk}}{n_k}$$

де:

Z_{jk} – пронормований j -й показник-індикатор k -го блоку трудового потенціалу у певному мікрорегіоні;

n_k – кількість показників-індикаторів k -го блоку трудового потенціалу.

I_k – індекс k -го блоку трудового потенціалу у певному мікрорегіоні.

Крок 4. Розрахунок інтегрального рангу розвитку трудового потенціалу (*Index of labor potential development (ILPD)*) мікрорегіону здійснювався за формулою:

$$IR_i = R_{1i} + R_{2i} + R_{3i} + R_{4i}$$

де:

R_1 – ранг за значенням екологічного індексу в i -му мікрорегіоні;

R_2 – ранг за значенням індексу культури в i -му мікрорегіоні;

R_3 – ранг за значенням демографічного індексу в i -му мікрорегіоні;

R_4 – ранг за значенням економічного індексу в i -му мікрорегіоні.

Варто зазначити, що інтегральний демографічний індекс та інтегральний економічний індекс тотожні відповідно індексу демографічної складової трудового потенціалу та індексу економічної складової трудового потенціалу. А два інших інтегральних індекси обчислюються так: інтегральний освітньо-культурний індекс розраховується як середньоарифметичне від індексів освітньої та культурної складової трудового потенціалу. За аналогічною схемою розраховується і інтегральний медико-екологічний індекс (середньоарифметичне від індексів медичної та екологічної складової трудового потенціалу).

Для комплексного дослідження рівня розвитку трудового потенціалу регіонів України було розраховано інтегральний індекс розвитку трудового потенціалу для 22 регіонів України. Даний розрахунок здійснювався у декілька кроків.

Після здійснення необхідних розрахунків для отримання інтегрального рангу розвитку трудового потенціалу у розрізі мікрорегіонів, було встановлено існування чіткої диференціації районів Столичного регіону за цим узагальнюючим показником. Загалом, 24 мікрорегіони утворюють 3 групи за рівнем розвитку трудового потенціалу:

- **райони-лідери за рівнем розвитку трудового потенціалу (ІР від 29 до 43 рангових балів)** – К.-Святошинський, Іванківський, Вишгородський, Броварський, Бородянський та П.-Хмельницький райони.

- **буферні райони за рівнем розвитку трудового потенціалу (ІР від 43 до 57 рангових балів)** – Кагарлицький, Бориспільський, Фастівський, Тетіївський, Миронівський, Білоцерківський, Богуславський та Васильківський райони.

- **райони-аутсайтери за рівнем розвитку трудового потенціалу (ІР понад і включно 57 рангових балів)** – Баришівський, Володарський, Макаріївський, Сквирський, Обухівський, Рокитнянський, Згурівський, Ставищенський, Яготинський та Таращанський райони.

Однак, описана диференціація районів за інтегральним рангом розвитку трудового потенціалу дає досить «просте» уявлення про формування та використання трудового потенціалу у Столичному регіоні. Для вирішення цієї проблеми було використано факторний аналіз, який допоміг зрозуміти структурні особливості розвитку трудового потенціалу в мікрорегіонах Київської області. Факторний аналіз проводився у програмному пакеті Statistica.

Суспільно-географічні фактори розвитку трудового потенціалу. Результати факторного аналізу мікрорегіонів за 4 блочними індексами вказали на існування 3 різних суспільно-географічних факторів розвитку трудового потенціалу у Київській області (рис. 1).

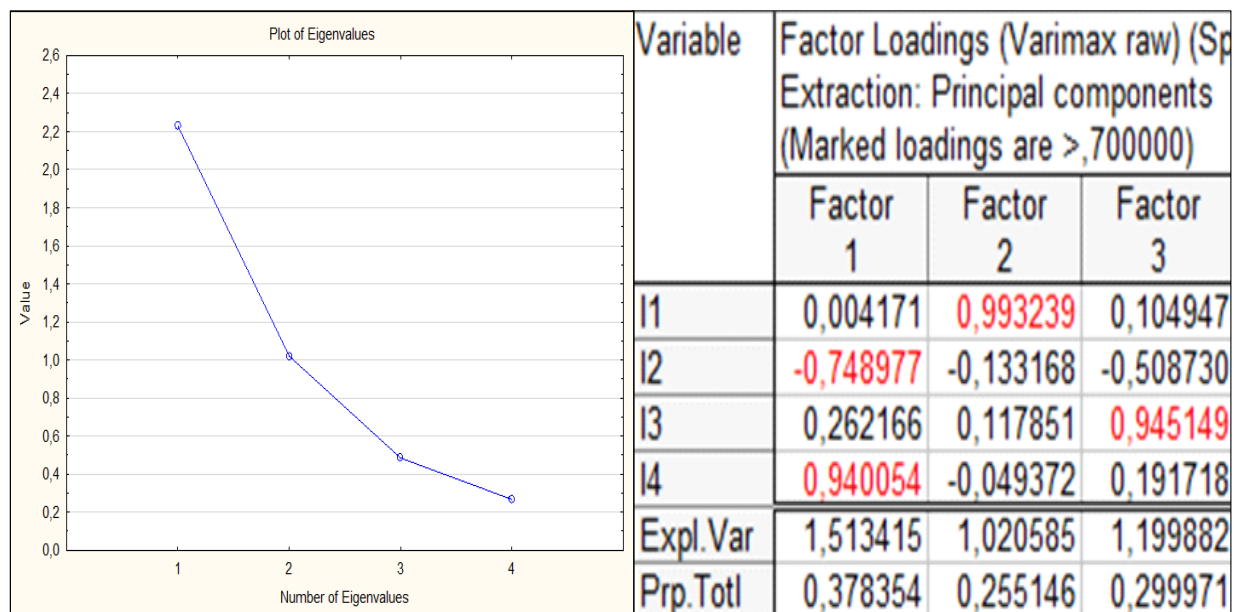


Рис. 1. Результати факторного аналізу за екологічним індексом (I1), індексом культури (I2), демографічним індексом (I3) і економічним індексом (I4) для 24 мікрорегіонів Київської області

Висновки. Наведене вище групування вказує на те, що лише чверть районів Київської області мають високий рівень трудового потенціалу, а більше половини мікрорегіонів знаходяться за межею середнього значення інтегрального рангу трудового потенціалу (за напрямком зростання значення інтегрального рангу). Така диференціація

районів за інтегральним рангом свідчить про наявність просторової нерівномірності формування та використання трудового потенціалу у Столичному регіоні – значення інтегрального рангу розвитку трудового потенціалу у найкращому районі-лідері (Києво-Святошинський район) у понад 2,4 рази менше, ніж у найгіршому районі-аутсайдері (Таращанський район). Факторний аналіз допоміг ідентифікувати 3 суспільно-географічні фактори розвитку та використання трудових ресурсів у 24 районах Київської області. Перший фактор – економічно-культурний фактор – найсильніший серед виокремлених факторів. Найістотніший вплив на розвиток трудових ресурсів серед мікрорегіонів Київської області, за значенням факторних ваг, економічно-культурний фактор здійснює на територію Бориспільського, Броварського, Вишгородського та Миронівського районів, а найслабший вплив – Володарський, Тетіївський та Білоцерківський райони. Наступний за силою впливу йде третій фактор – демографічний фактор. Найбільш істотний вплив на розвиток трудових ресурсів демографічний фактор проявляє у Києво-Святошинському, Тетіївському та Вишгородському районах, а найменший у Рокитнянському та Згурівському районах. Найслабшим серед трьох факторів виявився другий фактор – екологічний фактор. Найсуттєвіший вплив на розвиток трудових ресурсів серед районів Столичного регіону екологічний фактор здійснює на Іванківський та Бородянський райони, а найслабший вплив даний фактор здійснює на Обухівський район.

Список використаних джерел

1. Панкратов А. С. Трудовой потенциал в системе управления производством / А. С. Панкратов. – М.: Изд-во Моск. ун-та, 1983. – 214 с.
2. Згалат-Лозинська Л. О. Економічний механізм ефективного використання трудового потенціалу за умов формування ринкових відносин: Автореф. дис. канд. екон. наук / Л. О. Згалат-Лозинська. – К., 2002. – 18 с.
3. Попов В. М. Відтворення трудового потенціалу аграрного сектора економіки: Автореф. дис. канд. екон. наук: 08.07.02 / В. М. Попов // Кіров.нац.тех.ун-т. – Миколаїв, 2005. – 20 с.
4. Слівінська Н. М. Соціально-економічні та демографічні чинники реалізації трудового потенціалу регіону: Автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.09.01 / Н. М. Слівінська // Терноп. акад. нар. госп. – Д, 2003. – 19 с.
5. Номер О. В. Трудовий потенціал регіону як об'єкт суспільно-географічного дослідження / О. В. Номер // Географія та туризм. - 2014. - Вип. 27. - С. 232-237.
6. Ващенко О.В. Суспільно-географічні фактори формування та використання трудового потенціалу Київської області // О.В. Ващенко // Вісник Київського національного університету імені Тараса Шевченка. Географія. - 2018. - Вип. 3 (72). - С. 5-10.

Список использованных источников

1. Панкратов А. С. Трудовой потенциал в системе управления производством / А. С. Панкратов. - М.: Изд-во Моск. ун-та, 1983. - 214 с.
2. Згалат-Лозинская Л. А. Экономический механизм эффективного использования трудового потенциала в условиях формирования рыночных отношений: Автореф. дис. канд. экон. наук / Л. А. Згалат-Лозинская. - М., 2002. - 18 с.
3. Попов В. М. Воспроизведение трудового потенциала аграрного сектора экономики: Автореф. дис. канд. экон. наук: 08.07.02 / В. М. Попов // Киров.нац.тех.ун-т. - Николаев, 2005. - 20 с.
4. Сливинская Н. М. Социально-экономические и демографические факторы реализации трудового потенциала региона: Автореф. дис. ... канд. экон. наук: 08.09.01 / Н. М. Сливинская // Терноп. акад. р. хоз. - Д, 2003. - 19 с.
5. Номер А. В. Трудовой потенциал региона как объект общественно-географического исследования / В. Номер // География и туризм. - 2014. - Вип. 27. - С. 232-237.
6. Ващенко А.В. Общественно-географические факторы формирования и использования трудового потенциала Киевской области // А.В. Ващенко // Вестник Киевского национального университета имени Тараса Шевченко. География. - 2018. - Вип. 3 (72). - С. 5-10.

References

1. Pankratov A. S. Trudovoi potentsyal v sisteme upravleniya proyzvodstvom [Labor potential in the system of production management] / A. S. Pankratov. – М.: Yzd-vo Mosk. un-ta, 1983. – 214 pages.
2. Zghalat-Lozynska L. O. Ekonomichnyi mekhanizm efektyvnoho vykorystannia trudovoho potentsialu za umov formuvannia rynkovykh vidnosyn [Econometrical mechanism for effective utilization of the labor potential under market conditions]: Avtoref. dys. kand. ekon. nauk / L. O. Zahlat-Lozynska. – К., 2002. – 18 pages.
3. Popov V. M. Vidtvorennia trudovoho potentsialu ahrarnoho sektora ekonomiky [Recreation of the labor potential of the economy's agriculture sector]: Avtoref. dys. kand. ekon. nauk: 08.07.02 / V. M. Popov // Kirov.nats.tekh.un-t. – Mykolaiv, 2005. – 20 pages.
4. Slivinska N. M. Sotsialno-ekonomichni ta demohrafichni chynnyky realizatsii trudovoho potentsialu rehionu [Social economic and demographic factors of the actualization of region's labor potential]: Avtoref. dys. kand. ekon. nauk: 08.09.01 / N. M. Slivinska // Ternop. akad. nar. hosp. – D, 2003. – 19 pages.
5. Nomer O. V. Trudovyi potentsial rehionu yak obiekt suspilno-heohrafichnoho doslidzhennia [Region's labor potential as a social and geographical research subject] / O. V. Nomer // Heohrafiia ta turyzm. - 2014. - Vyp. 27. - Pages. 232-237.
6. Vashchenko O.V. Suspilno-heohrafichni faktory formuvannia ta vykorystannia trudovoho potentsialu Kyivskoi oblasti [Social and geographic factors influencing the establishment and use of Kyiv oblast labor potential] / O.V. Vashchenko // Visnyk Kyivskoho natsionalnoho universytetu imeni Tarasa Shevchenka. Neohrafiia. - 2018. - Vyp. 3 (72). - Pages. 5-10.

Надійшла до редколегії 01.11.19

ІНФОРМАЦІЯ ПРО АВТОРІВ

1. *Брайчевський Юліан Сергійович* – кандидат географічних наук, доцент, доцент кафедри країнознавства та туризму, географічний факультет, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, м. Київ, Україна, e-mail: yulian_b@ukr.net.
2. *Бондар Наталя Петрівна* – кандидат технічних наук, доцент, доцент кафедри готельно-ресторанної справи, Національний університет харчових технологій, м. Київ, Україна.
3. *Ващенко Олександра Володимирівна* – здобувач, географічний факультет, Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Київ, Україна.
4. *Велиева Гюнел* – докторант, Бакинський державний університет, м. Баку Азербайджан, e-mail: res0980@mail.ru.
5. *Гладкий Олександр Віталійович* – доктор географічних наук, професор, професор кафедри туризму та рекреації, Київський національний торговельно-економічний університет, м. Київ, Україна, e-mail: alexander.gladkey@gmail.com.
6. *Губеня В'ячеслав Олександрович* – кандидат технічних наук, доцент, доцент кафедри готельно-ресторанної справи, Національний університет харчових технологій, м. Київ, Україна.
7. *Доценко Віктор Федорович* – доктор технічних наук, професор, Національний університет харчових технологій, м. Київ, Україна, e-mail: dotsvf@gmail.com.
8. *Зарубіна Антоніна Володимирівна* – кандидат географічних наук, старший викладач кафедри географії та геоекології, Центральноукраїнський державний педагогічний університет імені В. К. Винниченка, м. Кропивницький, Україна, e-mail: agv22@ukr.net.
9. *Іщенко Тетяна Іванівна* – кандидат технічних наук, доцент, Національний університет харчових технологій, м. Київ, Україна, e-mail: ichenkotat@gmail.com.
10. *Калько Андрій Дмитрович* – доктор географічних наук, професор, декан природничо-географічного факультету, Міжнародний економіко-гуманітарний університет імені академіка Степана Дем'янчука, м. Рівне, Україна, e-mail: edissey@meta.ua.
11. *Каленік Ірина Олександрівна* – магістр, Національний університет харчових технологій, м. Київ, Україна, e-mail: kalenik1997@gmail.com
12. *Мазурець Роман Русланович* – кандидат географічних наук, доцент, доцент, кафедри туризму та рекреації, Київський національний торговельно-економічний університет, м. Київ, Україна, e-mail: mazuretsroman@ukr.net.
13. *Миронець Ніна Ростиславівна* – кандидат історичних наук, доцент, декан факультету європейської освіти Міжнародний економіко-гуманітарний університет імені академіка Степана Дем'янчука, м. Рівне, Україна, e-mail: nina_myr@ukr.net
14. *Нестерчук Інна Костянтинівна* – кандидат географічних наук, доцент, завідувач кафедри туризму, Житомирський національний аргоєкологічний університет, м. Житомир, Україна, e-mail: nester_geoeek@ukr.net.
15. *Осіпчук Ірина Олегівна* – кандидат географічних наук, доцент кафедри географії і туризму Міжнародний економіко-гуманітарний університет імені академіка Степана Дем'янчука, м. Рівне, Україна, e-mail: osipchukira@ukr.net.
16. *Рольська Роксолана Вікторівна* – магістр кафедри готельно-ресторанної справи, Національний університет харчових технологій, м. Київ, Україна.
17. *Шаран Лариса Олександрівна* – кандидат технічних наук, доцент, доцент кафедри готельно-ресторанної справи, Національний університет харчових технологій, м. Київ, Україна, e-mail: Larisharan@ukr.net.
18. *Шидловська Олена Броніславівна* – кандидат технічних наук, доцент, Національний університет харчових технологій, м. Київ, Україна, e-mail: elena_shydlovska@ukr.net
19. *Щербатюк Наталія Іванівна* – старший викладач кафедри теорії і методики фізичного виховання, Центральноукраїнський державний педагогічний університет імені В. К. Винниченка, м. Кропивницький, Україна.
20. *Яроменко Оксана Володимирівна* – кандидат географічних наук, доцент, доцент кафедри географії і туризму; Міжнародний економіко-гуманітарний університет імені академіка Степана Дем'янчука, м. Рівне, Україна, e-mail: Yaromenko_ov@ukr.net.

ИНФОРМАЦИЯ ОБ АВТОРАХ

1. *Брайчевский Юлиан Сергеевич* – кандидат географических наук, доцент, доцент кафедры страноведения и туризма, географический факультет, Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко, г. Киев, Украина, e-mail: yulian_b@ukr.net.
2. *Бондарь Наталия Петровна* – кандидат технических наук, доцент доцент кафедры гостинично-ресторанного дела, Национальный университет пищевых технологий, г. Киев, Украина.
3. *Ващенко Александра Владимировна* – соискатель, географический факультет, Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко, Киев, Украина.
4. *Велиева Гюнел* – докторант, Бакинский государственный университет, г. Баку, Азербайджан, e-mail: res0980@mail.ru.
5. *Гладкий Александр Витальевич* – доктор географических наук, профессор, профессор кафедры туризма и рекреации, Киевский национальный торгово-экономический университет, г. Киев, Украина, e-mail: alexander.gladkey@gmail.com.
6. *Губеня Вячеслав Александрович* – кандидат технических наук, доцент доцент кафедры гостинично-ресторанного дела, Национальный университет пищевых технологий, г. Киев, Украина.
7. *Доценко Виктор Федорович* – доктор технических наук, профессор, Национальный университет пищевых технологий, г. Киев, Украина, e-mail: dotsvf@gmail.com.
8. *Зарубина Антонина Владимировна* – кандидат географических наук, старший преподаватель кафедры географии и геоэкологии, Центральноукраинский государственный педагогический университет имени В.К. Винниченко, г. Кропивницкий, Украина, e-mail: agv22@ukr.net
9. *Иценко Татьяна Ивановна* – кандидат технических наук, доцент Национальный университет пищевых технологий, г. Киев, Украина e-mail: ichenkotat@gmail.com.
10. *Калько Андрей Дмитриевич* – доктор географических наук, профессор, декан естественно-географического факультета, Международный экономико-гуманитарный университет имени академика Степана Демьянчука, г. Ровно, Украина, e-mail: edissey@meta.ua.
11. *Каленик Ирина Александровна* – магистр, Национальный университет пищевых технологий, г. Киев, Украина, e-mail: kalenik1997@gmail.com
12. *Мазурец Роман Русланович* – кандидат географических наук, доцент, доцент кафедры туризма и рекреации, Киевский национальный торгово-экономический университет, г. Киев, Украина, e-mail: mazuretsroman@ukr.net
13. *Миронец Нина Ростиславовна* – кандидат исторических наук, доцент, декан факультета европейского образования Международный экономико-гуманитарный университет имени академика Степана Демьянчука, г. Ровно, Украина, e-mail: osipchukira@ukr.net..
14. *Нестерчук Инна Константиновна* – кандидат географических наук, доцент, заведующая кафедрой туризма, Житомирский национальный аргэкологический университет, г. Житомир, Украина, e-mail: nester_geoeek@ukr.net.
15. *Осипчук Ирина Олегівна* – кандидат географических наук, доцент кафедры географии и туризма Международный экономико-гуманитарный университет имени академика Степана Демьянчука, г. Ровно, Украина, e-mail: osipchukira@ukr.net..
16. *Рольская Роксолана Викторовна* – магистр кафедры гостинично-ресторанного дела, Национальный университет пищевых технологий, г. Киев, Украина.
17. *Шаран Лариса Александровна* – кандидат технических наук, доцент доцент кафедры гостинично-ресторанного дела, Национальный университет пищевых технологий, г. Киев, Украина, e-mail: Larisharan@ukr.net.
18. *Шидловская Елена Брониславовна* – кандидат технических наук, доцент, Национальный университет пищевых технологий, г. Киев, Украина. e-mail: elena_shydlovska@ukr.net
19. *Щербатюк Наталия Ивановна* – старший преподаватель кафедры теории и методики физического воспитания, Центральноукраинский государственный педагогический университет имени В.К. Винниченко, г. Кропивницкий, Украина.
20. *Яроменко Оксана Владимировна* – кандидат географических наук, доцент, доцент кафедры географии и туризма, Международный экономико-гуманитарный университет имени академика Степана Демьянчука, г. Ровно, Украина, e-mail: Yaromenko_ov@ukr.net.

INFORMATION ABOUT AUTHORS

1. *Braychevskyy Yulian Sergijovych* – Candidare of geographical sciences, associate professor, Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv, Ukraine, e-mail: yulian_b@ukr.net.
2. *Bondar Natalya Petrovna* – Candidate of Technical Sciences, Associate Professor, assistant professor of hotel and restaurant business Department, National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine.
3. *Vashchenko Oleksandra Volodymyrivna* – an applicant for a scientific degree, Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv, Ukraine.
4. *Valiyeva Gunel* – doctoral student, Baku State University, Azerbaijan Republic, Baku, e-mail: res0980@mail.ru.
5. *Gladkey Oleksandr Vitaliyovych* – Doctor of Geography Sciences, Professor, Professor of Tourism and Recreation Department, Kyiv National University of Trade Economics, Kyiv, Ukraine, e-mail: alexander.gladkey@gmail.com.
6. *Gubanya Vyacheslav Aleksandrovich* – Candidate of Technical Sciences, Associate Professor, assistant professor of hotel and restaurant business Department, National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine.
7. *Dotsenko Viktor Fedorovich* – Doctor of Technical Sciences, Professor National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine, e-mail: dotsvf@gmail.com.
8. *Zarubina Antonina Volodymyrivna* – Candidate of Geographical Sciences, senior teacher of Geography Department, Central Ukrainian State Pedagogical University named after V. K. Vyynychenko, Kropyvnytskyi City, Ukraine, e-mail: agv22@ukr.net.
9. *Ishchenko Tetiana Ivanivna* – PhD., Associate Professor National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine, e-mail: ichenkotat@gmail.com.
10. *Kalko Andriy Dmytrovych* – Doctor Of Geography, Professor, Dean of Naturally Geographical Faculty, International University of Economics And Humanities Academician Stepan Demianchuk, Rivne, Ukraine, e-mail: edissey@meta.ua.
11. *Kalienik Iryna Oleksandrivna* – master, National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine, e-mail: kalenik1997@gmail.com.
12. *Mazurets Roman Ruslanovych* – Candidate of Geography Sciences, Associate Profesor, Assistant Professor of Tourism and Recreation Department, Kyiv National University of Trade and Economics, Kyiv, Ukraine e-mail: mazuretsroman@ukr.net.
13. *Myronets Nina Rostyslavivna* – Ph.D in history Sciences, Associate Professor, Dean of European Education Faculty, International University of Economics and Humanities Academician Stepan Demianchuk, Rivne, Ukraine, e-mail: osipchukira@ukr.net.
14. *Nesterchuk Inna Konstantinovna* – Candidate of Geographical Sciences, Associate Professor, Head of the Department of Tourism, Zhytomyr National Argoecological University, Zhytomyr, Ukraine, e-mail: nester_geoe@ukr.net.
15. *Osipchuk Iryna Olegivna* – Ph.D in Geographical Sciences, International University of Economics and Humanities Academician Stepan Demianchuk, Assistant Professor of Geography and Tourism Department of Department of Geography and Tourism, Rivne, Ukraine, e-mail: osipchukira@ukr.net.
16. *Rolska Roksolana Viktorovna* – magistr of hotel and restaurant business Department, National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine.
17. *Sharan Larisa Aleksandrovna* – Candidate of Technical Sciences, Associate Professor, assistant professor of hotel and restaurant business Department, National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine, e-mail: Larisharan@ukr.net.
18. *Shydlovska Olena Bronislavivna* – candidate of Technical Sciences, Associate Professor, National University of Food Technologies, Kyiv, Ukraine, e-mail: elena_shydlovska@ukr.net.
19. *Shcherbatiuk Nataliya Ivanivna* – senior teacher of Physical Education Theory and Methodology Department, Central Ukrainian State Pedagogical University named after V. K. Vyynychenko, Kropyvnytskyi City, Ukraine.
20. *Yaromenko Oksana Volodymyrivna* – Ph.D in Geographical Sciences, Associate Professor, Assistant Professor of Geography and Tourism Department, International University of Economics and Humanities Academician Stepan Demianchuk, Rivne, Ukraine, e-mail: Yaromenko_ov@ukr.net.

І. ГЕОГРАФІЯ РЕКРЕАЦІЇ ТА ТУРИЗМУ: ТЕОРЕТИЧНІ ТА ПРИКЛАДНІ ПИТАННЯ

<i>Гладкий О.В., Мазурець Р.Р.</i> КОНЦЕПТУАЛЬНІ ЗАСАДИ БРЕНДМЕНЕДЖМЕНТУ ТА ЙОГО ВПЛИВ НА РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНОЇ ДЕСТИНАЦІЇ	3
<i>Каленік І.О., Шидловська О.Б., Іщенко Т.І., Доценко В.Ф.</i> ГОТЕЛЬ ДЛЯ ФОТОТУРИСТІВ – СУЧАСНИЙ ТРЕНД ІНДУСТРІЇ ГОСТИННОСТІ	10
<i>Рольська Р.В., Шаран Л.О., Бондар Н.П., Губеня В.О.</i> ВПРОВАДЖЕННЯ СПЕЦІАЛІЗОВАНИХ РЕАБІЛІТАЦІЙНИХ ПОСЛУГ У ГОТЕЛІ СІМЕЙНОГО ТИПУ	17
<i>Велиева Г.</i> ОСНОВИ СТВОРЕННЯ ТУРИСТИЧНИХ ТА РЕКРЕАЦІЙНИХ ЗОН	24
<i>Нестерчук І. К.</i> ОЦІНКА ТА ОСНОВНІ ЕТАПИ ФОРМУВАННЯ ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНОГО ТА ГАСТРОНОМІЧНОГО ПОТЕНЦІАЛІВ РЕГІОНУ В КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ ГАСТРОНОМІЧНОГО ТУРИЗМУ	33
<i>Зарубіна А.В., Щербатюк Н.І.</i> СПОРТИВНЕ ОРІЄНТУВАННЯ ЯК СКЛАДОВА РЕКРЕАЦІЙНО-ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ КІРОВОГРАДСЬКОЇ ОБЛАСТІ	45

ІІ. АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ СУСПІЛЬНОЇ ГЕОГРАФІЇ ТА КРАЇНОЗНАВСТВА

<i>Брайчевський Ю.С.</i> ПОШИРЕННЯ ПОЛІТИКИ ПОПУЛІЗМУ ТА ЗМІНИ ІДЕОЛОГІЧНОГО ПРОСТОРУ У КРАЇНАХ ЄВРОПИ	52
<i>Калько А.Д., Яроменко О.В., Осипчук І.О., Миронець Н.Р.</i> ЯКІСТЬ ЖИТТЯ НАСЕЛЕННЯ РІВНЕНСЬКОЇ ОБЛАСТІ: ГЕОГРАФІЧНИЙ АСПЕКТ	60
<i>Ващенко О.В.</i> ВНУТРІШНЬО ТЕРИТОРІАЛЬНІ ВІДМІННОСТІ ФОРМУВАННЯ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦІАЛУ КИЇВСЬКОЇ ОБЛАСТІ	67
<i>ІНФОРМАЦІЯ ПРО АВТОРІВ</i>	74

СОДЕРЖАНИЕ

І. ГЕОГРАФИЯ РЕКРЕАЦИИ И ТУРИЗМА: ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ И ПРАКТИЧЕСКИЕ ВОПРОСЫ

<i>Гладкий А.В., Мазурец Р.Р.</i> КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ПРИНЦИПЫ БРЕНДМЕНЕДЖМЕНТА И ЕГО ВЛИЯНИЕ НА РАЗВИТИЕ ТУРИСТИЧЕСКОЙ ДЕСТИНАЦИИ	3
<i>Каленик И.А., Шидловская Е.Б., Ищенко Т.И., Доценко В.Ф.</i> ОТЕЛЬ ДЛЯ ФОТОТУРИСТОВ – СОВРЕМЕННЫЙ ТРЕНД ИНДУСТРИИ ГОСТЕПРИИМСТВА	10
<i>Рольская Р.В., Шаран Л.А., Бондарь Н.П., Губеня В.А.</i> ВНЕДРЕНИЕ СПЕЦИАЛИЗИРОВАННЫХ РЕАБИЛИТАЦИОННЫХ УСЛУГ В ОТЕЛЕ СЕМЕЙНОГО ТИПА	17
<i>Велиева Г.</i> ОСНОВЫ СОЗДАНИЯ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННЫХ ЗОН	24
<i>Нестерчук И.К.</i> ОЦЕНКА И ОСНОВНЫЕ ЭТАПЫ ФОРМИРОВАНИЯ ТУРИСТСКО-РЕКРЕАЦИОННОГО И ГАСТРОНОМИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛОВ РЕГИОНА В КОНТЕКСТЕ РАЗВИТИЯ ГАСТРОНОМИЧЕСКОГО ТУРИЗМА	33
<i>Зарубина А.В., Щербатюк Н.И.</i> СПОРТИВНОЕ ОРИЕНТИРОВАНИЕ КАК СОСТАВЛЯЮЩАЯ РЕКРЕАЦИОННО-ТУРИСТИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА КИРОВОГРАДСКОЙ ОБЛАСТИ	45

ІІ. АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ ОБЩЕСТВЕННОЙ ГЕОГРАФИИ И СТРАНОВЕДЕНИЯ

<i>Брайчевский Ю.С.</i> РАСПРОСТРАНЕНИЕ ПОЛИТИКИ ПОПУЛИЗМА И ИЗМЕНЕНИЯ ИДЕОЛОГИЧЕСКОГО ПРОСТРАНСТВА ЕВРОПЫ	52
<i>Калько А.Д., Яроменко О.В., Осипчук И.О., Миронец Н.Р.</i> КАЧЕСТВО ЖИЗНИ НАСЕЛЕНИЯ РОВЕНСКОЙ ОБЛАСТИ: ГЕОГРАФИЧЕСКИЙ АСПЕКТ	60
<i>Ващенко А.В.</i> ВНУТРЕННЕ ТЕРРИТОРИАЛЬНЫЕ РАЗЛИЧИЯ ФОРМИРОВАНИЯ ТРУДОВОГО ПОТЕНЦИАЛА КИЕВСКОЙ ОБЛАСТИ	67
<i>ІНФОРМАЦІЯ ОБ АВТОРАХ</i>	74

Географія та туризм
LIST OF CONTENTS

I. GEOGRAPHY OF RECREATION AND TOURISM: THEORETICAL AND APPLIED ISSUES

<i>Gladkey O.V., Mazurets R.R.</i> THE CONCEPTUAL FRAMEWORK OF BRAND MANAGEMENT AND ITS INFLUENCE ON TOURIST DESTINATION DEVELOPMENT	3
<i>Kalienik I.O., Shydlovska O.B., Ishchenko T.I., Dotsenko V.F.</i> HOTEL FOR PHOTOTOURISTS - A MODERN TREND IN THE HOSPITALITY INDUSTRY	10
<i>Rol's'ka R.V., Sharan L.A., Bondar N.P., Gubenya V.A.</i> INTRODUCTION OF SPECIALIZED REHABILITATION SERVICES IN THE FAMILY TYPE HOTEL	17
<i>Valiyeva G.</i> BASICS OF CREATING TOURIST AND RECREATIONAL ZONES	24
<i>Nesterchuk I.K.</i> EVALUATION AND MAIN STAGES OF FORMATION OF TOURIST-RECREATIONAL AND GASTRONOMIC POTENTIALS OF THE REGION IN THE CONTEXT OF DEVELOPMENT OF GASTRONOMIC TOURISM	33
<i>Zarubina A.V., Shcherbatiuk N.</i> ORIENTEERING AS A COMPONENT OF THE RECREATIONAL TOURISTIC POTENTIAL IN KIROVOGRAD REGION	45

II. CURRENT PROBLEMS OF SOCIAL GEOGRAPHY AND COUNTRY STUDIES

<i>Braychevskyy Y.S.</i> THE POLITICS OF POPULISM SPREAD AND THE CHANGING IDEOLOGICAL SPACE IN EUROPE	52
<i>Kalko A.D., Yaromenko O. V., Osipchuk I.O., Myronets N.P.</i> LIFE QUALITY OF RIVNE REGION POPULATION: GEOGRAPHICAL ASPECT	60
<i>Vashchenko O.V.</i> INTERNAL TERRITORIAL DIFFERENCES IN THE DEVELOPMENT OF KYIV OBLAST LABOR POTENTIAL	67
<i>INFORMATION ABOUT AUTHORS</i>	74