

**МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЛЬВІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ ІМЕНІ ІВАНА
ФРАНКА**

*Кафедра туризму географічного факультету
Кафедра країнознавства і міжнародного туризму факультету міжнародних
відносин*

UNIWERSYTET GDAŃSKI

Katedra Geografii Rozwoju Regionalnego

ЛЬВІВСЬКА ОБЛАСНА ДЕРЖАВНА АДМІНІСТРАЦІЯ

ЛЬВІВСЬКА МІСЬКА РАДА

ІНСТИТУТ РЕГІОНАЛЬНИХ ДОСЛІДЖЕНЬ НАН УКРАЇНИ

ЛЬВІВСЬКА ОБЛАСНА ОРГАНІЗАЦІЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ СПІЛКИ

КРАЄЗНАВЦІВ УКРАЇНИ

**ГЕОГРАФІЯ, ЕКОНОМІКА І ТУРИЗМ:
НАЦІОНАЛЬНИЙ ТА МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД**

Матеріали ювілейної
X міжнародної наукової конференції

Львів
7-9 жовтня 2016 р.

УДК 338.48(4)

Географія, економіка і туризм: національний та міжнародний досвід / Матеріали ювілейної X міжнародної наукової конференції. – Львів, 2016. – 476 с.

Матеріали наукової конференції охоплюють особливості реалізації державної політики в галузі туризму, розробки туристичного продукту, економічного забезпечення туризму, просторового поширення туристичних ресурсів, специфіки підготовки фахівців для туристичної галузі, розвиток спеціалізованих видів туризму, історію туризму.

Авторами збірника є провідні вчені та молоді науковці України, Польщі, Білорусі та Болгарії.

Рецензенти:

Мальська М.П., д-р екон. наук, професор Львівського національного університету імені Івана Франка

Антонюк Н.В., д-р істор. наук, професор Львівського національного університету імені Івана Франка

Мельник А.В., д-р геогр. наук, професор Львівського національного університету імені Івана Франка

Michalski Tomasz, dr hab., profesor, Instytut Geografii, Uniwersytet Gdański

Кравців В.С., д-р екон. наук, професор, ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М.Долішнього» НАНУ

Шульц С.Л., д-р екон. наук, професор, ДУ «Інститут регіональних досліджень імені М.Долішнього» НАНУ

канд. екон. наук: Мандюк Н.Л.

канд. геогр. наук: Біланюк В.І., Каднічанський Д.А., Гамкало М.З., Романів П.В., Манько А.М, Пандяк І.Г.

Рекомендовано до друку Вченою Радою географічного факультету Львівського національного університету імені Івана Франка (протокол № 7 від 15.09.2016 р.)

Автори опублікованих матеріалів відповідають за точність наведених фактів, цитат, власних імен, статистичних матеріалів та інших відомостей. Точка зору редколегії не завжди збігається з позицією авторів.

Матеріали конференції видано за сприяння:

Управління туризму Департаменту розвитку Львівської міської ради та

Управління туризму та курортів Львівської обласної державної адміністрації

© Львівський національний університет
імені Івана Франка, 2016

© Автори статей, 2016

**MINISTRY OF EDUCATION AND SCIENCE OF UKRAINE
IVAN FRANKO NATIONAL UNIVERSITY OF L'VIV
TOURISM DEPARTMENT OF THE GEOGRAPHY FACULTY
DEPARTMENT OF REGIONAL STUDIES AND INTERNATIONAL
TOURISM OF THE FACULTY OF INTERNATIONAL RELATIONS
UNIVERSITY OF GDANSK
L'VIV REGIONAL STATE ADMINISTRATION
L'VIV CITY COUNCIL
INSTITUTE OF REGIONAL STUDIES OF THE NATIONAL ACADEMY OF
SCIENCES OF UKRAINE
L'VIV REGIONAL ORGANIZATION OF NATIONAL UNION OF
REGIONAL ETHNOGRAPHERS**

**GEOGRAPHY, ECONOMICS AND TOURISM:
NATIONAL AND INTERNATIONAL EXPERIENCE**

Proceedings of X International Scientific Conference

Lviv
October 7-9, 2016

L'viv 2016

Geography, Economics and Tourism: national and international experience // The Proceedings of X International Scientific Conference. – L'viv: Ivan Franko National University of L'viv Publishing Center, 2016. - 476 p.

The materials of the scientific conference cover the peculiarities of state policy in the sphere of tourism, development of tourist product, economic aspects of tourism, spatial development of tourist resources, peculiarities of training specialists for tourism industry, development of specialized types of tourism.

The authors of the collection of articles are renowned scientists and young researchers from Ukraine, Poland.

Reviewers:

Doctors of Sciences (Economy): M. Malska, profesor, Ivan Franko National University of Lviv

Doctor of Sciences (History): N. Antonuk, profesor, Ivan Franko National University of Lviv

Doctor of Sciences (Geography): A. Melnyk, profesor, Ivan Franko National University of Lviv

Doctor of Sciences (Geography): Mikhalski Tomash, profesor, Institute of Geografy, University of Gdańsk

Doctors of Sciences (Economy): V. Kravtsiv, profesor, Institute of Regional Research named after M.I. Dolishniy

Doctors of Sciences (Economy): S. Shul'ts, profesor, Institute of Regional Research named after M.I. Dolishniy

Candidates of Sciences (Economics): N.Mandyuk.

Candidates of Sciences (Geography): V. Bilanyuk, D. Kadnichansky, A. Man'ko M.Hamkalo, I.Pandiak, P. Romaniv.

Recommended for publication by the Scientific Board of the Geography Faculty of the Ivan Franko National University of Lviv №, 15.09.2016

The authors of the published materials take all responsibility for the facts, quotations, proper names, statistical data and other information.

The point of view of the editorial board does not always coincide with authors' position.

The materials of conference are published with the assistance:
the Department of tourism development of the Lviv City Council and
the Department of Tourism and Resorts of Lviv regional state administration

© Ivan Franko National University of Lviv, 2016

© Autors of the articles, 2016

ЗМІСТ

<i>Альтгайм Любов</i> КУЛЬТУРНІ, СОЦІАЛЬНІ ТА ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ	13
<i>Андрусяк Наталя</i> ВИКОРИСТАННЯ ПАРКІВ ПАМ'ЯТОК САДОВО-ПАРКОВОГО МИСТЕЦТВА У РЕКРЕАЦІЙНО-ТУРИСТИЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ЧЕРНІВЕЦЬКОЇ ОБЛАСТІ	16
<i>Аніпко Наталія, Боровяк Оксана</i> ПОЛІЕТНІЧНА ТА ПОЛІКОНФЕСІЙНА ТОЛЕРАНТНІСТЬ ЧЕРНІВЦІВ ЯК ФАКТОР ТУРИСТИЧНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ МІСТА І РОЛЬ В РОЗВИТКУ ЕКСКУРСІЙНОЇ СПРАВИ	19
<i>Аніпко Наталія, Фалендиш Ольга, Стасюк Дарія</i> ВІРТУАЛЬНИЙ ТУРИЗМ ЯК ФЕНОМЕН ХХІ СТОЛІТТЯ	23
<i>Антоненко Ірина, Мельник Ірина</i> ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ В ЕКОНОМІЦІ УКРАЇНИ	26
<i>Антонюк Наталія</i> СВІТОВИЙ ДОСВІД ДЕРЖАВНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ У СФЕРІ ТУРИЗМУ	30
<i>Байцар Романна</i> ТУРИСТИЧНІ ПРИТУЛКИ СКОЛІВЩИНИ	37
<i>Бараш Юрій, Марценюк Лариса, Чаркіна Тетяна</i> СКЛАДОВІ ВАРТОСТІ ПУТІВКИ НА ТУРИСТИЧНІ ПЕРЕВЕЗЕННЯ ЗАЛІЗНИЧНИМИ КОЛІЯМИ	39
<i>Біла Тетяна</i> ІСТОРИЧНА ПЕРІОДИЗАЦІЯ КРАЄЗНАВЧО-ТУРИСТИЧНИХ МАТЕРІАЛІВ М. ЛЬВОВА ТА ЙОГО ПРИМІСЬКОЇ ЗОНИ	42
<i>Біланюк Ольга</i> АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ РОЗВИТКУ ВИЇЗНОГО ТУРИЗМУ В УМОВАХ ЕКОНОМІЧНОЇ КРИЗИ	47
<i>Білецький Мирослав, Котик Любов</i> ЕСТОНІЯ: СУСПІЛЬНО-ГЕОГРАФІЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ	50
<i>Білецький Мирослав, Котик Любов</i> ТУРИЗМ ЯК ПРОВІДНИЙ НАПРЯМ РОЗВИТКУ РИНКУ ПОСЛУГ ТУРЕЧЧИНИ	56
<i>Білоус Софія</i> ТУРИСТИЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ УКРАЇНИ: СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ СТРАТЕГІЧНОГО ЗБЕРЕЖЕННЯ	61
<i>Біляковська Марта, Манько Андрій</i> ТУРИСТИЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ МІСТА ВИННИКИ	65
<i>Боднар Оксана</i> ДЕРЖАВНА ПОЛІТИКА В ГАЛІЗУ В'ЇЗНОГО ТУРИЗМУ	68
<i>Бордун Ореста, Мруз Францішек, Делекта Анна</i> ПЕРЕШКОДИ ТУРИСТИЧНОЇ АКТИВНОСТІ СТУДЕНТІВ ВИЩИХ	

НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ МІСТ КРАКОВА ТА ЛЬВОВА	71
<i>Браславська Оксана</i>	
ІСТОРЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ КРАЄЗНАВСТВА (30-60 РОКИ ХХ СТОЛІТТЯ)	73
<i>Влах Мирослава, Коропецька Тетяна</i>	
ГЕОГРАФІЧНИЙ ОБРАЗ: ДІАЛЕКТИКА ЗМІСТУ І ФОРМИ	78
<i>Габчак Наталія</i>	
ТУРИСТИЧНА ПРИВАБЛИВІСТЬ ЯК ОДИН ІЗ ЧИННИКІВ РЕКРЕАЦІЙНО-ТУРИСТИЧНОЇ ДЕСТИНАЦІЇ (НА ПРИКЛАДІ ЛАНДШАФТНОГО ПАРКУ ШЕНБОРНА В УРОЧИЩІ «ВОЄВОДИНО» ЗАКАРПАТСЬКОЇ ОБЛАСТІ)	83
<i>Галайська Ірина, Манько Андрій</i>	
ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПАРКІВ У МІСТІ ЛЬВОВІ	87
<i>Гамкало Михайло</i>	
ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ РОБОТИ СТУДЕНТСЬКОГО НАУКОВОГО ГУРТКА «АКТИВНИЙ ТУРИЗМ»	91
<i>Гаталяк Оксана, Ганич Наталія</i>	
ОБ'ЄКТИ ТУРИСТИЧНОГО ІНТЕРЕСУ В МІСТАХ НА ПРИКЛАДІ ВУЛИЦІ П. ДОРОШЕНКА МІСТА ЛЬВОВА	95
<i>Герасим Тетяна</i>	
ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ТА УКРАЇНСЬКИЙ ДОСВІД РОЗВИТКУ КЕМПІНГУ	99
<i>Гнаткович Оксана</i>	
ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ	103
<i>Горб Костянтин</i>	
ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГУ ДЕСТИНАЦІЙ НА РІЗНИХ ЕТАПАХ СПОЖИВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ	106
<i>Горун Марія, Дзяна Оксана, Кітнік Юлія</i>	
ЛІКУВАЛЬНО-ОЗДОРОВЧИЙ ТУРИЗМ У СИСТЕМІ РЕКРЕАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТА ОСОБЛИВОСТІ ЙОГО ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ	110
<i>Джаман Ярослав</i>	
ЕТНОТУРИЗМ У КОНТЕКСТІ МІЖЕТНІЧНИХ СТОСУНКІВ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ СУСПІЛЬСТВА	114
<i>Долгова Катерина</i>	
ІСТОРІЯ РОЗВИТКУ ДИТЯЧОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ	118
<i>Дяків Софія</i>	
ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМІВ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ РЕКРЕАЦІЙНОЇ СФЕРИ	123
<i>Жук Ірина</i>	
ДЕРЖАВНЕ УПРАВЛІННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ	127

<i>Zhuk Yuriy</i>	
PROSPECTS FOR TOURISM DEVELOPMENT IN BORDER TOWNS OF LVIV OBLAST	131
<i>Завадовський Тарас, Войтенко Ольга, Гогунський Давид</i>	
ТУРИСТИЧНІ РЕСУРСИ ПРИМОРСЬКИХ РЕГІОНІВ (НА ПРИКЛАДІ МИКОЛАЇВСЬКОЇ ТА ЗАПОРІЗЬКОЇ ОБЛАСТЕЙ)	135
<i>Завадовський Тарас, Каднічанський Дмитро, Кутепова Анастасія</i>	
ОЗДОРОВЧИЙ ТУРИЗМ ПОЛТАВСЬКОЇ ОБЛАСТІ	138
<i>Заставецька Ольга, Дударчук Катерина</i>	
РОЗВИТОК ЕКОЛОГІЧНОГО ТУРИЗМУ В ТЕРНОПІЛЬСЬКІЙ ОБЛАСТІ	144
<i>Захаріна Аліса</i>	
ХАРАКТЕРИСТИКА ЗАКОРДОННИХ ВИЩИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ ЯКИХ ЗДІЙСНЮЄТЬСЯ ПІДГОТОВКА ФАХІВЦІВ З ТУРИЗМУ	147
<i>Зінько Ігор</i>	
КУЛЬТУРНО-ІСТОРИЧНА СПАДЩИНА НАЦІОНАЛЬНИХ МЕНШИН ЯК СКЛАДОВА ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ РЕГІОНУ	151
<i>Зінько Юрій, Партика Юзеф</i>	
ГЕОТУРИСТИЧНІ АТРАКЦІЇ ОЙЦОВСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО ПАРКУ (ПОЛЬЩА)	154
<i>Казьмерчук Анастасія</i>	
ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНОЇ КУЛЬТУРИ МАЙБУТНІХ МЕНЕДЖЕРІВ ТУРИЗМУ В ПОЗААУДИТОРНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ВИЩОГО НАВЧАЛЬНОГО ЗАКЛАДУ	158
<i>Кізіма Вікторія</i>	
ОСНОВНІ ПІДХОДИ ЩОДО ОЦІНКИ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА УКРАЇНИ	162
<i>Кілінська Клавдія</i>	
РЕКРЕАЦІЙНО-ТУРИСТИЧНА ПРИРОДНО-ГОСПОДАРСЬКА РІЗНОМАНІТНІСТЬ КАРПАТО-ПОДІЛЬСЬКОГО РЕГІОНУ УКРАЇНИ ...	167
<i>Ковальчук Андрій</i>	
ІСТОРИКО-ГЕОГРАФІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ПАЛОМНИЦЬКО-РЕЛІГІЙНОЇ СИТУАЦІЇ У СТАРОДАВНЬОМУ СВІТІ	171
<i>Ковешніков Володимир</i>	
ПИТАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ТУРИСТИЧНІЙ СФЕРІ.....	177
<i>Конарівська Оксана, Коротун Ольга</i>	
АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ.....	180
<i>Коротун Сергій, Яковичина Маргарита</i>	
МОЖЛИВОСТІ І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІВЕНТИВНОГО ТУРИЗМУ НА РІВНЕНЦІНІ.....	183
<i>Віліян Кръстев</i>	
ТУРИЗЪМ И РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ.....	187

<i>Кривенкова Руслана, Ханзерук Марія</i>	
ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СУЧАСНИХ ФОРМ ТА ВИДІВ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ.....	190
<i>Кузик Степан, Кузик П.</i>	
ІНФРАСТРУКТУРА ТА ЇЇ РОЛЬ У РОЗВИТКУ ГЕОГРАФІЇ ТУРИЗМУ...	194
<i>Кульчицька Евеліна, Дідович Іван</i>	
ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ ІНСТРУМЕНТІВ СТРАТЕГІЧНОГО АНАЛІЗУ МОЖЛИВОСТЕЙ РОЗВИТКУ РЕКРЕАЦІЙНО-ТУРИСТИЧНИХ ГОСПОДАРСТВ.....	196
<i>Куречко Галина</i>	
ПЛАТЕС-ТУР – ПОПУЛЯРНИЙ ВИД ФІТНЕС-ТУРИЗМУ.....	201
<i>Кюріні-Поплавські Лукаш, Рутинський Михайло</i>	
ГЕОГРАФІЯ ТА ДИНАМІКА РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНИХ МІСЦЕВОСТЕЙ У СХІДНИХ БЕСКИДАХ В 1921-1939 РР.	204
<i>Леневич Оксана Рожак Володимир</i>	
РЕКРЕАЦІЙНО-ТУРИСТИЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ НПП «СКОЛІВСЬКІ БЕСКИДИ» ТА ПРИЛЕГЛИХ ДО НЬОГО ТЕРИТОРІЙ.....	209
<i>Литвиненко Катерина, Манько Андрій</i>	
ВИДОВА СТРУКТУРА ТУРИЗМУ НА ТЕРИТОРІЇ ЧЕРКАСЬКОЇ ОБЛАСТІ.....	214
<i>Лопушняк Любомир</i>	
ЗАЙНЯТІСТЬ НАСЕЛЕННЯ У РЕКРЕАЦІЙНО - ТУРИСТИЧНІЙ СФЕРІ – ОСНОВА РОЗВИТКУ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ.....	218
<i>Любіцева Ольга</i>	
ТУРИСТИЧНА ОСВІТА В КЛАСИЧНИХ УНІВЕРСИТЕТАХ УКРАЇНИ...	222
<i>Люкевіч Уладзімер</i>	
СПАРТЫЎНЫ ТУРЫЗМ: АД EURO-2012 ДА EURO-2016. ФУТБОЛЬНЫЯ ЗАЎЗЯТАРЫ Ў СВЯТЛЕ НОВЫХ САЦЫЯЛЬНЫХ РЭАЛІЯЎ І ТРЭНДАЎ.....	226
<i>Макаруха Галина, Монастирський Володимир</i>	
ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛІКИ ЗАГАЛЬНОПРИЙНЯТОГО ТУРИСТИЧНОГО БРЕНДУ УКРАЇНИ.....	232
<i>Малиновська Оксана</i>	
ВИКОРИСТАННЯ ТЕХНОЛОГІЙ КОНТЕНТ-МАРКЕТИНГУ ДЛЯ ПРОСУВАННЯ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ ТА ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ ПРОДАЖУ В ТУРИЗМІ.....	236
<i>Мальська Марта</i>	
ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНОГО КЛАСТЕРУ.....	240
<i>Мандюк Назарій</i>	
ІНСТРУМЕНТИ “PUBLIC RELATIONS” ЯК ЗАСОБИ ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ТУРИСТИЧНОГО ПІДПРИЄМСТВА.....	243
<i>Манько Андрій</i>	
АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВОЇ СИТУАЦІЇ ДЛЯ МАЛОЇ ТУРФІРМИ НА ПРИКЛАДІ “АГЕНЦІЇ ГОРЯЩИХ ПУТІВОК КУШНІРА”.....	248

<i>Манько Андрій, Войтків Петро</i> ПРАЛІСИ – ЯК ТУРИСТИЧНО-ПІЗНАВАЛЬНИЙ ОБ’ЄКТ УКРАЇНСЬКИХ КАРПАТ.....	251
<i>Манько Андрій, Деркач Уляна</i> РОЗВИТОК РЕКРЕАЦІЙНОГО КОМПЛЕКСУ У ПЕРЕДКАРПАТТІ ЛЬВІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ.....	255
<i>Манько Андрій, Мулевич Олександра</i> ТЕРИТОРІАЛЬНІ ВІДМІННОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ТУРИЗМУ В РІВНЕНСЬКІЙ ОБЛАСТІ.....	257
<i>Манько Андрій, Мусій Юлія</i> ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РЕЛІГІЙНОГО ТУРИЗМУ І ПАЛОМНИЦТВА В БОЛГАРІЇ.....	260
<i>Масюк Юлія</i> МЕТОДОЛОГІЧНІ ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ ЗА СУЧАСНИХ УМОВ.....	262
<i>Матічин Юрій</i> «ШЛЯХАМИ БІЛИХ ХОРВАТІВ» – НОВИЙ ТУРИСТИЧНИЙ МАРШРУТ.....	268
<i>Машлій Світлана, Манько Андрій</i> ТУРЕЧЧИНА ЯК ПЕРСПЕКТИВНИЙ В’ЇЗНИЙ РИНОК ДЛЯ ЛЬВОВА ТА ЗАХІДНОГО РЕГІОНУ.....	271
<i>Медвідь Лариса</i> ЗАКОРДОННИЙ ДОСВІД ВИКОРИСТАННЯ ВЕЛОІНФРАСТРУКТУРИ В ТУРИЗМІ.....	276
<i>Мельнійчук Михайло, Безсмертнюк Тарас</i> ДО ПИТАННЯ ТУРИСТСЬКО-РЕКРЕАЦІЙНОГО ВИКОРИСТАННЯ ЗООЛОГІЧНИХ ПАРКІВ.....	280
<i>Монастирський Володимир</i> ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ.....	284
<i>Музичка Єлизавета</i> ФОРМУВАННЯ КОМПЕТЕНТНОСТІ ЗБУТОВОГО ПЕРСОНАЛУ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ.....	289
<i>Мулевич Олександра, Манько Андрій</i> МУЗЕЙНА МЕРЕЖА РІВНЕНСЬКОЇ ОБЛАСТІ ТА ЇЇ ВИКОРИСТАННЯ	294
<i>Мусій Юлія, Манько Андрій</i> ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РЕЛІГІЙНОГО ТУРИЗМУ В ТЕРНОПІЛЬСЬКІЙ ОБЛАСТІ.....	297
<i>М’якушенко Віталій, Кочеткова Ірина</i> ПРОБЛЕМИ ЕТНОСПІЛЬНОТИ ЦИГАН НА ЗАКАРПАТТІ В КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ ЕТНІЧНОГО ТУРИЗМУ В РЕГІОНІ.....	301
<i>Пандяк Ігор</i> СУЧАСНІ ТРЕНДИ СВІТОВОЇ ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ І ГОСТИННОСТІ	306

<i>Паньків Наталія, Макарчук Наталія</i> ДО ПРОБЛЕМИ ТУРИСТИЧНОГО НАВАНТАЖЕННЯ СТАРОЇ ЧАСТИНИ МІСТА ЛЬВОВА.....	309
<i>Паньків Наталія</i> ПРИРОДНО - ГЕОГРАФІЧНІ ПЕРЕДУМОВИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ УКРАЇНСЬКОГО РОЗТОЧЧЯ.....	314
<i>Панько Аляксандр</i> ВЕЛАСПЕДНІЙ МАРШРУТ «СЛЯДАМИ ПРИБУЖСЬКИХ ТАЯМНИЦ» – ВОПЫТ ТРАНСГРАНІЧНАГО СУПРАЦОЎНІЦТВА.....	321
<i>Пацюк Вікторія, Казаков Володимир</i> ІНДУСТРІАЛЬНИЙ ТУРИЗМ ЯК ЗАСІБ ФОРМУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО ОБРАЗУ ПРОМИСЛОВИХ ЦЕНТРІВ.....	324
<i>Посохов Іван</i> ІСТОРИЧНІ РЕКОНСТРУКЦІЇ ЯК ПЕРСПЕКТИВНИЙ НАПРЯМОК ПОДІЄВОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ.....	330
<i>Прасул Юлія, Бубир Наталя, Пересадько Віліна</i> КРАЄЗНАВЧИЙ ПОГЛЯД НА ТУРИСТИЧНІ МОЖЛИВОСТІ ІЗЮМЩИНИ.....	335
<i>Пурська Ірина</i> КЛАСИФІКАЦІЙНІ ОЗНАКИ ТУРИСТИЧНИХ ПРОЕКТІВ.....	340
<i>Przybyłka Arkadiusz</i> TURYSTYKA UZDROWISKOWA W POLSCE.....	345
<i>Ruszkowski Jacek M</i> WPŁYW PIŁKARSKICH MISTRZOSTW EUROPY „EURO 2012” NA ROZWÓJ TURYSTYKI W POLSCE.....	351
<i>Ренда Андрій</i> ЛЬОДОВИКОВІ ФОРМИ ЗАХІДНОЇ ЧАСТИНИ ВОЛИНСЬКОГО ПОЛІССЯ ЯК ГЕОТУРИСТИЧНІ ОБ'ЄКТИ.....	356
<i>Рожі Інна</i> РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ УКРАЇНИ У 2000–2015 РОКАХ.....	359
<i>Романів Павло</i> ПОТЕНЦІАЛ ПРИРОДНИХ ТУРИСТСЬКО-РЕКРЕАЦІЙНИХ РЕСУРСІВ БУКОВИНСЬКИХ КАРПАТ.....	362
<i>Рудакевич Іван</i> ГЕОПРОСТОРОВА ОРГАНІЗАЦІЯ ТУРИСТИЧНО-РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПРИМІСЬКОЇ ЗОНИ М. ТЕРНОПІЛЬ.....	365
<i>Рутинський Михайло</i> КОНКУРЕНТНИЙ ПОТЕНЦІАЛ САНАТОРНО-КУРОРТНОЇ ГАЛУЗІ ІВАНО-ФРАНКІВЩИНИ.....	371
<i>Сенишин Оксана</i> ПРОБЛЕМАТИКА ФУНКЦІОНУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ.....	378

<i>Сидорова Роксолана</i>	
СУЧАСНИЙ СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ЕКО-ГОТЕЛІВ В УКРАЇНІ.....	380
<i>Смалійчук Ганна, Книш Мирослава</i>	
РЕГІОНАЛЬНІ ЧИННИКИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ ЛЬВІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ.....	384
<i>Смик Оксана</i>	
КУРОРТНО-РЕКРЕАЦІЙНІ РЕСУРСИ КАРПАТСЬКОГО РЕГІОНУ.....	388
<i>Смик Оксана, Гокера Ірина</i>	
ПОДІЄВИЙ ТУРИЗМ ЯК ПЕРСПЕКТИВНИЙ НАПРЯМ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ (НА ПРИКЛАДІ ТЕРИТОРІЇ ТЕРНОПІЛЬСЬКОЇ ОБЛАСТІ).....	392
<i>Смирнов Ігор</i>	
РЕАЛІЗАЦІЯ НАЦІОНАЛЬНО-ПАТРІОТИЧНОЇ ФУНКЦІЇ НА ПРИКЛАДІ ВИКЛАДАННЯ ТУРИСТИЧНИХ ДИСЦИПЛІН.....	398
<i>Стафійчук Валентин</i>	
ТУРИСТИЧНІ РЕСУРСИ ЕСТОНІЇ ЯК ПЕРЕДУМОВА ЇЇ ПОЗИЦІОНУВАННЯ НА ТУРИСТИЧНОМУ РИНКУ ЄВРОПИ.....	401
<i>Тимченко Інна Вікторівна, Мотигіна Вікторія Сергіївна, Калюжнин Андрій Сергійович</i>	
ДОСЛІДЖЕННЯ АНТРОПОГЕННОГО ВПЛИВУ СУДНОПЛАВСТВА НА РЕКРЕАЦІЙНУ ЦІННІСТЬ АКВАТОРІЇ БУЗЬКО-ДНІПРОВСЬКОГО ЛИМАННОГО КАНАЛУ.....	406
<i>Ткачук Леоніла</i>	
ГЕОПОЛІТИЧНИЙ ВИМІР МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ.....	409
<i>Томчевська-Попович Наталія</i>	
ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СЕНТИМЕНТАЛЬНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ СЕРЕД ПОЛЬСЬКОЇ МОЛОДІ (В ПОЛЬЩІ).....	415
<i>Фастовець Оксана</i>	
ІННОВАЦІЇ В ЕКСКУРСІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ М.КИЄВА.....	417
<i>Філь Марія, Коропецька Тетяна</i>	
СУЧАСНИЙ СТАН І ДИНАМІКА РОЗВИТКУ: КОЛЕКТИВНІ ЗАСОБИ РОЗМІЩУВАННЯ У ЛЬВІВСЬКІЙ ОБЛАСТІ.....	422
<i>Хільчевська Ірина</i>	
АСТРОНОМІЧНИЙ ТУРИЗМ: СУТНІСТЬ, ФАКТОРИ РОЗВИТКУ ТА ГЕОГРАФІЯ ПОШИРЕННЯ.....	425
<i>Чир Надія</i>	
ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНИХ НАПРЯМІВ КУЛЬТУРНО-ПІЗНАВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ НА ЗАКАРПАТТІ (НА ПРИКЛАДІ КІНЕМАТОГРАФІЧНОГО ТУРИЗМУ).....	431
<i>Шевченко Ганна</i>	
ПРОГНОЗУВАННЯ ЗРІВНОВАЖЕНОГО РОЗВИТКУ РЕКРЕАЦІЇ В УКРАЇНІ: СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ПОГЛЯД.....	435

<i>Штойко Павло</i>	
ГЕОГРАФІЧНІ ЗДОБУТКИ В ШКОЛІ (КРАЄЗНАВСТВО) ТА ВИЩІЙ ШКОЛІ (ЛАНДШАФТОЗНАВСТВО І КРАЇНОЗНАВСТВО).....	438
<i>Ярмолівч В'ячеслав</i>	
БРЕНДИНГ МАЛИХ ІСТОРИЧНИХ МІСТ ЯК СКЛАДОВА МАРКЕТИНГУ ТЕРИТОРІЙ.....	443
<i>Яроменко Оксана, Токар Олексій</i>	
ГЕОПРОСТОРОВИЙ АНАЛІЗ ФЕСТИВАЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЯК ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ РІВНЕНСЬКОЇ ОБЛАСТІ.....	447
<i>Яценко Борис</i>	
ОНСЕН В ЯПОНІЇ: СФЕРА РЕКРЕАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ І НАЦІОНАЛЬНА ТРАДИЦІЯ.....	452
<i>Корінчук Сергій, Ховалко Анна</i>	
МОЖЛИВОСТІ ВПРОВАДЖЕННЯ ІНОЗЕМНОГО ДОСВІДУ В ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ НА ТЕРИТОРІЇ УКРАЇНИ.....	455
<i>Фінчук Анна</i>	
КЛАСТЕР ЯК ФАКТОР РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ.....	459
<i>Холявка Володимир, Кухтій Андрій, Голод Андрій</i>	
СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ ПЕРЕДУМОВИ РОЗВИТКУ РЕГІОНАЛЬНИХ ТУРИСТИЧНИХ СИСТЕМ УКРАЇНИ.....	464
<i>Ховалко Анна, Лех-Дебера Анета</i>	
ЕКСТРЕМАЛЬНІ ВИДИ ТУРИЗМУ НА РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ УКРАЇНИ.....	469

КУЛЬТУРНІ, СОЦІАЛЬНІ ТА ЕКОНОМІЧНІ АСПЕКТИ ТУРИСТИЧНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

Любов Альтгайм

*Тернопільський національний педагогічний університет імені
Володимира Гнатюка,
Тернопіль, Україна*

Туристична сфера діяльності охоплює сукупність різних видів послуг, необхідних для задоволення потреб споживачів, які формують, організовують, розробляють, виробляють, реалізують і надають різні підприємства, організації і заклади туристичної індустрії. Їх діяльність має культурні, соціальні та економічні аспекти.

Культурний аспект діяльності туристичних організацій і підприємств полягає у вивченні, ознайомленні, популяризації, розповсюдженні, засвоєнні та збереженні культурних, мистецьких та культурно-історичних цінностей. Під час таких процесів проходить не тільки ознайомлення цілих груп споживачів туристичних послуг чи окремих туристів із культурними особливостями тієї чи іншої місцевості, країни, краю для задоволення конкретних культурних потреб, але і водночас, або після осмислення ними отриманою інформації може відбуватися також зміна відносин між людьми, їх ставлення чи розуміння тих культур, про які вони мали можливість дізнатися. Коли бажання туристів співпадають із можливостями організаторів туристичних послуг, тоді у цьому аспекті діяльності можливим є досягнення головної мети, яка полягає у задоволенні потреб споживачів і отриманні певної вигоди суб'єктами, які продукують.

Реалізація соціальних аспектів туристичної діяльності пов'язана, перш за все, із такими напрямками як освітні і наукові, санаторно-курортні та оздоровчі послуги, активні види відпочинку і туризму. Головними елементами успішної їх реалізації є ефективна система просування цих послуг на ринок та оптимальна цінова політика. Особливо, що стосується цінової політики, то у даних сферах діяльності можна прослідкувати багато специфічних особливостей і умовностей, оскільки значна питома вага, за нашим законодавством, належить безоплатним послугам, що певною мірою перешкоджає розвитку ринкових механізмів. Саме відсутність конкуренції у наданні соціальних послуг призводить до збільшення витрат, зниження рівня рентабельності і, відповідно, прибутковості підприємств і організацій та погіршення якості послуг.

Важливим для успішної реалізації і продажу культурних і соціальних послуг у туризмі є виокремлення таких важливих складових процесу торгівлі як персонал, його кваліфікація, як відбувається і скільки триває саме отримання споживачами послуги, середовище або оточення надання цих послуг, їх стандарти і комфортність обслуговування. Все це визначає специфіку збуту культурних і соціальних послуг у туризмі.

І тут вже особливої важливості набуває економічний аспект туристичної діяльності організацій і підприємств. Він передбачає великий перелік важливих моментів із організації і надання цих послуг, а саме:

- організаційно-правовий статус підприємств і організацій;
- наявність матеріально-технічної бази;
- наявність джерел фінансування;
- наявність механізмів їх планування, організації, мотивації і контролю;
- наявність механізмів їх ціноутворення;
- наявність інших видів діяльності, сутність і структура яких мають економічні характеристики.

Особливо важливим є у економічному аспекті туристичної діяльності проблеми продажу, реалізації та збуту туристичних послуг.

Проблеми збуту цих послуг мають пряму залежність від особливостей туристичного продукту і є досить специфічними. Важливим є те, що для суб'єктів, що їх надають, не існує проблеми недоступності каналів збуту, оскільки організація, виробництво і збут цих послуг є одночасними і можуть бути локалізовані у їх приміщеннях чи закладах, наприклад, екскурсійні послуги у музеях, оздоровчі у курортно-рекреаційних закладах. І це також сприяє формуванню ефективних каналів збуту послуг у туристичній діяльності.

Беручи до уваги властивості та особливості туристичного продукту чи послуги можна виділити просторові і часові аспекти у збутовій політиці туристичних підприємств і організацій. У просторових аспектах важливими будуть вибір місця, місцевості та країни розташування каналів збуту. У часових – режим роботи оздоровчих закладів чи інших закладів, які надають послуги проживання і харчування, а також наднормова праця протягом доби і тижня та терміновість надання екскурсійних та інших послуг туристичного обслуговування.

Під час реалізації і продажу різних видів послуг у туристичному обслуговуванні використовують як власні канали їх збуту, так і залучені.

До власних каналів збуту туристичних послуг можна віднести приміщення музеїв, картинних галерей, стаціонарні і пересувні виставки,

різні культурні і соціальні заклади та їх філії, тобто все те, що дає можливість візуальної реалізації і продажу туристичних послуг, а також Інтернет, радіо і телебачення. Із огляду на специфіку, особливості і властивості туристичного продукту, заклади, організації і підприємства туристичної індустрії використовують здебільшого прямий збут, під час якого продавець і покупець безпосередньо взаємодіють між собою.

Що стосується залучених каналів збуту, їх ще інакше можна назвати опосередкованим збутом, то для продажу туристичних послуг це також поширене явище. Ними виступають, як правило, туристичні агенції та інші роздрібні туристичні підприємства і організації, які реалізують і продають туристичний продукт, сформований і організований туристичним оператором. Для практичної реалізації збуту туристичних послуг у них виникає також потреба залучення значних додаткових фінансових, матеріальних і трудових ресурсів. Тому вони для ефективних і швидких продаж можуть також засновувати свої дочірні підприємства і філії у інших містах, або брати акціонерну участь у капіталі інших закладів, організацій чи підприємств, без участі яких взагалі не можливо реалізувати окремі різновиди послуг.

Кожне підприємство, організація та заклад туристичної індустрії володіє своїми різноманітними специфічними інструментами і тактичними методами реалізації, продажу чи збуту туристичного продукту, вибір яких залежить від їх іміджу, територіального розташування, наявності філій і відділень, темпів формування і просування на ринок нового туристичного продукту, рівня конкуренції на ринку, методів державного регулювання та інших чинників, які прямо або опосередковано впливають на якість і кількість різних видів послуг у туристичному продукті.

Список використаних джерел:

1. Апопій В.В., Олексин І.І., Шутовська Н.О., Футало Т.В. Організація і технологія надання послуг: Навч. посіб. / За ред. В.В. Апонія. – К.: ВЦ «Академія», 2006. – 312 с. (Альма-матер).
2. Бабарицька В., Короткова А., Малиновська О. Екскурсоведство і музеєзнавство: навчальний посібник. – К.: Альтерпрес, 2007. – 464 с.
3. Емельянов Б. В. Экскурсоведение: Учебник. – 3-е изд., перераб. и дополн. – М.: Советский спорт, 2002. – 216 с.
4. Мальська М.П., Антонюк Н.В., Ганич Н.М. Міжнародний туризм і сфера послуг: Підручник. – К.: Знання, 2008. – 661 с.
5. Пангелов Б.П. Організація і проведення туристсько-краєзнавчих подорожей: навч. посіб. / Б.П. Пангелов. – К.: Академвидав, 2010. – 248 с. (Серія «Альма-матер»).

ВИКОРИСТАННЯ ПАРКІВ ПАМ'ЯТОК САДОВО-ПАРКОВОГО МИСТЕЦТВА У РЕКРЕАЦІЙНО-ТУРИСТИЧНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ЧЕРНІВЕЦЬКОЇ ОБЛАСТІ

Наталя Андрусяк

*Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича,
Чернівці, Україна*

Парки пам'ятки садово-паркового мистецтва (ППСПМ) Чернівецької області – це визначні та цінні зразки паркового будівництва. Вони створені з метою охорони рослинного світу та використання в естетичних, виховних, наукових, природоохоронних та оздоровчих цілях.

ППСПМ Чернівецької області мають місцеве значення. Часто на територіях ППСПМ проводяться наукові дослідження. Більша частина ППСПМ належать до групи об'єктів загального користування. Проте значна кількість ППСПМ знаходяться на території закладів відпочинку і лікування, тому вони належать до групи обмеженого використання.

Статус ППСПМ у Чернівецькій області надано озелененим територіям загального та обмеженого користування, таким як міським паркам, паркам культури та відпочинку, скверам.

Основним призначенням ППСПМ у Чернівецькій області є збереження, підтримання та відновлення паркових ландшафтних композицій, збереження об'єктів культурної спадщини, а також проведення екскурсій та масового відпочинку населення.

У Чернівецькій області створено 40 ППСПМ, загальною площею 243,9 га. ППСПМ становлять 13,3 % від загальної кількості об'єктів природно-заповідного фонду області. Площа територій, що займають ППСПМ Чернівецької області варіюють від 0,5 до 63,5 га. До парків-скверів належать 3 парки м. Чернівці, які за площею відповідають даному виду ППСПМ. Проте до скверів у Чернівецькій області, за площею (від 0,02 до 2 га) належать ще 11 ППСПМ. Парки, що займають найбільші площі, розміщені в Сторожинецькому, Кіцманському, Хотинському районах та у м. Чернівцях. Серед усіх парків лише 3 є парками масового відпочинку (ЦПКіВ ім. Т. Шевченка, Жовтневий парк та Романківецький ППСПМ) [1].

Основні види рекреації на територіях ППСПМ Чернівецької області регулюються «Положенням про рекреаційну діяльність у межах територій та об'єктів природно-заповідного фонду України». До основних видів рекреаційної діяльності на територіях даних об'єктів ПЗФ належать:

✓ Відпочинок (загальнооздоровчий, культурно-пізнавальний,

короткостроковий 5-10 годин до 1- 2 днів; розбиття наметів і розкладання вогнищ у спеціально обладнаних та відведених для цього місцях);

✓ Екскурсійна діяльність - екскурсії (прогулянки) маркованими екологічними стежками, а також на виставки, в музеї, засновниками яких є установи ПЗФ, інші суб'єкти рекреаційної діяльності.

✓ Туристична діяльність: науково-пізнавальний пішохідний туризм, орнітологічний туризм (спостереження за птахами), етнографічний туризм, лижний і гірськолижний туризм, велосипедний туризм (прогулянки, подорожі на велосипедах), кінний туризм (прогулянки, подорожі на конях), водний туризм (спуск гірською річкою на надувних плотах, човнах, катамаранах (рафтинг), подорожі на яхтах, катання на водних лижах, віндсерфінг, прогулянки на човнах), спелеотуризм, підводний туризм (підводне плавання з аквалангом, екскурсії до підводних печер і гротів), парапланеризм, дельтапланеризм, балунінг (прогулянки і подорожі на повітряних кулях);

✓ Оздоровлення - використання рекреантами природних лікувальних ресурсів ПЗФ з метою відновлення розумових, духовних і фізичних сил.

Любительське і спортивне полювання і рибальство [3].

ППСПМ Чернівецької області використовуються в рекреаційних та туристичних цілях. Проте дане використання можна охарактеризувати скоріше як пасивне, ніж активне. Проведені дослідження, із визначення громадської думки щодо використання ППСПМ м. Чернівці, свідчать, що 84 % жителів Чернівецької області найбільш придатним для відпочинку вважають парк культури та відпочинку ім. Т.Г. Шевченка у м. Чернівці. Антропогенне навантаження на територію зазначеного парку характеризується як високе, особливо у літній період.

Центральний парк культури і відпочинку ім. Т.Г. Шевченка розташований в центральній частині міста Чернівці і є природоохоронною територією та призначений для організації проведення вільного часу, активного відпочинку, розваг та задоволення різноманітних груп населення.

На території (понад 16 га) розміщено багато історичних пам'яток та архітектурних ансамблів, які нагадують історичне минуле і культурне надбання. Парк культури та відпочинку ім. Т.Г. Шевченка використовується

як середовище повсякденного та епізодичного відпочинку населення області, однак, його територія рідко є об'єктом екскурсійної діяльності. Історія створення та діяльності парку є досить цікавою та заслуговує уваги екскурсиводів та туристів.

У ХІХ столітті в Чернівцях було популярним саджати рослини іноземного походження, тоді у тут було кілька скверів, садів, парків. З усіх громадських садів найстаріший – Народний сад (нині ППСМ парк ім.Т.Г. Шевченка). У сімдесятих роках виникають парки імені Франца Йосипа, Ботанічний сад, парк Піно, Габсбурзька височина та парк Шиллера. Тож перший парк у Чернівцях було закладено ще у 1830 роках, за зразком віденських парків завдяки зусиллям окружного інженера Адольфа Маріна та міського архітектора Андреаса Микулича [2].

Назва парку «Народний сад» виникла як калька з німецького *Volsgarten*. У міжвоєнний період парк мав іншу офіційну назву – *Gardina publica*, це було перекладом старої назви румунською. Уже в радянський час парк отримав статус Центрального парку культури і відпочинку ім. Калініна. Після розпаду СРСР парку дали ім'я Т. Г. Шевченка. Парк заклали на місці лісу. Тобто парком стала частка лісу, вилучена з масиву загального користування.

Народний сад був досить вишуканий своїми насадженнями. Зокрема його засадили рідкісними породами дерев. У квітні 1875 року на честь срібного весілля монаршої пари у парку посадили «Цісарський дуб». За традиціями європейського паркового мистецтва, тут звели будиночки для рекреантів. У центрі парку була облаштована у стилі класицизму купальня (курсалон), а воду використовували зі струмка, що протікав поруч. Неподалік був басейн з фонтаном, ставок з лебедями, вкритий водяними ліліями. Кошти на впорядкування парку надавали міські меценати. За садом доглядали першокласні садівники. Парк мав площу 24 йогои 1495 клафтерів. Завдяки інженеру А. Маріну тут висадили 35 тисяч кущів та дерев. Це були унікальні рідкісні дерева, завезені з Європи. Наприклад, окрім дуба та бука, тут посадили клен американський, бархат амурський, туя східна, сосна чорна, ялиця кавказька тощо. До речі питання впорядкування парку слухались на засіданні магістрату [2].

Народний сад був улюбленим місцем відпочинку чернівчан з кінця ХІХ століття і залишається таким і до нині.

Отже, ППСМ м. Чернівці та Чернівецької області є достатньо популярними об'єктами рекреації, проте найкомфортнішим для відпочинку рекреанти вважають ППСМ ім. Т.Г. Шевченка. Більшість парків знаходяться у занедбаному стані, хоча мають більш ніж столітню історію і є достатньо цінними об'єктами культурно-пізнавального туризму. ППСМ Чернівецької області потребують комплексних досліджень з метою визначення їх реального туристично-рекреаційного потенціалу та можливості їх використання як екскурсійних об'єктів.

Список використаних джерел:

1. Кілінська К. Парки-пам'ятки садово-паркового мистецтва Чернівецької області – об'єкти рекреаційного природокористування / К. Кілінська, Т.Скутар, Л. Лопушняк, Д. Паламар.// Географія та туризм. – К.: - Альтер-Прес. - 2013. - Випуск 25. – С. 138-151.
2. Максимюк О. Сто років тому парки були окрасою Чернівців [електронний ресурс], – режим доступу: <https://pogliad.ua/>
3. Попович С.Ю. Заповідне паркознавство. Навчальний посібник /С.Ю. Попович, О.М. Корінько, Ю.О. Клименко – Тернопіль: Навчальна книга. – Богдан, 2011. – 320 с.

ПОЛІЕТНІЧНА ТА ПОЛІКОНФЕСІЙНА ТОЛЕРАНТНІСТЬ ЧЕРНІВЦІВ ЯК ФАКТОР ТУРИСТИЧНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ МІСТА І РОЛЬ В РОЗВИТКУ ЕКСКУРСІЙНОЇ СПРАВИ

Наталія Аніпко, Оксана Боровяк

*Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича,
Чернівці, Україна*

Феномен поліетнічної та поліконфесійної толерантності міста Чернівці, який найяскравіше проявився в ХІХ-першій половині ХХ століття, вже неодноразово привертав увагу істориків та краєзнавців. Проте він майже не досліджений в сфері географії та туризмознавства і мало позиціонується як один з найголовніших факторів туристичної привабливості міста Чернівці.

Дослідження феномену поліетнічної та поліконфесійної толерантності, який мав місце в Чернівцях, та донесення результатів дослідження до громадськості як ніколи потрібне сучасній Україні. Конфлікти, непорозуміння на релігійному та етнічному ґрунті тощо стануть неможливими, коли громадяни однієї країни – України, будуть знати про такі факти в історії українських земель. Одним з найбільш реалістичних і швидких шляхів донесення такої інформації та досягнення бажаного ефекту є *екскурсійна справа*.

Ми пропонуємо втілювати в життя екскурсії містом Чернівці, в яких робиться основний акцент на феномені поліетнічної та поліконфесійної толерантності міста. Такі екскурсії можливі для різних вікових категорій.

Різниця буде полягати у адаптації екскурсії під кожну вікову групу. Прикладом може бути екскурсія під назвою «*Чернівці – ковчег під вітрилами толерантності*». Автором цього вислову є відомий чернівецький історик Ігор Чеховський [4].

Роблячи акцент на чернівецькому феномені толерантності можна, на нашу думку, досягнути більшої туристичної привабливості міста та всієї Північної Буковини. Анатолій Круглашов зазначає, що «*крайова столиця зробила найвагомий внесок у формування буковинського феномену етнічної толерантності, відповідного йому мирного співжиття різних етнічних та конфесійних громад у регіоні. Але такі стосунки різних громад є доволі нетиповими для історії країн і народів Центральної та Східної Європи*» [6]. Саме тому, ця нетиповість має стати одним із головних факторів туристичної привабливості міста Чернівці.

Родзинка міста Чернівці – поліетнічна та поліконфесійна толерантність, простежується в багатьох речах: в архітектурі, назвах вулиць, пам'ятниках, меморіальних дошках, культових спорудах, Національних домах тощо. Прояв *поліетнічної толерантності* Чернівців розглянемо на прикладі назв вулиць міста. Етнічна складова в назвах вулиць міста Чернівці представлена як діячами світової культури, так і тими, хто народився, жив та працював у місті. На межі XIX-XX століття у місті Чернівці та на Буковині найбільшими етнічними громадами були єврейська, українська, німецька, польська та румунська. В сучасних назвах вулиць міста ми знайдемо натяк на це. У таблиці 1 наведені приклади назв вулиць міста Чернівці з іменами відомих чернівчан та буковинців – представників різних етнічних громад.

У Чернівцях можна зустріти вулиці на честь відомих осіб, які відвідували місто. Всі вони були представниками різних етносів (*Іван Франко, Шолом-Алейхем, Йосип Главка, Михайло Грушевський, Леся Українка*). Також у м. Чернівці є вулиці на честь відомих німецьких поетів Йоганна Фрідріха Шиллера, Йоганна Вольфганга фон Гете, Генріха Гейне, композитора і піаніста Людвіга ван Бетховена, австрійського композитора Вольфганг Амадея Моцарта, польського поета Адама Міцкевича. Назви перших двох вулиць міста існували в австрійський період міста.

Деякі вулиці Чернівців отримали свою назву від етнічних громад міста, що проживали у ньому або споруд, які репрезентували їх: Українська, Вірменська, Турецька, Синагоги, Руська. Треба відзначити, що на цих вулицях мирно жили представники різних етнічних громад міста Чернівці [2].

Перелік назв вулиць міста Чернівці на честь відомих чернівчан і
буковинців - громадських та культурних діячів ХІХ-ХХ століття

<i>Ім'я та прізвище відомої особи</i>	<i>Коротка характеристика відомої особи, на честь якої названа вулиця</i>
Антон Кохановський	<i>Громадсько-політичний діяч Буковини, найвідоміший бургомістр міста Чернівці, на посаді якого перебував 26 років і 42 роки був депутатом міської ради Чернівців. Також був депутатом Буковинського сейму та Державної Ради (парламенту) Австрії. В історії міста Чернівці залишив дуже яскравий слід, а в пам'яті нащадків – глибоку шану і вдячність.</i>
Арон Пумнул	<i>Румунський філолог, педагог, письменник, культурний діяч, один з фундаторів духовного життя румунів Буковини.</i>
Аурел Ончул	<i>Румунський політичний діяч, доктор права, депутат Австрійського парламенту.</i>
Василь Сімович	<i>Український мовознавець, філолог і культурний діяч, дійсний член НТШ. Наукова і педагогічна діяльність В. Сімовича – це вагомий внесок у розвиток української мовознавчої науки.</i>
Володимир Івасюк	<i>Відомий український композитор і поет. Один із засновників української естрадної музики. Автор більше 100 пісень, серед яких найбільш відомі «Червона рута», «Водограй».</i>
Дмитро Загул	<i>Український поет-символіст, літературознавець, критик, публіцист, перекладач, педагог, громадський діяч.</i>
Еліезер Штейнбарг	<i>Єврейський байкар, драматург, поет, педагог, громадський діяч. Класик єврейської літератури на ідиш.</i>
Євген Гакман	<i>Церковний, громадський, політичний та культурний діяч, перший Митрополит Буковини і Далмації.</i>
Іван Миколайчук	<i>Український кіноактор, кінорежисер, сценарист. Найвідоміший фільм «Тіні забутих предків» увійшов до книги рекордів Гінесса.</i>
Кароль Мікуля	<i>Піаніст, композитор, педагог, фольклорист та громадський діяч.</i>
Ірина Вільде	<i>Видатна українська письменниця. Найвідоміший роман «Сестри Річинські».</i>
Лук'ян Кобилиця	<i>Громадський і політичний діяч, керівник селянського руху на теренах австрійської частини Буковини в 1840-их рр.</i>
Міхай Емінеску	<i>Румунський поет, класик румунської літератури, публіцист, громадсько-культурний діяч.</i>
Мирон Кордуба	<i>Видатний український історик, географ, етнограф, археограф, бібліограф, публіцист, педагог, громадсько-політичний діяч.</i>
Назарій Яремчук	<i>Відомий український естрадний співак, народний артист</i>

	<i>УРСР.</i>
Ольга Гузар	<i>Учасниця жіночого руху на Буковині, авторка місцевих часописів.</i>
Ольга Кобилянська	<i>Відома українська письменниця. Основні твори: повісті «Людина», «Земля», «В неділю рано зілля копала», «Царівна», роман «Апостол черні».</i>
Омелян Попович	<i>Український педагог, публіцист, громадський та політичний діяч Буковини кінця XIX — першої чверті XX століть.</i>
Павло Каспрук	<i>Почесний громадянин Чернівців, багаторічний керівник міста.</i>
Пауль Целан	<i>Відомий єврейський німецькомовний поет і перекладач.</i>
Сергій Канюк	<i>Український громадський діяч, письменник, педагог, публіцист.</i>
Сіді Таль	<i>Популярна українська (єврейка за походженням) співачка та акторка травестійного жанру.</i>
Сидір Воробкевич	<i>Український буковинський письменник, композитор, музично-культурний діяч, православний священник, педагог, редактор часописів Буковини, художник.</i>
Степан Смаль-Стоцький	<i>Український мовознавець і педагог, визначний громадсько-політичний, культурний, економічний діяч Буковини. Один із засновників Музею визвольної боротьби України у Празі.</i>
Юрій Федькович	<i>Відомий український письменник-романтик, культурно-освітній діяч національного відродження українців Буковини.</i>

Складено за: 1, 3, 7, 8, 9.

Представлена інформація є однією з складових частин, вже згаданої екскурсії, під назвою «Чернівці – ковчег під вітрилами толерантності». Така екскурсія, на нашу думку, дає відповідь на дуже важливе питання: «Як досягти толерантності у поліетнічному середовищі?», а місто Чернівці в цьому контексті є яскравим прикладом. Нащадок австрійських цесарів Отто фон Габсбург вважав Чернівці ідеальним містом, в якому «існував синтез національної свідомості та вищого, можна сказати, європейського погляду. Тут, у різнонаціональному місті, було доведено, що народи можуть досягти величезного в душі спільної культури, що різні мовні й віросповідні спільноти можна мирно привести до великої спільної ідеї» [5]. Інші складові феномену чернівецької та буковинської толерантності буде представлено у подальших публікаціях.

Список використаних джерел:

1. Володимир Івасюк. Життя - як пісня. Спогади та есе. Літературно-публіцистичне видання Упорядник П. Нечаєва. _ Чернівці: Букрек, 2003. – 216 с.
2. *Никирса М.* Чернівці. Документальні нариси з історії вулиць і площ / [Текст]. – Чернівці, 2008.

3. Федорів І. Мирон Кордуба як вчений: життя і діяльність / [Текст] // Історія української географії. Всеукраїнський науково-теоретичний часопис. – Тернопіль: Підручники і посібники, 2006. - Випуск 2 (14). - С.11-22.
4. Чеховський І. Чернівці – ковчег під вітрилами толерантності / [Текст]. – Чернівці, 2009.
5. Духовність міста Чернівці // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://bukportret.info/index.php/chernivtsi/dukhovnist?showall=1&limitstart=>
6. Круглашов А. Чернівці: спадщина versus спадкоємці? // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://buktolerance.com.ua/?p=1318>
7. Масан О. Феномен Антона Кохановського // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://buk-visnyk.cv.ua/naukova-dumka/246/>
8. Стефюк І. Сіді Таль – чернівчанка зі світовим ім'ям // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://chv.tv/sidi-tal-chernivchanka-zi-svitovym-im-iam.html>
9. Тарновецька Л.О. Мовознавча спадщина В.Сімовича і сучасність // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://kulturamovy.univ.kiev.ua/КМ/pdfs/Magazine41-13.pdf>

ВІРТУАЛЬНИЙ ТУРИЗМ ЯК ФЕНОМЕН ХХІ СТОЛІТТЯ

Наталія Аніпко, Ольга Фалендиш, Дарія Стасюк

*Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича,
Чернівці, Україна*

В останні роки постійно зростає конкуренція в боротьбі за потенційного туриста-клієнта. Саме це спонукає до пошуку нових стратегій розвитку туристичного бізнесу. До таких стратегій відноситься створення віртуальних турів та екскурсій.

Сьогодні *віртуальний* туризм знаходиться на стадії раннього розвитку. Поки-що немає єдиної концепції про таке явище як «*віртуальний туризм*».

Віртуальний туризм передбачає існування віртуальних турів та віртуальних екскурсій. Розглянемо термін «віртуальний тур». Вперше він був вжитий, а тур і розроблений – у 1994 році. Цей віртуальний тур був створений з метою відновлення зовнішнього вигляду зруйнованого в XV ст. замка Дадлі у Великобританії. Розробив цей тур британський інженер Колін Джонсон [8]. Отже, історія віртуального туризму розпочиналась з музеїв. Сьогодні термін «віртуальний тур» у літературі представлений «як спосіб реалістичного відображення тривимірного багатоелементного

простору на екрані» [2]. А віртуальна екскурсія – «це мультимедійна фотопанорама, в яку можна помістити відео, інфографіку, текст, посилання» [2].

Залежно від цілей відвідування мережі Інтернет Черевичко Т. В. виділяє різні види віртуального туризму: *освітній, пізнавальний, розважальний, науковий та екзотичний* [6]. Функції віртуального туризму також різноманітні. Серед основних виділяють такі: *інформаційна, функція візуалізації, збутова, функція мотивації, іміджева, рекламна, розважальна, релаксаційна, рекреаційна*. Все це дозволяє за допомогою віртуальних екскурсій або турів розширювати аудиторію потенційних туристів-клієнтів. Віртуальний туризм – це також простота і оперативність розміщення нових, оновлення і заміни старих віртуальних турів або екскурсій. Це гарантує постійну актуальність представленої на Інтернет-сайті інформації.

Віртуальні тури та екскурсії, разом з іншими технологіями, дають цілий ряд переваг туристичному підприємству. Наприклад, можливість бути на крок вперед у боротьбі за клієнта та створити свій більш сприятливий імідж. Також до переваг віртуальних турів та екскурсій належить їх доступність для будь-якого користувача мережі Інтернет та відсутність необхідності будь-яких істотних додаткових витрат [1].

Сьогодні на базі інтерактивних панорам створюються екскурсії, тури, а також презентації окремих країн. У кожній країні, мета якої – підвищення привабливості тих чи інших туристичних напрямків, створюються великі віртуальні тури. Це допомагає ефективніше просувати національний турпродукт, відповідно збільшувати туристичний потік до країни. Такі віртуальні проекти вже існують в багатьох країнах світу.

Україна порівняно з іншими країнами поки-що трохи відстає в розвитку віртуального туризму. Але незважаючи на це, щороку з'являються нові віртуальні тури та екскурсії, які стають все більш реалістичними. Як приклад наведемо вже створені віртуальні екскурсії музеями нашої держави. Цей вид віртуальних екскурсій є сьогодні найбільш поширеним серед інших видів як в Україні, так і в світі. Віртуальні екскурсії музеями «являють собою інтегративну культурну форму, що характеризується структурною і функціональною різноманітністю» [1]. В Україні вже створено кілька десятків віртуальних екскурсій музеями нашої держави. Найбільш популярні представлені в таблиці 1.

Перелік віртуальних екскурсій музеями України

Обл. України, де розміщ. об'єкт вірт. екскурсії	№	Назва об'єкта віртуальної екскурсії
Волинська	1	<i>Дубенський замок</i>
	2	<i>Будинок-музей Ігоря Стравінського</i>
	3	<i>Музей волинської ікони</i>
	4	<i>Музей історії Острозької академії</i>
	5	<i>Меморіальний музей В'ячеслава Липинського</i>
	6	<i>Музеєм Уласа Самчука</i>
Дніпропетровська	7	<i>Дніпропетровський національний історичний музей ім. Д.І. Яворницького</i>
Івано-Франківська	8	<i>Церква Святого Духа в Рогатині</i>
	9	<i>Коломийський музей народного мистецтва Гуцульщини та Покуття</i>
Київська	10	<i>Історико-меморіальний музей М. Грушевського</i>
	11	<i>Національний музей «Чорнобиль»</i>
	12	<i>Музей Гетьманства</i>
	13	<i>Національний військово-історичний музей України</i>
	14	<i>Історико-археологічний музей «Прадавня Аратта - Україна»</i>
Львівська	15	<i>Музей-меморіал «Тюрма на Лонцького»</i>
	16	<i>Музей скла</i>
	17	<i>Музей визвольної боротьби Юрія Микольського</i>
	18	<i>Музей модерної скульптури Михайла Дзидри</i>
Полтавська	19	<i>Державний історико-культурний заповідник «Поле Полтавської битви»</i>
	20	<i>Музей-садиба Івана Котляревського у Полтаві</i>
Рівненська	21	<i>Острозький замок</i>
Чернівецька	22	<i>Музей історії та культури євреїв Буковини</i>
Чернігівська	23	<i>Будинок Генерального судді Василя Кочубея</i>
	24	<i>Музей археології</i>
	25	<i>Цитадель Батурицької фортеці</i>
	26	<i>Палац Кирила Розумовського</i>

Складено за: 4, 7.

Наведемо також приклади найбільш популярних інтернет-ресурсів, де представлені віртуальні тури: подорож Україною у 3D [5], подорож Карпатами у 3 D [3], подорож музеями України он-лайн [4]. Одним з найкращих прикладів 3D-турів в Україні є 3D-тур "Віртуальний Луцьк", який був презентований у 2013 році.

До перспектив подальшого розвитку віртуального туризму в Україні,

в першу чергу, належить створення та розробка національного туристичного продукту, який би максимально задовольняв потреби як внутрішнього туриста, так і іноземного. Отже, віртуальний туризм – є справжнім феноменом ХХІ століття, переваг в якого набагато більше, ніж недоліків. В майбутньому цей вид туризму буде на рівних конкурувати з іншими видами.

Список використаних джерел:

1. Божко Л. Д. Віртуальний туризм: нові віяння часу // Культура України. – Випуск 49. – К, 2015. - С.151-160.
2. Верес К. О. Інноваційні технології в екскурсійному супроводі // Туризм и рекреация / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://dspace.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/17392/3/Innovative%20technology%20of%20excurtion%20accompanied.pdf>
3. Карпати в 3D онлайн / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://карпаты3д.com/uk/galereya-turov/item/teatr-plosha.html>
4. Музеї України онлайн / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://incognita.day.kiev.ua>
5. Україна у 3D / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukraine3d.com>
6. Черевичко Т. В. Туризм в контексті інформаційної економіки [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://infotour.in.ua/cherevichko2.htm>
7. Street View – Google Maps Музеї України онлайн / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.google.com/maps/views/streetview?gl=us>
8. The History of Virtual Tours [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.campustours.com/evolution>

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ В ЕКОНОМІЦІ УКРАЇНИ

Ірина Антоненко

Національний університет харчових технологій,

Київ, Україна

Ірина Мельник

Київський університет туризму, економіки і права,

Київ, Україна

Сучасні ринкові умови вимагають від держави та бізнесу активізувати діяльність, спрямовану на підвищення ефективності

функціонування економіки. Оцінка всіх груп ресурсів, задіяних у формуванні валового внутрішнього продукту країни, має на меті пошук їх оптимального використання, в тому числі і за рахунок комбінування потенціалу з ресурсами інших країн. Враховуючи особливості туристичного продукту, який виробляється невіддільно від споживача, національна економіка країни може втратити значні надходження до бюджету, проводячи політику експорту туристичних послуг, або формувати стійкі зв'язки з міжнародними партнерами, здійснюючи імпортно-експортну політику.

Ситуація, яка склалася в останні десятиліття в Україні, вказує на значний дисбаланс між обсягами міжнародних туристичних прибуттів та обсягами виїзного туристичного потоку. Україна виступає „туристичним донором”, що безумовно впливає на позитивну динаміку внеску сектора туризму у світовий валовий продукт.

Зважаючи на актуальність, дана проблематика є вектором для проведення наукових досліджень. Таким чином, на сучасному етапі для туристичного ринку України необхідним є обґрунтування особливостей розвитку туристичних підприємств та визначення дієвих інструментів, що сприятимуть посиленню стабільності галузі. Діяльність всіх суб'єктів туристичного ринку повинна бути спрямована на залучення постійного кола туристів, особливо іноземців, як джерела наповнення бюджету.

Однак, як свідчить статистика, вклад вітчизняних туристичних підприємств в обслуговування туристів-іноземців з 2005 року не перевищувала 2%, а у 2014 році складала всього 0,94% від загальної кількості іноземців, що відвідали Україну [1]. Невелика кількість звернень до суб'єктів туристичного ринку не пов'язана з метою подорожі, адже більшість мандрівників їдуть саме на відпочинок, і як показують дослідження, формуванням міжнародних туристичних прибуттів переважно здійснюється за рахунок української діаспори [2].

Туристичні підприємства України замість формування власного ринку стають постачальниками-експортерами туристів. Серед основних факторів, які впливали на даний курс розвитку туристичного ринку, пропонуємо виділити наступні:

- бажання туристів отримувати якісний продукт за помірною ціною;
- значне розширення туристичної пропозиції за рахунок міжнародних подорожей;
- зміни у потребах туристів, зокрема бажання саморозвитку та самоствердження через мандрівки;

- застаріла база для надання туристичних послуг в країні;
- декларування органами державної влади підтримки галузі без фактичної реалізації взятих на себе зобов'язань.

Криза на грошовому ринку України сьогодні відкриває нові можливості для залучення українців до розвитку національного туристичного продукту. Вважаємо за доцільне визначити основні напрями взаємодії виробника та споживача туристичного продукту на всіх етапах розвитку українського туристичного ринку, наголосивши, що туристичний потенціал України ще не використовувався навіть на третину (табл.).

Стратегія розвитку туристичного ринку України, як і більшість національних ринків, потребує горизонтальної та вертикальної координації політики. Вертикальна координація передбачає участь держави та бізнесу у розвитку туристичного потенціалу території. Горизонтальна координація визначається взаємодією суб'єктів ринку та визначає співпрацю між туристичними підприємствами і організаціями. Взаємодія вертикальної та горизонтальної політики, на думку експертів Організації економічного співробітництва та розвитку, є основою для досягнення сталого розвитку туризму [3]. Наприклад, у Португалії для стимулювання інноваційної діяльності як елементу стратегії туризму запущено проект по створенню мережі співпраці наукових установ з ВНЗ в області туризму, з метою використання досвідного потенціалу; у Фінляндії одним із завдань Агентства з фінансування технологій та інновацій є робота з проектами Програми туризму і відпочинку, яка передбачає пошук нових концепцій обслуговування, нових способів виробництва послуг, в тому числі з використанням технології віртуального простору [4].

Узгодженість дій туристичних підприємств у довгостроковій перспективі має призвести до сталого розвитку туризму. Однак стратегія розвитку українських туристичних підприємств сьогодні повинна бути направлена на забезпечення еколого-економічної безпеки галузі. Еколого-економічна безпека враховує допустимий рівень екологічного ризику, пов'язаний з усіма господарськими процесами туристичного підприємства, за якого всі його ресурси, знаходячись у стратегічній взаємодії з ресурсами зовнішніх партнерів-суміжників, задіяні у формуванні конкурентоспроможного продукту та не здійснюють надмірного навантаження на природне середовище. Еколого-економічна безпека як складова сталого розвитку туризму повинна сформувати основу корпоративної соціальної відповідальності туристичного

**Зміни у структурі пропозиції та попиту
на туристичному ринку України**

Роки	Зміни у структурі пропозиції	Зміни у структурі попиту
1990-1994 рр.	Перші туристичні оператори Недиференційована пропозиція Відсутність ексклюзивних турів	Тури по Україні, мета – відпочинок Виїзний туризм, мета – закупівлі товарів для малого бізнесу
1994-2004 рр.	Поява провідних українських операторів	Зростання пізнавальних потреб населення
2004-2008 рр.	Входження на ринок міжнародних операторів (туристичних і готельних) Розвиток масових напрямів Створення інформаційних структур туристичних підприємств у мережі Інтернет Сільський зелений туризм Створення асоціації в туризмі	Внутрішній турпотік переважає над виїзним Масовий вибір організованих турів, мета – відпочинок та екскурсії
2008-2009 рр.	Криза в економіці, в т.ч. в туризмі	Відстрочений попит на туристичні послуги
2009-2011 рр.	Диференціація пропозиції Зменшення кількості днів подорожі Віртуальні тури Розвиток подієвого туризму Розвиток МІСЕ-туризму	Виїзний турпотік переважає над внутрішнім, мета – відпочинок, екскурсії, саморозвиток Підвищення попиту на індивідуальні тури
2011-2013 рр.	Розширення масових напрямів Зміни масових напрямів через політичні конфлікти Поява нових видів туризму Демпінг у ціноутворенні Корпоративна соціальна відповідальність бізнесу Активне розширення франчайзингових мереж	Масовий виїзний туризм, мета – відпочинок, екскурсії, екстрим, саморозвиток Популярність подієвих турів Розширення частки туристів, які самостійно організують власний відпочинок
Роки	Зміни у структурі пропозиції	Зміни у структурі попиту
З 2014 р.	Анексія туристичних територій Добровільне страхування відповідальності оператора від невиконання зобов'язань	Зниження попиту у зв'язку з воєнними діями Відстрочений попит на туристичні послуги

Для туристичного бізнесу поняття „соціальна відповідальність” трансформується у поняття „соціально-екологічна відповідальність”, оскільки реалізація даної інноваційної моделі розвитку для туристичного підприємства базується на використанні природних рекреаційних ресурсів територій. Туристичні підприємства можуть здійснювати свій внесок у забезпечення сталого розвитку тільки через партнерів, адже сам туристичний продукт є результатом взаємодії підприємства з діловим оточенням.

Підсумовуючи, можна говорити про те, що концепція соціально-екологічної відповідальності повинна стати основою стратегії розвитку українських туристичних підприємств, оскільки має приховані можливості як для формування нової цінності туристичного продукту у відповідь на зростаючі пізнавальні потреби населення, так і для стримування виїзду громадян в зони, аналогічні за умовами регіонам нашої країни.

Список використаних джерел:

1. *Travel & Tourism. Economic impact 2014. World* [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.wttc.org/>
2. Daniel BULIN, Nela MIRU, Georgică GHEORGHE *The impact of tourism industry in the economy. the case of Black Sea region countries // Knowledge Horizons – Economics. -Volume 6, Issue 2, pp. 74–79, © 2014 Pro Universitaria*
3. Ткаченко Т.І. *Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: монографія / Т.І.Ткаченко. - 2-ге вид., випр. і допов. - К.: Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2009. - 462 с.*
4. *UNWTO Tourism Highlights, 2010-2014 Edition* [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://unwto.org>

СВІТОВИЙ ДОСВІД ДЕРЖАВНОГО МЕНЕДЖМЕНТУ У СФЕРІ ТУРИЗМУ

Наталія Антонюк

*Львівський національний університет імені Івана Франка,
Львів, Україна*

Державна політика у сфері туризму в країнах з розвиненою туристичною галуззю реалізується через національні туристичні адміністрації. Зазвичай, вони фінансуються за рахунок урядових грантів,

а до сфери їх компетенції входять функція планування і контролю, маркетинг, фінансовий менеджмент, координаційні функції. Держава відіграє важливу роль у регулюванні й контролі за сферою туризму, а також, якщо буде потреба, стимулює й підтримує його розвиток. Наприклад, вона стримує небажане зростання галузі й обмежує нечесну конкуренцію, допомагає підняти рівень попиту шляхом створення відповідної інфраструктури або будівництва готелів. Крім того, уряд встановлює стандарти якості й захищає права споживачів (у цьому випадку туриста) від зловживань і недбалості представників туристичного бізнесу.

Держава має у своєму розпорядженні цілий набір інструментів впливу на галузь. Це й директиви центрального уряду, і контроль місцевих органів влади. Крім того, держава зобов'язана піклуватися про збереження національної спадщини. Об'єкти, що становлять історичну або архітектурну цінність, особливо ті, які значаться в списку ЮНЕСКО й мають міжнародне значення, необхідно зберегти для нащадків. На відміну від регіональних туристичних рад, які займаються в основному рекламою, на органи місцевого самоврядування покладені такі функції, як планування й забезпечення стійкого розвитку конкретної території.

Ще одним способом впливу місцевих органів самоврядування на туристичну сферу є стримування розвитку інфраструктури. Він може принести певні результати, але, на жаль, від цього постраждають і місцеві жителі, чие незадоволення поганими дорогами може призвести до серйозних політичних наслідків. Контролювати туристичні потоки можна й за допомогою цінової політики. Через величезну кількість приїжджих Венеція має багато проблем. Так, рух по каналах став настільки інтенсивним, що владі довелося ввести диференційовану систему оплати транспортних послуг: тепер туристи платять у вісім разів більше, ніж городяни, хоча, найімовірніше, це рішення буде скасовано, оскільки воно суперечить законодавству ЄС. Проте це не стосується інших регіонів: наприклад, Індія значно підвищила вартість доступу до своєї головної визначної пам'ятки – Тадж-Махалу, тим самим обмеживши кількість відвідувачів, яка негативно впливає на стан будинку.

У Європі змінюють не тільки графіки канікул, а й розклад відпусток. Зокрема, у Німеччині уряди земель зобов'язані дотримуватися черговості відпускних сезонів на основі одинадцятирічного циклу, завдяки чому країні вдається уникнути ажіотажу, що спостерігається в Британії із закінченням навчального року. Фабрики, школи й приватні компанії планують відпускні сезони в чітко встановленому порядку.

Що стосується Франції, то країна ділиться на три зони, у кожній з яких відпустки й канікули починаються відповідно до графіка. Визначають різновиди державного управління сферою туризму. Децентралізоване управління – перша різновидність. Особливістю його є те, що у цій моделі є відсутній орган державного управління. У цьому полягає його особливість. Туристична адміністрація, яка б відповідала за розвиток туристичної галузі. Проблеми функціонування галузі розв'язуються на рівні їх виникнення, згідно засад самоорганізації ринку. Така модель застосовується очільниками певних держав тоді, якщо туризм у частці ВВП країни займає незначне місце, або ж навпаки займає сильні позиції і є достатньо незалежним, і здатен розв'язувати власні проблеми без втручання держави.

Такий спосіб менеджменту сьогодні застосовується у Сполучених Штатах Америки. Наприкінці дев'яностих тут була розформована державна інституція UNITED STATES TOURIST AND TRAVEL AUTHORITY (Туристична адміністрація США), яка здійснювала керівництво туристичною галуззю. Владні структури держави пояснили цей факт декількома чинниками, найважливішими із них стали – бажання знизити вкладення федерального бюджету, передові позиції Америки на світовому ринку туристичних послуг, а також популярність американського туристичного потенціалу США для туристів зі всього світу, наявність потужних туристичних приватних компаній в туристичному бізнесі Північної Америки. Вони володіють власним потенціалом самостійно здійснювати рекламні кампанії, які представляють інтереси всього американського туристичного ринку.

Наступний спосіб управління – державне управління туризмом. Воно передбачає існування сильного й впливового органу управління туризмом, який здійснює управління туризмом держави. Функціонування цього способу вимагає існування певних передумов – наявності значних державних фінансових інфестицій в туристичну індустрію, рекламу та маркетинг, значна державна підтримка розвитку інфраструктури держави. До переліку держав, де застосовується ця модель, можна віднести Туреччину, Єгипет, Туніс, Тайланд, Індонезію, Кенію та деякі інші держави, у яких туризм становить одне із найважливіших джерел доходу валюти. Так, наприклад, Туреччина на рекламу своїх туристичних пропозицій тільки в Україні щорічно витрачає півмільйона американських доларів. Значні кошти на рекламу туристичних дестинацій витрачають інші зазначені країни.

Третій спосіб, який переважає в основному у європейських

державних, полягає в тому, що проблеми розвитку туристичної сфери держави багатогалузевим міністерством. Департамент, що займається туризмом, проводить свою діяльність за двома напрямками: один – спрямований на вирішення стратегічних проблем державного регулювання туризму (розробка нормативно-правової бази, координування туристичного розвитку регіонів, моніторинг міжнародної діяльності, генерування та обробка статистики), наступний – рекламно-виставкою діяльністю та управління представництвами за кордоном. Державні туристичні адміністрації у Європі працюють у взаємодії з органами місцевої влади та бізнес-структурами. Важливе значення має заохочення до реалізації державних завдань із залученням фінансових засобів з приватного сектору, а також пошук вигідних форм співпраці між органами влади різних регіонів та рівнів. В результаті такої політики виникають змішані за формами власності державно-приватні підприємства з регулювання туристичної діяльності.

Туризм у Франції на рівні виконавчої влади відноситься до компетенції Міністерства транспорту і громадських робіт, у межах його структури діє Державний секретаріат з питань управління туризмом. Цей орган займається вирішенням питань управління та регулювання галузі, інвестування та регулювання міжнародних зв'язків у сфері туризму. Окрім неї, є ще ряд організацій, які беруть участь в управлінні туристичної сфери, на основі дорадчого статусу. Це наприклад – консультативний орган Рада з туризму, Національна спостережна рада з туризму, в компетенції якої знаходяться маркетингові дослідження, аналіз статистики і т.п. Національна агенція з відпускних поїздок, яка займається т.зв. соціальним туризмом, Національний комітет з процвітання Франції, який займається питаннями екології, озеленення.

На регіональному рівні питаннями туризму займаються представники центральної виконавчої влади, які підпорядковуються безпосередньо префектам, т.зв. делегати. Їх діяльність скерована на координування місцевих і національних ініціатив, адже повноваження місцевих органів влади у сфері туризму є досить значними.

Туристичний потенціал Франції на світовому туристичному ринку просуває асоціація Мезон де Франс, заснована у 1987 році. До її складу входять 800 осіб: представники державних адміністрацій, туристичних фірм, готелів, інститутів екскурсійного нагляду. Її 33 представництва розташовані в 26 країнах світу. Керівний орган – Рада Директорів, яка складається з 27 осіб, значна кількість членів – це колишні урядовці, а тепер бізнесмени. Функціонування Мезон де Франс на 60 відсотків

фінансується з бюджету держави.

Туризм відіграє визначну роль у розвитку територій. Таких визначних результатів туристична галузь Франції досягла завдяки всебічній підтримці її розвитку державою, продуманій регіональній політиці щодо активізації розвитку галузі туризму на місцях, а також тісній співпраці органів виконавчої влади, місцевого самоврядування, громадських організацій та підприємців. Повна автономія у сфері керівництва й управління у сфері туризму, обмежена тільки рамками закону, тобто відсутність будь-якої опіки з боку держави або залежності від інших місцевих колективів; наявність власних гарантованих джерел фінансових коштів: фіскальні збори (чотири види місцевих податків, розмір яких визначається самими колективами і які збираються й надалі перерозподіляються державою), державні субвенції, встановлюються таким чином, щоб усунути диспропорції в розвитку місцевих колективів і забезпечити для них рівні умови); позикові кошти (місцеві колективи можуть вільно брати позики); власні доходи; автономна адміністрація й територіальні служби, штати, повноваження, рівень незалежності й стабільності яких визначаються статусом місцевого колективу.

Систему органів муніципального управління доцільно розглядати відносно до різних територіальних утворень, що перекривають один одного: регіонів, департаментів і коммун. Міжурядовий комісаріат з туризму вирішує різні важливі управлінські завдання, що стосуються діяльності різних міністерств та відомств, з іншого – усуває міжвідомчі розбіжності, які пов'язані з досить вузькою спеціалізацією деяких міністерств. Комісаріат підпорядковується безпосередньо прем'єр-міністру країни.

На рівні регіону та департаменту управління туристичною галуззю здійснюють відповідні органи виконавчої влади, їх створення відбувалось за принципом деконцентрації, який полягає у перенесенні завдань на нижчі рівні адміністрації, але не пов'язується з обмеженням залежності від вищих органів влади.

Всього на території Франції створено 27 регіональних туристичних представництв. У кожному регіоні вони діють при префектурі та підпорядковуються префекту. На представництва покладено наступні повноваження та обов'язки: впроваджувати політику держави в туристичній галузі; готувати для уряду та інших державних установ рекомендації щодо вирішення проблем туристичної галузі та змін державної політики у цих питаннях; відстоювати інтереси туристичного ринку, водночас узгоджуючи їх із потребами споживачів; сприяти

розвитку туристичного продукту Франції та просуванню його на зарубіжні ринки для нарощування обсягів іноземного туризму до країни та збільшення надходжень від нього.

Крім того, представництва контролюють роботу суб'єктів туристичної діяльності, навіть якщо вона ініційована органами місцевого самоврядування та здійснюється за рахунок місцевого бюджету. Вони також надають рекомендації територіальним громадам, організаціям фахівців туристичної галузі, асоціаціям і туристичним підприємствам у рамках державних та регіональних проектів розвитку і модернізації туристичної галузі. Представництва відіграють важливу роль у залученні інвестицій у туристичний розвиток регіону з боку держави і Євросоюзу.

Принципами сучасної туристичної політики Франції є децентралізація, делегування повноважень органам місцевого самоврядування, підтримка місцевих ініціатив, розвиток усіх форм соціального туризму, принцип всебічної співпраці між владою, територіальними громадами та підприємцями в галузі туризму; створення Національного комітету якості та товарних знаків у галузі туризму; реформування фінансової та податкової політики стосовно діяльності підприємств, які надають послуги щодо розміщення (готелі, хостели, туристичні бази тощо); впровадження в туристичній галузі системи п'ятирічних контрактів "держава-регіони"; створення органами місцевого самоврядування і суб'єктами туристичної діяльності змішаних підприємств для управління такими важливими й складними в обслуговуванні об'єктами.

Питаннями розвитку туризму в Іспанії займається Міністерство економіки, до складу якого входить Державний секретаріат з торгівлі, туризму, малого бізнесу. До Міністерства також належить Центральна дирекція з туризму, яка контролює адміністративні питання, визначає загальну стратегію Міністерства належать Центральна дирекція з туристичної політики, готельна мережа "Парадорес", два виставково-конгресових центри у Мадриді та Малайзії, іспанський інститут туризму "Туреспака". Повноваження Міністерства економіки обмежені, бо проблеми ліцензування, сертифікації послуг, розробки стратегій розвитку галузі контролює місцева влада. Для їх координації засновано Раду з розвитку туризму. До неї входять представники державних органів різного рівня, а також представники приватного бізнесу. Інститут туризму "Туреспака" залучає туристів з-за кордону, проводить рекламну діяльність, просуває іспанські курорти у світі. Інститут має широкую мережу інформаційних центрів в Іспанії та 29 офісів у 21 країні за кордоном.

Інституція повністю фінансується державою.

Сферу туризму у Великій Британії відстежує Міністерство культури, видовищ і спорту, якому безпосередньо підпорядковуються Британська туристична адміністрація. Вона займається туристичними потоками іноземних туристів до Великої Британії та розвиває внутрішній туризм, надає консультації урядові інституції з питань розвитку туристичного бізнесу, а також консультує уряд та інші державні установи з питань туризму.

Британська туристична адміністрація разом із традиційною діяльністю за межами держави-інформація, реклама, виставкова діяльність, надає платні консалтингові і маркетингові послуги, організовує виставки та семінари, реалізує різноманітні проекти за участю закордонних інвесторів, займається видавничою діяльністю. Її очолює Рада директорів, яка нараховує у своєму складі шість осіб. В організації працює близько 300 працівників. Третя частина з них працює у Лондоні, а решта – у 26 державах світу. 68 відсотків фінансування Британської туристичної адміністрації бере на себе держава.

Протягом останніх років політика британського уряду у сфері туризму постійно коливалася між необхідністю інвестування в туризм з метою створення нових робочих місць і прагненням скоротити видатки бюджету. На першому етапі своєї діяльності уряд консерваторів надавав туризму серйозну фінансову підтримку, але з початку 1990-х рр. ситуація змінилася: чиновники вирішили, що державні дотації виконали свою функцію, індустрія “наростила м’язи” і вкладати в неї кошти має приватний сектор. Крім того, було прийнято рішення мінімізувати державне втручання в питання планування й розвитку, контроль за якими був покладений на Британську туристичну адміністрацію (сьогодні – “ВізітБрітан”) і регіональні структури.

Італійський Департамент туризму підпорядковується Міністерству виробничої діяльності. Основними завданнями Департаменту є координування діяльності регіональних туристичних адміністрацій, розробка нормативно-правових галузевих документів, які мають загальнодержавний зміст, маркетингові дослідження, нагромадження та аналіз статистичних даних, підготовка і реалізація міжурядових угод по туризму, взаємини із іншими міжнародними організаціями та ЄС. Особливістю управлінської моделі італійським туризмом є надання значних повноважень місцевим туристичним адміністраціям. Вони відповідають за ліцензування туристичної діяльності, класифікацію готелів, мають право відстежувати розвиток своїх регіонів, як всередині так і за кордоном.

Незважаючи на ці факти, основну представницьку роль Італії на міжнародному туристичному ринку здійснює Національне управління з туризму. Основними його функціями є рекламно-інформаційна робота, маркетингові дослідження, моніторинг та координація закордонної діяльності місцевих туристичних адміністрацій. Цей орган підпорядковується Департаменту з туризму і повністю підтримується державою і має представництво у 16 країнах.

Список використаних джерел:

1. Алексеева Ю.В. Державне регулювання розвитку туристичної галузі України в контексті досвіду Франції: автореф. канд. наук з держ. упр. / Ю.В. Алексеева. – Одеса, 2005. – 23 с.
2. М. П. Мальська, Н.В. Антонюк, Н.М. Ганич. Міжнародний туризм і сфера послуг. К. : Знання, 2008.
3. Холловой Дж. К. Туристический бизнес: пер. с 7-го англ. изд. / Дж. К. Холловой, Н. Тейлор. – К. : Знання, 2007. – 798 с.
4. Caroline P. Increasing the trade potential of business events and Improving Britain's position as a stage for International events / P. Caroline // Better business tourism in Britain. – 2004. – 9 p. [Електро- нний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.businesstourismpartnership.com/pubs/BACD%20tourism.pdf>
5. Моделі управління туристичним бізнесом за кордоном // http://pidruchniki.com/1566021241440/logistika/modeli_upravlinnya_turistichnim_biznesom_kordonom
6. Турист без інформації – як риба без води! // Інтернет-видання UA-Reporter. com [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ua-reporter.com/turizm>

ТУРИСТИЧНІ ПРИТУЛКИ СКОЛІВЩИНИ

Романна Байцар

*Львівський національний університет імені І. Франка,
Львів, Україна*

Українські Карпати завжди приваблювали своїми краєвидами, особливими барвами і красою в різні пори року; унікальними фольклорно-етнографічними особливостями етнічних груп українців, досить багатим історичним минулим багатьох видатних мандрівників, краєзнавців, поетів і просто туристів. Підвищений інтерес до мандрівок галицької

інтелігенції, студентської молоді зумовив необхідність розвивати карпатську туристичну інфраструктуру (транспортні засоби, місця для відпочинку мандрівників, марковані туристичні шляхи, рятувальні служби, курси гірських провідників тощо). Стараннями туристичних спілок Галичини з кінця XIX ст. була розпочата робота по спорудженню прихистків для туристів у Українських Карпатах [3, 4].

Сколе, як відпочинковий центр, розвинув граф Кінські, а основний його розвиток припадає на 1894 рік. У 1912 році у Сколе відпочило 1000 осіб. За М. Орловичем, у 1912 році у Львівських Карпатах відпочинкові центри діяли в 22 місцевостях. У 1929 році виник Дрогобицький відділ ПТТ. А в 1932 р. у Турці було організовано філію Дрогобицького Польського Татранського Товариства (ПТТ), який взяв на себе розвиток туризму у Підкарпатті і на Турківщині. Вже в перші роки (1930-1931рр.) біля підніжжя г. Пікуй (1408 м.) були закладені перші туристичні притулки Львівщини. Напередодні Другої світової війни на Сколівщині відпочивало 20 тис. осіб. Найбільшими центрами були Сколе (3 тис), Славське (6 тис), Тухля (4 тис).

Сколівщина отримала добре розгалужену мережу туристичних закладів: турбази (Славське, Бескид, Климець), туристичні станції (Лавочне), туристичні оселі (Зелеміль) та ін. Особливо чисельними були притулки, розташовані переважно під гірськими вершинами у 15 місцях. Не враховуючи готелів, на Сколівщині налічувалося 270 місць для туристів. Густота туристичних закладів на Сколівщині й Турківщині становила 0,5- 1 на квадратний кілометр. Головним лежачарським центром в Львівських Карпатах було Славське, де перший лежачарський дім з'явився ще у 1912 році. Перед війною Товариство карпатських лежачарів налічувало понад 600 членів та мало своє схронисько у Славському.

У роки Другої світової війни припинили своє існування майже всі туристичні споруди і туристичні транспортні шляхи Галицької карпатської туристичної інфраструктури внаслідок сильної руйнації [2]. У повоєнні роки розпочався новий етап відбудови і подальшого розвитку туристичної інфраструктури України.

На даний час в Українських Карпатах майже не розвинена мережа таких спеціалізованих будівель, тому, окрім проживання в наметах, мандрівники зазвичай користуються ситуативними способами влаштування ночівлі в доступних для них будівлях: лісничівках, мисливських колибах, хатинах для вівчарів тощо. Але в роки незалежності України питанням відновлення туристичних притулків почали суттєво

займатись, але не місцева влада, а туристи-ентузіасти, які віддані своїй справі і хочуть покращити туристичну інфраструктуру у Карпатському регіоні.

На даний момент на Сколівщині у Національному природному парку «Сколівські Бескиди» функціонує 2 туристичних притулки в урочищі „Дубина” - на 100 місць та урочищі „Тустань” - на 60 місць.

Бачимо що ці факти свідчать про позитивний розвиток туристичних притулків в Львівських Карпатах, і сподіваймось що на цьому робота над покращеннями у галузі туристичного розміщення не будуть зупинятись на цьому етапі.

Список використаних джерел:

1. Quirini-Popławski Ł. Schroniska turystyczne z elementami stylu huculskiego w Czarnohorze i Gorganach do 1939 r. // Huculszczyzna w badaniach młodych naukowców. – Kraków, 2011. – S. 131-150.
2. Przewodnik Podróżniczo-Turystyczny, 1937/8, R. 4. – Warszawa : Polskie Biuro Podróży “Orbis”, 1937. – 226 s.
3. Szkolne schroniska wycieczkowe : informator. – Warszawa: Państwowe Wydawnictwo Książek Szkolnych we Lwowie, 1937.
4. Рутинський М. Й., Стецюк О. В. Туристичний комплекс Карпатського регіону України: монографія / М. Й. Рутинський, О. В. Стецюк. – Чернівці: Книги – XXI, 2008.

СКЛАДОВІ ВАРТОСТІ ПУТІВКИ НА ТУРИСТИЧНІ ПЕРЕВЕЗЕННЯ ЗАЛІЗНИЧНИМИ КОЛІЯМИ

Юрій Бараш, Лариса Марценюк, Тетяна Чаркіна
*Дніпропетровський національний університет залізничного
транспорту імені академіка В. Лазаряна,
Дніпропетровськ, Україна*

За часи існування Радянського Союзу залізничний транспорт приділяв значну увагу пасажирським туристичним перевезенням. Але ці перевезення були організовані тільки по широкій залізничній колії. Туристичні поїзди в основному не мали спеціального рухомого складу, а формувалися із звичайних купейних вагонів з включенням до туристичного поїзду кількох вагонів ресторанів [1].

Крім того, кожного літа організовувалися піонерські табори на колесах, які мали зупинки на березі моря або в інших містах відпочинку. Управління туристичними пасажирськими перевезеннями виконували пасажирські служби окремої залізниці. Вони надавали для перевезення рухомий склад, забезпечували заправку вагонів водою на час подорожі, організовували технічних супровід та поточний ремонт рухомого складу, встановлювали необхідне обладнання на місцях стоянки туристичних поїздів і організовували харчування туристів у місцевих вокзальних ресторанах [2,3].

В данні часи публічне акціонерне товариство «Українська залізниця» майже не займається туристичними перевезеннями пасажирів, оскільки в неї не вистачає пасажирських вагонів необхідної якості. Крім того, організація туристичних перевезень потребує зараз підвищеного комфорту, більшої швидкості, спеціального рухомого складу, оснащеного вакуумними або біотуалетами, кондиціонуванням повітря, Інтернетом, телебаченням, якісним харчуванням та ін.

Починаючи з 2016 року, Укрзалізниця почала реформувати свою організаційну структуру, за якою передбачалося утворення двох секторів: монопольного та конкурентного. До монопольного сектору була віднесена основна діяльність українських залізниць – перевезення пасажирів у далекому, регіональному та приміському сполученні, а також вантажні перевезення та організаційні структури, що їх обслуговують. До конкурентного сектору була віднесена інша діяльність, яка не пов'язана з процесами перевезень.

З погляду на сказане вище, надання туристичних послуг може бути віднесено до монопольного сектору, якщо Укрзалізниця буде займатися тільки перевезенням туристів (трансферні послуги), або до конкурентного сектору, якщо на базі Укрзалізниці буде утворена туристична компанія, яка буде займатися усім комплексом туристичних послуг.

В даній публікації ми вирішили акцентувати увагу на формуванні вартості путівки на туристичні подорожі вузькоколійною залізницею. На нашу думку, ця вартість буде складатися із суми плати за послуги усіх учасників туристичної подорожі, а саме:

1. Послуг регіональної філії «Львівська залізниця» публічного акціонерного товариства «Українська залізниця» за доступ до вузькоколійної інфраструктури (тариф за перевезення туристів).

2. Послуг регіональної філії «Львівська залізниця» за екіпірування, технічне обслуговування та ремонт вузькоколійного транспорту (якщо рухомий склад належить туристичній компанії).

3. Послуг регіональної філії «Львівська залізниця» за екіпірування, технічне обслуговування та поточний і капітальний ремонт рухомого

складу та рельсомобілей.

4. Послуг регіональної філії «Львівська залізниця» за супроводження поїздів технічним персоналом під час руху та локомотивною бригадою.

5. Послуг регіональної філії «Львівська залізниця» за заправку поїздів питною водою, електроенергією на стоянках, та переробку контейнерів від вакуумних туалетів.

6. Послуг регіональної філії «Львівська залізниця» за охорону рухомого складу рухомого складу на кінцевих зупинках та в депо.

7. Власних витрат туристичної компанії пов'язаних з організацією туристичних маршрутів (логістичні дослідження, виготовлення різних видів реклами, постачання продуктів та напоїв, організація харчування, робота стюардів, робота гідів, прибирання вагонів, укладення договорів з туристичними агенціями, готелями, апартаментами, ресторанами, кафе, колибами, лижним базами, будинками відпочинку, туристичними об'єктами, екскурсійними бюро та ін.).

8. Послуг готелів та апартаментів за проживання та харчування туристів в них.

9. Послуг ресторанів, кафе та колиб, вартість харчування яких входить до вартості путівки.

10. Послуг туристичних об'єктів з надання спокійного та активного відпочинку, вартість послуг яких входить до вартості путівки.

11. Послуг туристичних агенцій за проведення екскурсій по видатним та мальовничим місцям, заповідникам, замкам та ін., вартість послуг яких входить до вартості путівки.

12. Інших послуг, вартість яких передбачена вартістю путівки.

Залежно від класності туристичного поїзда, комфортності вагону та кількості зірок у готелі, вартість путівки змінюється в більшу сторону.

Слід сказати, що залежно від перерозподілу вказаних вище функцій (робіт послуг) витрати, що пов'язані з утримання, технічного обслуговування рухомого складу, його охорони та ін. можуть суттєво змінюватися. Тому власники туристичної компанії мусять вибрати найбільш раціональний варіант розподілу функцій між учасників туристичного бізнесу з метою оптимізації прибутку.

Найбільші витрати понесуть власники нового рухомого складу та ПАТ «УЗ», яке мусить не тільки реконструювати існуючу вузькоколійну залізницю, а й укласти багато кілометрів нових колій.

Розвиток залізничного туризму в цілому сприятиме підвищенню іміджу залізниць та забезпечить підвищення обсягів перевезень, і як

наслідок – поповнення бюджетів усіх рівнів. Серед соціальних переваг залізничного туризму – паралельно із відбудовою залізниць відновлення історичних пам'яток, розбудова інфраструктури, збереження та створення нових робочих місць, забезпечення населення доступним та цікавим видом відпочинку.

Список використаних джерел:

1. Дергоусова А.О. Формування стратегії розвитку залізничного туризму [Текст] : дис. к.е.н.: спец. 08.00.04. – економіка та управління підприємствами (за видами економічної діяльності) / А.О. Дергоусова. – Х. : УкрДАЗТ, 2012. – 216 с.
2. Кузнецов В.Г. Перспективи розвитку залізничного туризму України на вузькоколіїних лініях Закарпаття / В.Г. Кузнецов, П.О. Пшінько, І.В. Кліменко, А.В. Гуменюк, С.М. Загорулько. – Наука та прогрес транспорту. – Вісник Дніпропетровського національного університету залізничного транспорту. – №4(58), 2015. – С. 23-33.
3. Стойка В.О. Актуальні проблеми та перспективи розвитку туристичної галузі як пріоритетного напрямку інвестування соціальної сфери / В.О. Стойка // Науковий вісник Чернігівського державного інституту економіки і управління. – 2011. – № 1 (9). – С. 96-104.

ІСТОРИЧНА ПЕРІОДИЗАЦІЯ КРАЄЗНАВЧО-ТУРИСТИЧНИХ МАТЕРІАЛІВ М. ЛЬВОВА ТА ЙОГО ПРИМІСЬКОЇ ЗОНИ

Тетяна Біла

*Львівський національний університет імені Івана Франка,
Львів, Україна*

Краєзнавчо-туристичні видання, що охоплюють м. Львів та його приміську зону хронологічно можна розділити на шість періодів: австрійський, російський, польський, німецький, радянський і період незалежної Української держави. На типологічному рівні путівникові матеріали класифікують за маршрутним, довідниковим і змішаним принципами.

Історична традиція випуску путівників Львовом та його околицям сягає періоду *Австро-Угорщини* (1772-1918). Саме цей період налічує 26 путівників у яких закладено дві композиційні схеми, що збереглись донині: маршрутна (А. Шнайдер) та довідникова (С. Кунаевич) [2].

Путівники приурочувались до подієвих заходів: виставок, з'їздів, тощо. Першим *маршрутним* путівником Львовом вважається «Путівник по місту Львову» (А. Шнайдер, 1871 р.) [5]. В його структуру покладено опис міста і околиць, зокрема, львівських передмість: Галицьке, Краківське, Жовківське, Стрийське, Зелене, а також навколишніх історичних місцевостей: Хорунщизна, Новий Світ, Байки, Богданівка, Підзамче, Пасіки. Друге видання путівника у розширеному вигляді з'явилося у 1875 році.

У 1886 році виходить *маршрутно-довідковий* провідник вузловими залізничними станціями «Путівник з Кракова до Львова, Підгірець, Підволочиськ, Бродів, Слободи Рунгурської, Чернівців і по Львову» приурочений II з'їзду польської техніки. Ще одним путівником по Львову з описом передмість став однойменний путівник *довідкового* типу, присвячений черговому з'їзду польських лікарів і природознавців (1888).

З нагоди відкриття Крайової виставки у 1894 р. було видано три путівники: німецькомовний *довідковий* «Провідник по Львову та загальною Крайовою виставкою» (А. Ціппера) з інформацією про підльвівські відпочинкові місцевості: Винники, Брюховичі, Зимна Вода; польськомовний *довідково-маршрутний* «Ілюстрований путівник по Львову» (А. Голлендера) з описом передмість, а також *довідкова* «Ілюстрована адресна книга столичного міста Львова» (Ф. Рейхмана), що частково виконувала функції путівника.

До змішаного *довідково-маршрутного* типу путівників австрійського періоду можна віднести: «Путівник по Львову» з описом передмість (Ф. Баранського, 1902 р.); для подорожуючих залізницею «Путівник Галичиною», який двічі на рік з 1905 року видавала редакція «Przegląd Zdrojowy», а згодом «Przegląd Zdrojowy і Turystyczny», що сприяла розвитку туризму в краї; «Путівник Львовом та околицях з Жовквою та Підгірцями» (Ф. Яворського, 1907 р.) виданий книгарнею Б. Полонського у серії «Polskie przewodniki podróży» («Польські путівники»), де в окремих розділах розкрито опис приміських околиць, зокрема прогулянки парками, садами, наведена інформація про музеї, ресторани, готелі. Значна увага приділена околицям Брюховичів, Зимній Воді, Пустомитам, Янову, Любіню, а також наведено опис одноденних відпочинкових виїздів до історико-культурних пам'яток Жовкви та Підгорецького замку [2].

Великий внесок у нагромадженні краєзнавчо-туристичної інформації Львовом і його околицями належить польському краєзнавцю, географу, популяризатору туристичного і спортивного руху М. Орловичу, автору «Путівника Європою» (1903), в якому наведена практична туристична

інформація про найближчі відпочинкові околиці Львова (Погулянка, Дубляни, Брюховичі, Винники, Янів); *маршрутного* «Ілюстрованого путівника по Галичині, Буковині, Спішу, Ораві і Сілезії» (1914) з описом маршрутів за межами міста [4]; першого ілюстрованого німецькомовного «Путівника Галичиною» (в співавторстві з Р. Кордисом, 1914 р.), який відображає туристичні атракції галицької провінції.

Завершальним путівником австрійського періоду стала німецькомовна праця Ю. Пйотровського «Львів і околиці (Жовква, Підгірці, Бережани та інш.)» (1917) – *довідник* для прихильників мистецтва та мандрівників.

Окрім матеріалів путівникового характеру австрійського періоду варті уваги інші краєзнавчо-туристичні матеріали, зокрема, у популяризації спорту в Галичині відносяться праці польського видавця К. Гемерлінга – автора «Путівника для велосипедистів по Галичині» (1895); Р. Кордуса – організатора львівського відділення Польського альпіністського товариства (1904) та гірськолижного клубу «Karpackie Towarzystwo Narciarzy» (Нартярське Карпатське Товариство). Низка науково-краєзнавчих праць по Львову і його приміським околицям належить польському краєзнавцю, археологу-аматору С. Кунаевичу («Археологічні прогулянки Львовом», 1874-1876); А. Шнайдеру – автору праць «Старожитності міста Жовкви» (1867), «Старе Село під Львовом» (1871), «Монографія села Любіня та сірчаного джерела, яке знаходиться у ній» (1877), «Доісторичні пам'ятки в Любіні» (1877); Ф. Яворському – автору брошур історичної тематики «Про Жовкву та її дільниці»; українцю Б. Янушу – автору етнографії «Народне декоративне мистецтво околиць Львова», «Дерев'яні церкви в околицях Львова» (1913) [2].

Російський період (1914-1915) ознаменувався виходом двох *інформаційно-довідкових* путівників, що мали суто ідеологічний характер: «Путеводитель по г. Львову» та «Очеркъ Львова» (А. Хребтов) [2].

Під час *польського періоду* (1919-1939), що налічує близько 65 путівникових видань, виходить *маршрутний* «Ілюстрований путівник Львовом» (М. Орловича) з описом найпопулярніших маршрутів мандрівок за місто, а також із висвітленням воєнних подій 1914-19 рр. Друге його більш розширене видання з'явилося у 1925 р. в серії «Polska biblioteka turystyczna» («Польська бібліотека туристична») із розширеним описом розділу «Околиці Львова», а саме культурних пам'яток Левандівки, Рясної, Білогорщі, Сигнівки, Замарстинова, Сихова, Збоїщ, Винників, Соکیلників та підльвівських курортних місцевостей: Брюховичі, Воля Добростанська, Зимна Вода, Любінь Великий, Пустомити.

Широкою популяризацією туристичної інформації по Львову і його околицях у 1920 рр. займалось польське бюро подорожей «Orbis» («Світ»), яким було видано близько 20 краєзнавчо-туристичних видань.

Із приєднанням до Львова приміських сіл (1933 р.) Замарстинова, Голоска Малого, Клепарова, Білогорщі, Сигнівки, Кульпаркова, Козельників, Знесіння і створенням «Великого Львова» виходить друком *змішаний* «Провідник містом» з описом новоприєднаних територій. У цей ж час з'являється низка путівників, які видавав львівський тижневик «Gazeta Mieszkańowa» («Газета Житлова»). Серед них «Ілюстрований путівник по Львову» О. Чоловського (1934) *змішаного* типу з інформацією для туристів про одно-дводенні туристичні заміські маршрути.

До путівників довоєнного періоду з описом відпочинкових зон Львова і поза його межами відносяться путівники: М. Сонненштейна (1928), орієнтаційний путівник Львовом О. Чоловського (1930) та Р. Менкіцького, і С. Світневського (1935), а також українські: історико-краєзнавчий *маршрутно-довідковий* путівник «Історичні проходи по Львові» І. Крип'якевича (1932) з описом передміських діляниць та сіл Замарстинова, Клепарова, Голоско, Брюхович, «Ілюстрований провідник по Львові» *змішаного* типу О. Когута, Б. Котецького (1936) з інформаційними відомостями по міській і позаміській комунікації, закладів розміщення, харчування, українських книгарень, а також єврейський *маршрутний* «Путівник по єврейських пам'ятках міста Львова і нарис історії львівських євреїв Я. Шалля (1935) з описом міських та підміських гетто, божниць.

Вагомий внесок у розвитку туризму польського періоду належить відомому діячу спортивного руху в Галичині, ініціатору створення польської спілки велосипедистів (1919), спортивного рибальства і мисливства, першої організації спортивних журналів та автору книги «Велосипедом по Європі» (1925) Р. Вацеку, а також польському краєзнавцю, автору видання «Брюховичі – підміське відпочинкове село і осередок зимового спорту» (1938) О. Мединському.

Під час *німецької окупації* (1941-1944) з'являється бедекерівське видання «Генеральна Губернія: путівник Львовом та околицями» з оглядом визначних пам'яток населених пунктів поза межами Львова (Яворів, Кам'янка, Янів, курорти Шкло, Любінь Великий, Пустомити). У цей ж час виходить друком всебічна краєзнавча монографія української доктора географії О. Степанів «Сучасний Львів» (1943).

Радянський період (1939-1941, 1944-1991) характеризувався ідеологічною заангажованістю та низьким науково-пізнавальним рівнем

путівників. Налічує цей період 47 видань. Уваги заслуговують: ілюстрована книга «Львів: архітектурно-історичний нарис» Т. Трегубової, Р. Миха (1989) з історико-архітектурним описом Львова та околиць; краєзнавчо-туристський нарис «Подорожі по Львівщині» Я. Тимчишин, М., Савки, П. Тимошенко, який подає опис, розроблений Львівською екскурсійною туристською станцією (ЛЕТС діяла з 1940 рр.), однододенних піших та комбінованих 15 маршрутів околицями Львова, зокрема, «До печери Страдч та Івано-Франкового озера», «До княжого Звенигорода, на гору Камулу», «По Головному Європейському вододілу» та інші [3].

Окрім краєзнавчих маршрутів Львівським геологічним товариством при Державному університеті імені Івана Франка виданий «Краткий геологический путеводитель по Львову» (О. Вялов, В. Горецкий, Л. Кудрин, С. Пастернак) у якому описано ряд розроблених навчально-пізнавальних маршрутів екскурсій, що здійснювались в околицях Львова [1].

В період незалежної Української держави (від 1991), що налічує 135 путівникових видань, виходить путівник «Прогулянка Львовом» І. Лиля та З. Лильо-Откович (2005) в структурі якого «Заміські прогулянки» з атракційними маршрутами: Львів-Жовква-Крехів, Львів-Свірж, Львів-Олесько-Підгірці-Золочів.

В цей час з'являється путівник патріотичного характеру видавничого проекту істориків О. Дедика, А. Козицького, В. Мороза, В. Муравського «Львів, місто наших героїв» (2009), в якому виділено 5 історичних маршрутів з епізодами життя та боротьби чільників українських національно-визвольних змагань, охоплюючи меморіальні музеї Є. Коновальця у Зашкові, Р. Шухевича у Білогірщі, С. Бандери у Дублянах.

Список використаних джерел:

1. Вялов О. Краткий геологический путеводитель по Львову / О.С. Вялов, В.А. Горецкий, Л.Н. Кудрин, С.И. Пастернак. – издательство Львовского университета 1954 г. с. 45.
2. Мовна М. Путівники Львовом (друга половина ХІХ – початок ХХІ ст.): історико-культурологічне дослідження / Маріанна Мовна; наук. ред. Л.В. Снісарчук; ЛНАМ. – Львів, 2014. – 232 с.:іл.
3. Тимчишин Я. Подорожі по Львівщині / Я. Тимчишин, М., Савка П. Тимошенко. Краєзнавчо-туристський нарис. «Каменярь» Львів – 1967. - 383 с.
4. Orłowicz M. Pustrowany przewodnik po Galicyi, Bukowinie, Spiżu I Śląsku Cieszyńskim / Mieczysław Orłowicz. – Lwów, 1914. – 510 s.
5. Przewodnik po mieście Lwowie / [Antoni Schneider]. – Lwów, 1871. – 68 s.

АНАЛІЗ СУЧАСНОГО СТАНУ РОЗВИТКУ ВИЇЗНОГО ТУРИЗМУ В УМОВАХ ЕКОНОМІЧНОЇ КРИЗИ

Ольга Біланюк

*Львівський національний університет імені Івана Франка,
Львів, Україна*

Міжнародний туризм став важливою галуззю світової економіки. За даними Світової ради з туризму та подорожей, його внесок у світовий ВВП становить майже 11 %, забезпечуючи зайнятість понад 10 % усієї робочої сили й 11 % інвестицій і майже стільки ж податкових надходжень. У світі розуміють значення доходів від розвитку туризму для економіки своїх країн і тому докладають чимало зусиль для заохочення приїзду іноземців. Проведення аналізу сучасного стану виїзного туризму є пріоритетним завданням для подальшого успішного розвитку туризму та інших сфер економіки.

Для багатьох країн світу туристична індустрія є найбільш прибутковою, такою, що динамічно розвивається, та основним джерелом отримання доходів до бюджету. Туризм безпосередньо впливає та стимулює розвиток майже всіх галузей економіки, таких як промисловість, торгівля, будівництво, транспорт, сільське господарство, побутове обслуговування, малий та середній бізнес, виступаючи каталізатором соціально-економічного розвитку країни [2]

Розвитку українського туризму присвячені наукові праці Федорченка В.К., Дьорової Т.А., Цибуха В.І., Худо В.В., Мальської М.П. та ін. Саме ці науковці вперше в Україні частково узагальнили та систематизували матеріал з історії туризму відповідно до періодизації історичного розвитку суспільства. Водночас фундаментальні дослідження з проблем розвитку виїзного туризму в Україні не здійснювалися.

У статті 4 Закону України «Про туризм» визначені дві організаційні форми туризму:

- Міжнародний туризм;
- Внутрішній туризм.

Міжнародний туризм пов'язаний із багатьма чинниками, що впливають на його розвиток. Фахівці розподіляють їх на статичні й динамічні. До статичних чинників належать природно-кліматичні та географічні. Динамічні чинники охоплюють політико-правові, економічні, культурні, соціо - демографічні чинники і новітні технології. Політико-правові, наприклад, пов'язані зі ставленням держави до розвитку туризму,

що полягає в прийнятті законодавчих і нормативних актів, які можуть стимулювати, або регулювати розвиток міжнародного туризму. Економічні чинники поєднані зі станом розвитку економіки в країні, коли вона стабільно розвивається, серед громадян підвищується інтерес до міжнародних поїздок, зростають обсяги інвестицій на будівництво засобів розміщення туристів та розвиток інфраструктурних галузей.

У свою чергу міжнародний туризм поділяється на:

- В'їзний туризм – подорожі по Україні осіб, які постійно не проживають на її території;
- Виїзний туризм – подорожі громадян України та інших осіб, що постійно проживають в Україні, до інших країн.

Виїзні туристичні потоки з метою відпочинку повторюють загальні тенденції минулих років, а саме подорожі до Туреччини (510537 осіб або 37 %), Єгипту (350936 осіб 26 %) і менше до ОАЕ (137442 осіб, 11 %). Загалом прослідковується тенденція вибору країн за частотою авіа перельотів з України (найбільш масові Туреччина, Єгипет, ОАЕ, Ізраїль, Болгарія та Греція), безвізового режиму для громадян України (Грузія, Єгипет, Туреччина, Ізраїль) та ціною пропозицією (Болгарія, Туреччина та Грузія).

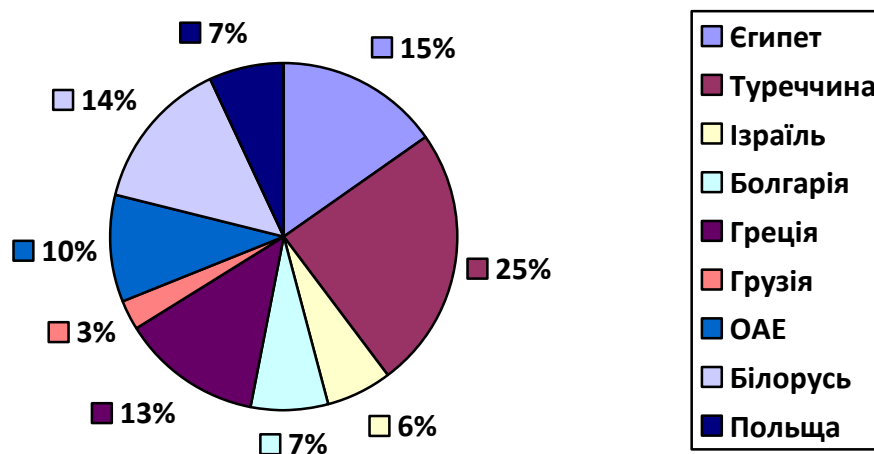


Рис. 1. Виїзд громадян України за кордон за країнами, до яких вони виїжджали, у 2015 році [4].

У зв'язку з фінансовою та воєнно-політичною кризою в Україні, кількість подорожуючих закордон знизилась за деякими напрямками майже вдвічі. Кількість туристів, виїжджаючих до Туреччини зменшились за рік на 42,7%. Український турпотік до Єгипту скоротився на третину й становить трохи менше 25 тисяч осіб. Греція не втратила, а наростила

кількість українських туристів (+3%, до 18 182 осіб). Багато українців вибирають для відпочинку тури вхідного дня до Австрії (11639 осіб, -17,3%), Білорусії (11592 осіб, -42,7%), Польщі (10878 осіб, -65,9%). Турпотік до Ізраїлю зменшився лише на півсотні осіб порівняно з минулим 2013 роком (-39,7%). Лише на 10 % зменшив турпотік до ОАЕ та на 70 % до Чехії (див табл.1.)

Табл. 1

Країни, до яких найчастіше виїжджали громадяни України у 2013-2014 рр. з метою поїздки “туризм”[5]

№	Назва країни	Кількість громадян України, що виїхали за кордон з метою поїздки “туризм”, осіб		Порівняння 2014 до 2013 (%)
		2013	2014	
1	Туреччина	62811	35999	-42,7
2	Єгипет	38669	24864	-35,7
3	Греція	17650	18182	+3
4	Австрія	14081	11639	-17,3
5	Білорусь	20239	11592	-42,7
6	Польща	31905	10878	-65,9
7	Ізраїль	17963	10837	-39,7
8	ОАЕ	10493	9413	-10,3
9	Чехія	22541	6759	-70

У майбутньому розвитку виїзного туризму України велику надію покладається на безвізовий режим між Україною та Європейським Союзом, що збільшить кількість туристів до країн Європи. Також велику увагу надається збільшенню кількості авіаперельотів, зокрема лоукост авіакомпаніями.

Список використаних джерел:

1. Мальська М.П., Н.В. Антонюк, Н.М.Ганич. Міжнародний туризм і сфера послуг: Підручник.- К.:Знання, 2008.- 661с.
2. Полякова О. Ю. Модель оцінки ефективності туризму / О. Ю. Полякова, Н. В. Кулешова // Проблеми и перспективы развития отечественного внутреннего и въездного туризма: природная и материально-техническая база, экономическая и социальная эффективность: Материалы X Муждунар. науч.-практ. конф. студентов, магистрантов, аспирантов и молодых ученых (6-7 мая 2008 г.) / Отв. за вып.: д.т.н., проф. Алейникова Г. М., Д. Е.Дмитриев / Донец. ин-т турист. бизнеса. – Донецк, 2008. – С. 154–156.
3. Федорченко В.К., Дьорова Т.А. Історія туризму в Україні: Навчальний посібник. – К.: Вища шк., 2002. – С.141.

4. Туристична діяльність в Україні у 2011 році. [Статистичний бюлетень] – Київ: Головне управління статистики у Києві, – 2012. - [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
5. Туристичні потоки [Електронний ресурс] - Режим доступу: http://www.km.ukrstat.gov.ua/ukr/statinf/tur/tp_r.htm

ЕСТОНІЯ: СУСПІЛЬНО-ГЕОГРАФІЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ

Мирослав Білецький, Любов Котик

*Львівський національний університет імені Івана Франка,
Львів, Україна*

Молодою, динамічною державою Європи початку ХХІ ст. є Естонія — одна із найменших за площею, населенням держава Європейського континенту. Трансформаційні процеси, які здійснюються у господарстві держави, зміна соціальних стереотипів у суспільстві, виняткова роль держави на постсовєтському просторі, зумовлюють актуальність її дослідження.

З погляду глобального макророзташування Естонія: знаходиться у північній півкулі Землі, у східній її частині (між 57°30'—59°49'пн. широти та 21°46'—28°12'сх. довготи); як і Україна перебуває у другому часовому поясі; входить до складу держав-учасниць ЄС, НАТО, Ради Європи; активний учасник глобальних міжнародних організацій (ООН, МВФ, МБРР, СОТ). Водночас, макророзташування Естонії визначається її периферійним розташуванням відносно світових держав сучасності (США, Німеччина, Китай), головних транспортних та міграційних коридорів; напівпериферійним відносно глобальних міст, зон активних інноваційно-інвестиційних процесів та центрів технічного і технологічного росту сучасності. Це негативно впливає на розв'язання актуальних суспільно-географічних проблем країни, гальмує її загальний соціально-економічний розвиток. Водночас позитивом периферійного макророзташування держави є віддаленість останньої від зон активних військових конфліктів та територій поширення терористичної діяльності.

Важливим є розташування Естонії на стику високорозвинутих держав світу (Фінляндія, Швеція) та держав із перехідною економікою (Латвія, Росія). Сусідство з останніми деструктивно впливає на економічний

розвиток Естонії, а враховуючи зовнішньополітичну та військову агресію Росії, порушення нею територіальної цілісності України (2014) і претензії на територіальну цілісність Естонії (протистояння: російськомовна меншина / уряд Естонії (з 1991 р., загострення 2014 р.)) — ставить під загрозу ефективне здійснення інноваційно-інвестиційної політики держави.

Оскільки Естонія була окупована Советським Союзом і перебувала у його складі до 1991 р., то її разом з Литвою та Латвією іменують у постсоветській науковій літературі Прибалтійськими державами, але Уряд Естонії категорично виступає проти використання такої назви об'єднання держав [5] та позиціонує й популяризує відношення Естонії до Північної Європи.

Сьогодні Естонія: входить до групи територіально стійких та найменш схильних до розпаду держав світу (2015 р. її інтегральний індекс схильності до розпаду склав 43,8, на противагу Україні — 67,2); характеризується низьким показником протестності (соціального невдоволення), який 2014 р. склав 39,5 на противагу 45,8 у Польщі, 68,2 в Україні; є миролюбною державою (у 2015 р. вона була на 31 місці у світі за значенням глобального індексу миру, для прикладу Україна на 150 місці, Росія на 152 місці; займає 33 місце у світі за показником Індексу людського розвитку (0,840; Україна — 0,734) та входить до групи країн світу з дуже високим рівнем людського розвитку [2].

У 2007 р. Естонія стала першою країною у світі, яка надала своїм виборцям можливість голосувати на парламентських виборах через Інтернет. На виборах 2011 р. такою можливістю скористалися 15,4% виборців.

Естонська економічна система відрізняється низькою ставкою прибуткового податку і не пов'язана із соціальним забезпеченням, що відрізняє її від інших скандинавських держав [1]. Державний борг Естонії є найнижчим у ЄС: 2015 р. він склав 10,1% від ВВП держави.

Проблемою Естоніє є депопуляція населення, яка спричинена зменшенням абсолютних значень народжуваності, негативним природним приростом, переходом до одно-дводітних сімей, відтермінуванням народження першої і подальших дітей, чайлд-фрі тощо. У територіальному розрізі більшість народжень (2015) припадає на міських жителів — 9553 новонароджених проти 4353 осіб новонароджених у сільській місцевості. У Таллінні за 2015 р. народжено 5118 осіб. Таллін характеризується і позитивним приростом населення +754 особи за 2015 р. У цілому єдиним повітом Естонії, де зафіксовано позитивний природний

приріст населення (2015) є Гар'юмаа — +1 231 осіб [6] (рис. 1).

Механічний приріст населення Естонії у 2015 р. у зв'язку з подіями у Сирії та впливом мігрантів у ЄС, перш за все на територію Німеччини, Греції, Франції, Італії, був позитивним. В країну в'їхало на 2410 осіб більше ніж її покинуло [5]. Більшість приїжджих зупинилися у столиці держави — м. Таллінн (1766 осіб), та повіті Гар'юмаа (80 осіб).

У 2015 р. в Естонії особи віком 0-14 рр. склали 15,6% населення держави, 25-54 рр. — 41,5%, 55-64 рр. — 13,2%, 65 р. і старше — 18,6%. У старшій віковій групі кількість жінок у двічі більша від кількості чоловіків. Найбільша кількість молодого населення Естонії проживає у повіті Гар'юмаа, натомість як найбільше навантаження осіб старшого віку на працездатне населення фіксується у повітах Іда-Вірумаа, Вірумаа, Сааремаа, Лянемаа.

За національним складом у державі, згідно перепису 2011 р., переважають естонці — 69,7%. Частка росіян складає — 25,2%, українців — 1,7% (приблизно 22 тис. осіб), білорусів — 0,9%. Вихідці з Східної Азії та Центральної Азії утворюють 0,03% населення Естонії. Порівняно з переписом 2000 р. у державі зросла частка естонців (на 1,8%), натомість зменшилася частка українців і білорусів [6].

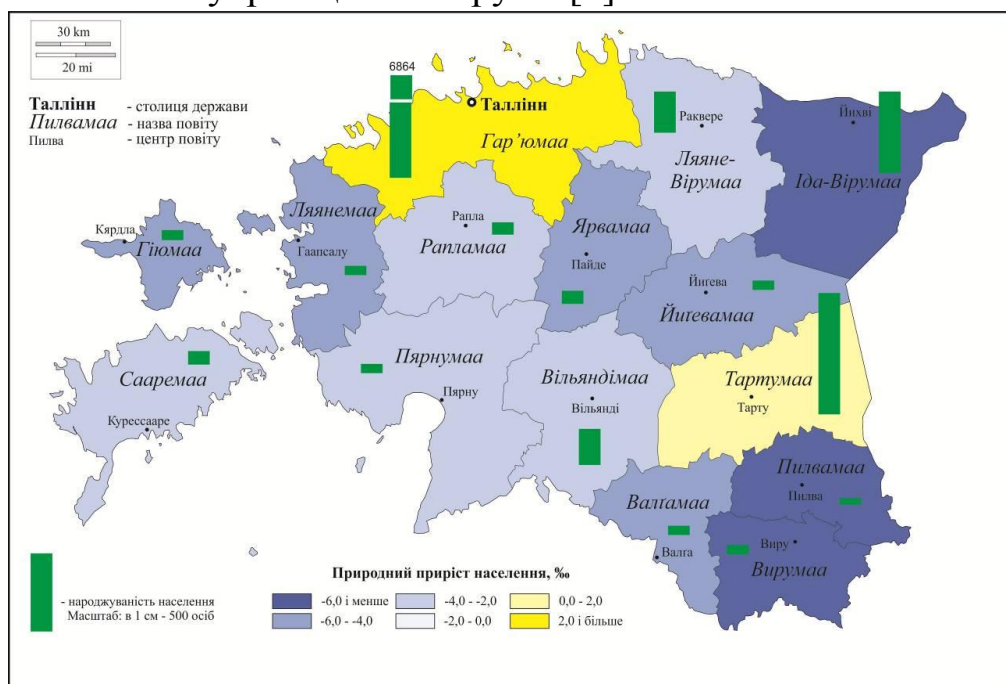


Рис. 1. Народжуваність та природний приріст населення Естонії, 2015.

Середній рівень доходу на душу населення в країні — 3,2 тис. євро. Тільки 3,7% домогосподарств є в глибокій бідності, ще 2,5% у зоні ризику. Відносно бідними себе вважають 19,5% населення країни.

Естонія індустріально-аграрна країни з домінуючою роллю у структурі господарства сфери послуг. ВВП країни склав 2014 р. 22,1 млрд. дол. США. У структурі господарства країни на сільське господарство

припадає 3,9% ВВП держави, промисловість — 29,7%, сферу послуг — 66,4% [6]. У промисловості зайнято 20,2% економічно активного населення держави, у сільському господарстві — 4,2%, у сфері послуг — 75,6%.

Основу сфери послуг Естонії формує науково-технічна та комп'ютерна інженерія, а також розробка програмного забезпечення. У цьому сегменті господарства країни створено (2015 р.) 4 047 підприємств, де зайнято 20 425 осіб [6]. Річний оборот коштів у сфері склав (2014) 1 675 538,6 тис. євро, а сфера принесла своїм власникам 92354,9 тис. євро дивідендів. Найвідоміша компанія — Skype (заснована як стартап двома програмістами з Таллінна (2003); 2011 р. придбана компанією Microsoft) В інформаційну сферу Естонії за 2014 р. вкладено 164 894,5 тис. євро інвестицій [6].

Активно розвивається сфера транспорту держави. Через територію Естонії проходить транспортний коридор «Балтійська дотична»: споруджений впродовж 2007—2011 рр.; об'єднав порти й автотранспортні артерії Данії, Швеції, Литви, Естонії, Фінляндії з метою формування доступу товаровиробників до ринків Західної Європи, а також забезпечення виходу на швидкозростаючі ринки Китаю, Філіппін, Індонезії, Індії. З метою зміцнення національної безпеки Естонія ініціювала (2016) переговори про створення Сувалкського транспортного коридору між Литвою та Польщею.

Таблиця 2

Структура зовнішньої торгівлі Естонії за секторами, 2014 р.

Товарні сектори	Експорт, %	Імпорт, %
Продукти і живі тварини	7,0	7,9
Напої та тютюнові вироби	1,7	2,5
Непродуктова сировина, за винятком палива	9,1	3,1
Мінеральне паливо і паливно-мастильні матеріали	15,4	17,1
Тваринні і рослинні масла, жири і віск	0,5	0,2
Хімічні речовини і супутні товари	5,4	11,0
Промислові товари, що класифікуються за матеріалами	15,6	17,0
Машини і транспортне обладнання	29,0	30,3
Різні готові вироби	16,6	10,4
Сировинні товари і угоди	0,7	0,5

Джерело: [6].

З 2000 р. активно розвивається туристична сфера Естонії. Її основу формує архітектурна та мистецька спадщина країни, привабливі природні краєвиди, доступність та висока якість і різноманітність туристичних послуг. У сфері туризму Естонії задіяно (2014) 2 492 підприємств, зайнято 22 581 особа [6]. На території держави є 260 готелів, функціонує 380 туристичних агентств та туристичних фірм. Головні туристичні об'єкти Естонії: Таллінн, Тарту, Пярну, Абурука, Вормсі, Осмуссаар.

Головні торгові партнери Естонії — Швеція, Фінляндія, Росія. Основний потік естонського експорту припадає на Європейський Союз (близько 70% всього експорту, з них на єврозону — близько 32%) (табл. 2).

З метою координації господарського розвитку на місцях, а також враховуючи особливості історичного розвитку території, спеціалізацію її господарства, наявність на території переважаючих, виконуючих територіально-консолідує функцію міських населених пунктів, територію Естонії розділено (2013) на 5 економічних утворень (регіонів) (рис. 2).

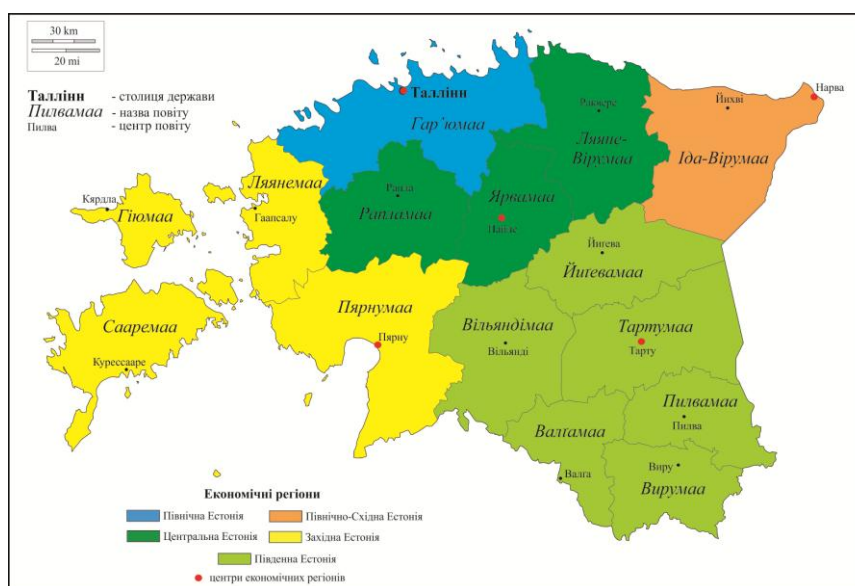


Рис. 2. Економічні регіони Естонії.

Найбільш складний, у плані економічного розвитку, економічний регіон Північно-Східна Естонія, що сформований на базі єдиного повіту — Іду-Вірумаа. Регіон охоплює 7,4% площі Естонії, на його території проживає 11,2% мешканців держави. Центр регіону — м. Нарва. Це найбільш культурно, релігійно, національно, соціально-економічно різноманітний регіон Естонії. Його проблемою є проживання на території повіту значної за чисельністю російської етнічної меншини, яка локалізовано в м. Нарва та його околицях. Частина представників цієї меншини (близько 15%) ведуть відкриту антиестонську соціально-політичну пропаганду: не здали іспиту на знання естонської мови, не

спілкуються естонською мовою та не бажають її вивчати, підтримують діяльність РПЦ МП, закликають до приєднання території м. Нарви до Росії. Регіон характеризується найвищим рівнем злочинності у державі. У структурі господарства переважає розвиток транспортно-логістично-складської сфери (на базі порту м. Нарва), видобувної промисловості (сланці), хімічної, машинобудування. Перспективи розвитку регіону пов'язані з реіндустріалізацією хімічної та машинобудівної промисловості, диверсифікацією транспортних послуг та врегулюванням соціально-економічних та культурних проблем в регіоні.

Незважаючи на позитивну динаміку трансформаційних змін політичної, економічної, соціальної сфер Естонії, держава має вагомі проблеми розвитку, які можна об'єднати у чотири групи: демогеографічні проблеми — населенню Естонії характерне явище депопуляції та старіння; економічні проблеми — на часі процеси реіндустріалізації традиційних галузей господарства Естонії: деревообробки, паливної, харчової, хімічної та диверсифікації сфери послуг держави, особливо у сегменті рекреаційної діяльності, транспорту, освіти; соціальні проблеми — проблема майнової та національної стратифікації суспільства та подолання соціального відторгнення 18% найменш економічно забезпечених домогосподарств країни; проблеми зовнішньої політики держави — сусідство з Росією.

Естонія підтримує політичні та економічні реформи в Україні, послідовно і активно виступає за інтеграцію України в ЄС, запровадження безвізового режиму, входження у зону вільної торгівлі (набула чинності з 01 січня 2016 р.), а у майбутньому — приєднання України до ЄС. Естонія різко засудила та продовжує на різних рівнях засуджувати агресію Росії щодо України та анексію Криму: Естонія була однією з держав-ініціаторів введення економічних санкцій ЄС щодо Росії; надала матеріальну, гуманітарну, інформаційну допомогу Україні (2014) на суму понад 515 тис. євро [4].

На сьогодні Естонію розглядають як найуспішнішу державу постсовєтського простору та найстараннішу, щодо виконання умов, державу ЄС, яка активно інтегрується у світовий економічний простір, є на вістрі інноваційних та інформаційних змін і водночас, яка зберігає свої національно-культурні особливості, засуджує агресію Росії та терористичну діяльність у світі, всесторонньо підтримує Україну у її євроінтеграційному русі.

Список використаних джерел:

1. Зінько І. Зовнішня політика країн Північної Європи : навч. посібник / І. Зінько. — Львів : ЛНУ ім. І. Франка, 2015. — 328 с.
2. Книш М. М. Політико-географічна глобалістика : навч. посібник / М. М. Книш, Л. І. Котик. — Львів : ЛНУ ім. І. Франка, 2014. — 484 с.
3. Мальська М. П. Країнознавство : теорія і практики : підручник / М. П. Мальська [та ін.]. — К. : Центр учбової літератури, 2012. — 528 с.
4. Посольство Естонії в Києві [Електронний ресурс]. — Режим доступу : <http://www.estemb.kiev.ua/ukr>.
5. Estonia : state portal [Electronic resource]. — Mode of access : <https://www.eesti.ee/eng>.
6. Estonia : statistics [Electronic resource]. — Mode of access : <http://www.stat.ee/en>.

ТУРИЗМ ЯК ПРОВІДНИЙ НАПРЯМ РОЗВИТКУ РИНКУ ПОСЛУГ ТУРЕЧЧИНИ

Мирослав Білецький, Любов Котик

*Львівський національний університет імені Івана Франка,
Львів, Україна*

Сьогодні туризм займає значне місце у міжнародних відносинах. Мільйони людей щорічно відвідують закордонні країни у туристичних цілях. Міжнародний туризм є не тільки популярним видом відпочинку, а й сферою світової економіки. Розвитку туризму сприяють такі групи факторів: соціальна, економічна та політична ситуація в країні; географічне розташування країни та її природа (особливо клімат); наявність та значущість історико-культурних пам'яток; рівень розвитку соціальної інфраструктури (транспорт, готельне і ресторанне господарство); асортимент туристичних послуг; вартість відпочинку; політика розвитку туристичної галузі країни; кваліфікованість працівників туристичної сфери країни (працересурсний потенціал) тощо. Важливу роль у розвитку туризму в країні відіграє реклама, курс валют, конкурентоздатність туристичного продукту, безпека та популярність (репутація) місця подорожі, мода на поїздки і т.д.

Туристична галузь є доволі прибутковою як для держави, так і для економічних суб'єктів на міжнародному і регіональному рівні. В останні десятиліття все більшого значення в економіці Туреччини відіграє туризм — у ньому зайнято близько двох мільйонів осіб. Країна займає шосте місце у світі серед популярних маршрутів туристичних подорожей. У

2014 р. Туреччину відвідали 41,4 млн осіб іноземних громадян. Найбільше туристів було з Німеччини, Великої Британії, Росії, Болгарії, Ірану, Росії (табл. 1). Більшість туристів скористалися трьома контрольно-пропускними пунктами держави: Анталія (34,19% туристів), Стамбул (24,81%), Мугла (10,15%). За даними Турецького статистичного управління, у 2014 р. іноземні туристи поповнили бюджет держави на 34,3 млрд. дол. США. Проблемою є те, що 6,92% туристів відвідали країну у плані одноденного екскурсійно-пізнавального та шоп-туризму і не залишалися на ночівлю в країні.

Стан розвитку сфери туризму будь-якої країни тісно пов'язаний з сучасною суспільно-політичною ситуацією як у тій країні, де вона розвивається, так і у прилеглих до неї регіонах. Не є винятком і Туреччина.

Таблиця 1

Розподіл іноземних туристів Туреччини за країною прибуття, 2014 р.

Держава	Кількість туристів, %	Держава	Кількість туристів, %
Німеччина	15,44	Нідерланди	3,95
Росія	11,30	Франція	3,64
Велика Британія	8,42	Грузія	3,49
Іран	5,89	Сирія	3,03
Болгарія	4,56	США	2,42
		Інші держави	37,86

Джерело: [3].

Туреччина суттєво підвищила свій рівень соціально-економічного розвитку, покращила та диверсифікувала сферу туристичних послуг, перетворилася на просторово близький, кліматично привабливий, екзотичний регіон для відпочинку туристів з держав Європи, Азії та Північної Африки.

Важливим чинником розвитку туризму в Туреччині є її географічне положення (перш за все вигідне транспортне розташування — зручна доступність авіаційним та морським транспортом) та природні ресурси (кліматичні, бальнеологічні). Ця півострівна країна з трьох боків омивається морями. Протяжність морського узбережжя порівняно із загальною площею країни є одним із найбільших показників у світі (7 168 км), що є суттєвим для розвитку пляжного туризму і розширення на цій основі всіх інших видів відпочинку. Крім того, Туреччина характеризується виключно вигідним розміщенням стосовно головних

регіонів і країн, з яких можуть приїжджати потенційні туристи (перш за все близькість розташування до держав Західної Європи). Приваблюють туристів і погодні умови узбережної частини, де панує субтропічний середземноморський клімат (т.зв. сухі субтропіки): характеризується доволі сухим і спекотним літом — надзвичайно сприятлива умова для комфортного літнього туризму і рекреації.

Розташування Туреччини на межі Заходу і Сходу варто розглядати більш глобально: фактично країна лежить на кордоні двох світів: християнського європейського і мусульманського азіатського; контролює важливі транспортні і торговельні шляхи між Європою і Азією; має стратегічний вихід до двох основних морів Європи: Середземного і Чорного моря, жодна інша держава Європи не має одночасного виходу до цих морів.



Рис. 1. Національні парки Туреччини [2].

До туристичних об'єктів країни належать 42 національні парки, розміщені в усіх регіонах країни (рис. 1.). Багато з них органічно поєднують у собі природні об'єкти (мінеральні і термальні джерела) з пам'ятками історії й архітектури (головно підземними містами (Дерінкую, Каппадокія, Каймакли), які більше ніде не виявлені у світі у таких розмірах).

Туреччина намагається надати різнобічний характер рекреаційно-туристичній галузі, не обмежуючись лише пляжним та пізнавальним туризмом. Вона прагне надавати рекреаційні, медичні, освітні, бізнес-послуги туристам, тим самим стараючись позбутися яскраво вираженої сезонності в обслуговуванні туристів. З цією ж метою на державному рівні в Туреччині з початку XXI ст. активно розвивається лікувальний (особливо перспективним є розвиток кліматолікування та грязелікування)

та зимовий туризм.

Туреччина починає освоювати ще один вид лікувального туризму (високий рівень надання послуг, кваліфіковані спеціалісти, орієнтація на потреби та часові обмеження перебування в країні клієнта, помірні ціни) — стоматологічні послуги, операції на серці, послуги з діагностики онкологічних захворювань та їхнього лікування, пластична хірургія, посттравматичні реабілітаційні послуги тощо. У країні фіксується постійне зростання кількості «туристів» у медичних закладах держави, особливо у відділеннях стоматології, кардіології, онкології, ортопедії, загальної і пластичної хірургії.

У Туреччині впродовж 1994—2014 рр. постійно зростала кількість іноземних туристів. Країна має всі передумови для подальшого розвитку туристичного комплексу. Завадити цьому можуть як природні передумови (періодичні землетруси на морському узбережжі країни) так і політична нестабільність у державі (2015-2016 рр.; падіння кількості іноземних туристів на 46,8%), яка супроводжується терористичними актами, локальними військовими діями на території країни, наростанням ісламського фундаменталізму, напливом біженців із Сирії тощо. Проблемою Туреччини є: близькість розташування до гарячих точок та військових конфліктів на території Сирії, Іраку, Ірану, Грузії, Вірменії; прохолодні політичні та економічні відносини з країнами-сусідами: з Іраком — через проблему делімітації державного кордону та проблему курдів, з Грецією — через територіальні суперечки за о. Кіпр, з Іраном — через тісну співпрацю Туреччини з США, з Вірменією — через геноцид вірмен у Туреччині (1915-1923) тощо.

У загальноекономічному плані за розвитком туризму різні регіони Туреччини доволі суттєво різняться, що впливає і на рівень життя населення в країні: туристично-освоєний та економічно розвинутий захід, північ і південь країни та економічно відсталий схід держави.

Значна кількість туристичних об'єктів знаходиться у найбільшому місті країни — Стамбулі. У місті є кілька історично-цікавих фортець, багато мечетей побудованих починаючи з XV ст. Також Стамбул відомий численними палацами, резиденціями, літніми і приморськими відпочинковими павільйонами, музеями, цікавими за ландшафтним дизайном парками. Значно менше пам'яток історії та архітектури у столиці державі — м. Анкара.

Бідність, особливо у східній частині країни, є основою наростання ісламського та етнічного екстремізму, спричинює масову внутрішню міграцію населення зі Східного Анатолійського регіону в західну частину

Туреччини та в столицю — м. Анкару й економічний центр держави — м. Стамбул. З метою розв'язання сформованої ситуації доцільно розвивати зимовий і гірський туризм у східних регіонах держави: уряд Туреччини розробив проект створення 17 гірсько-лижних центрів з спортивними трасами, що дасть змогу працевлаштувати до 1 млн осіб у сфері туризму та дотичних до нього сферах і залучати в рік у регіон понад 3 млн туристів. На базі спортивних споруд можна проводити континентальні і світові чемпіонати, зимові олімпійські ігри.

На Заході Туреччини і на південному узбережжі країни активно розвивається готельно-ресторанний бізнес. Готелі, мотелі, кемпінги, турбази, ресторани функціонують в Стамбулі, Аланьї, Анталї, Едірне, Фетхіє та інших туристичних центрах країни та їхніх околицях і під'їзних шляхах до них. 99% готелів працює за системою «все включено», готелі мають розвинуту сферу послуг та соціальну інфраструктуру, вирізняються гнучкою системою оплати послуг.

Турецька кухня пропонує широкий вибір страв і ласощів. Туристи мають змогу відвідати надзвичайну різноманітність східних страв, що є результатом тисячолітньої культури. Перевага надається стравам з яловичини і баранини— донер і кебаб. У Туреччині дуже популярна долма, де використовують помідори, кабачки, баклажани, перець і виноградне листя. Серед солодощів найбільш відома пахлава.

Важливе значення для розвитку туризму має стан транспортної інфраструктури, особливо це стосується міжнародного транспорту через особливості гео економічного положення країни. У державі починає формуватися система транспортних транзитних коридорів.

Культура, звичаї та обряди турків сформувалися під впливом традицій тюркських племен, мусульманських звичаїв, місцевих малоазійських звичаїв та європейських нововведень.

У сучасному світовому господарстві Туреччина за багатьма ознаками належить до групи країн, що розвиваються. Частка промисловості в економіці країни становить близько 33%, сільське господарство — 9%, сфера послуг — 58% (2014). У цілому економіка Туреччини досить динамічна. Головною політичною та економічною проблемою держави упродовж довгих десятиліть є членство в ЄС. Незважаючи на ряд перешкод на шляху Туреччини до ЄС існує об'єктивна перевага до прийняття Туреччини у спільноту: стратегічно важливе географічне розташування країни в Близько-східному регіоні, Середній Азії, Чорноморському регіоні, арабському світі.

Туреччина є унікальною державою, що проситься одночасно в Раду

Європи, НАТО, ОЕСР, «Велику двадцятку». Туреччина може відігравати важливу роль в діалозі християнської та мусульманської цивілізації, у вирішенні курдської проблеми, питання о. Кіпр. Туреччина є співзасновником організацій економічного співробітництва в регіоні (ОЧЕС, ОЕС, ОІС).

Туреччина здійснює торгівлю товарами та послугами з багатьма країнами світу, у т.ч. з Україною. У торгівлі послугами (експорт, імпорт) важливу роль відіграють туристичні послуги та дотичні до них транспортні, логістичні, бізнес-послуги.

Список використаних джерел:

1. Мальська М. П. Просторові системи послуг (теорія, методологія, практика) : монографія / М. П. Мальська. — К. : Знання, 2009. — 363 с.
2. Dilaver Z. Conservation of Natural Plants and Their Use in Landscape Architecture / Advances in Landscape Architecture [ed. by M. Özyavuz]. — InTech, 2013.
3. Turkish Statistical Institute [Electronic resource]. — Mode of access : <http://www.turkstat.gov.tr/Start.do>.

ТУРИСТИЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ УКРАЇНИ: СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ СТРАТЕГІЧНОГО ЗБЕРЕЖЕННЯ

Софія Білоус

*Львівський національний університет імені Івана Франка
Львів, Україна*

Туризм в Україні – це ключова галузь економіки, розвиток якої повинен забезпечити відкритість вітчизняної економіки, посилити демократичність та євроінтеграційний курс держави. Саме тому слід розробляти стратегічні напрямки розвитку галузі з точки зору максимально можливого збереження туристичних ресурсів. За результатами оцінки різних науковців, туристичні ресурси України використовуються не досить раціонально. Їх інвестиційна віддача і внесок у прискорення економічного розвитку залишаються на неналежному рівні, що потребує негайних дій як на законодавчому так і на практичному рівні.

Ефективний розвиток в'їзного туризму на засадах раціонального використання ресурсного потенціалу можливий лише на основі чіткої державної стратегії – конкретного плану дій, з переліком завдань,

орієнтованих на практичний результат.

Термін „стратегія” походить від грецького слова *strategia* (*stratos* – військо та *ago* – веду). Приблизно в 550 р. до н.е. слово „*strategos*” набуло значення мистецтва командувача військом. Припускалося, що, крім офіційного статусу, командувач володіє спеціальними психологічними і поведінковими навичками і досвідом, необхідними для ведення війни [3, с. 4].

В Україні розвиток науки стратегічного управління прискорився у 90-х рр. з переходом до ринкової економіки. Наука і практика почали розвиватися на основі усвідомлення необхідності стратегічного управління. Над цим активно працювали В. Василенко, В. Герасимчук, Л. Довгань, Г. Кіндрацька, М. Мартиненко, А. Міщенко, В. Немцов, А. Наливайко, С. Оборська, Є. Панченко, В. Пономаренко, А. Старостіна, Т. Ткаченко, З. Шершньова та ін.

Підсумовуючи аналіз, зазначимо, що загальноприйнятого та узгодженого визначення стратегії немає, але всі дефініції в своїй основі мають спільний знаменник – своєрідний план дій, кроків, які слід виконати для досягнення поставлених цілей. Тут, доречно пригадати вислів Г. Мінцберга: „Кожне визначення додає важливі елементи до нашого розуміння стратегії, спонукаючи нас ставити фундаментальні питання про організації та їх розвиток узагалі” [5].

Державна туристична політика базується на відповідних стратегії і тактиці. Туристична стратегія – це розробка загальної концепції розвитку і цільових програм, для реалізації яких потрібні час і значні фінансові ресурси [1, с. 46].

Отже, стратегічне управління розвитком туристичного бізнесу дає змогу органам управління туризмом підтримувати зростання економічної, соціальної та інших видів ефективності, виводити галузь на інноваційні, організаційно-економічні, медично-оздоровчі, міжрегіональні й міжнаціональні рівні розвитку ринку туристичних послуг. При цьому особливості системи стратегічного управління туристичним бізнесом зумовлюються поставленими цілями, які диференціюються залежно від виду (типу, форми) туризму, але головною метою повинно без виключень бути раціональне використання наявного ресурсного потенціалу, а також відновлення туристичних ресурсів.

На основі туристичної статистики, ми провели аналіз стану туристичної галузі в Україні, представили результати у вигляді картографічного зображення на рис. 1

Як видно з колових діаграм, представлених на рисунку 1, територією

України туристи за досліджувани нами 15 років розподіляються доволі нерівномірно: у більшості областей переважає виїзний туризм, лідером за кількістю виїзних туристів є Львівська область, кількість туристів тут склало 60,83 тис. осіб, великою є частка внутрішніх туристів в Івано-Франківській, Хмельницькій, Запорізькій, Одеській областях.



Рис. 1. Картосхема динаміки туристичних потоків по областях України за 2000 – 2015 рр.

Джерело: розроблено автором на основі державної статистики України

Варто вказати, що після анексії АР Крим немає статистичних даних по туристичних потоках на півострові. Нажаль дуже знизилась чисельність іноземних туристів і склала 0 осіб, у таких областях як Хмельницька, Черкаська, Житомирська, Миколаївська, Чернігівська, Кіровоградська, Дніпропетровська, Херсонська і зрозуміло у Луганській, дивує той факт, що згідно статистики Донецьку область хоч і 147 туристів та все ж таки відвідали. Лідерами, якщо так можна сказати, за кількістю іноземних туристів, що відвідали Україну за 2015 р. є Івано-Франківська (3,171 тис. ос.), Львівська (3,057 тис. ос.), Одеська (1,126 тис. ос.), для порівняння у 2013 р. Івано-Франківську обл. відвідало 5,750 тис. осіб, а

Львівську 16,162 тис ос. За чисельністю туристів, як видно зі стовпчикових діаграм, лідирують Львівська, Одеська, області, дещо поступаються лідерам Івано-Франківська, Дніпропетровська області. Піковим для більшості областей був 2003 р. (АР Крим, Одеська, Запорізька, Закарпатська, Волинська, Львівська області), потім спостерігався деякий спад чисельності туристів. В останні роки помітний найбільший спад, що на наш погляд пояснюється фінансово-економічною кризою, що продовжується в останні роки, а також подіями, пов'язаними з анексією Автономної Республіки Крим та проведенням антитерористичної операції на території Донецької та Луганської областей, все це звичайно негативно вплинуло на в'їзний туристичний потік, структуру туризму та туристичні можливості країни як на внутрішньому так і зовнішньому туристичному ринку.

Також суттєво вплинув той факт, що туристична галузь протягом 2014-2015 рр. була без дієвого управлінського апарату, адже Агентство з туризму було в стадії реорганізації і Міністерство економіки в 2015 році отримало в кінці вересня фактично функції і повноваження з розвитку туризму. У жовтні був сформований відділ, всередині Міністерства економіки, який відповідає за розвиток туризму. На даний момент він уже перетворений в департамент. За 5 місяців Міністерством економіки (за які могло здійснювати свої повноваження) була здійснена низка маркетингових та інформаційних заходів. Найважливішим є той факт, що була розроблена стратегія розвитку туризму і курортів на 2016- 2020 рік.

Здійснивши детальний аналіз та дослідження зазначеної стратегії мусимо констатувати факт, що в документі не приділена достатня увага збереженню туристичних ресурсів, а лише зазначено, що основним завданням є ефективне використання наявного туристичного потенціалу і жодним словом не згадано про необхідність сталого розвитку туризму. Основні компоненти цієї стратегії складають вектори, так би мовити, це безпека туристів, це нормативна та законодавча база сфери туризму та курортів, розвиток туристичної інфраструктури, розвиток людських ресурсів туристичної сфери та маркетингова політика, інформаційна політика посуювання туризму в Україні.

Туристична галузь, яка в своїй діяльності використовує пам'ятки культурної спадщини, природні рекреаційні ресурси, спроможна залучити до їх збереження та відновлення фінансові можливості туристичних, готельних, оздоровчих та інших рекреаційних підприємств нашої країни, а також зарубіжних інвесторів. Це передбачено Законом України „Про охорону культурної спадщини” від 8.06.2000 р., але для цього потрібно створити ефективну систему залучення та використання цих коштів, як це

зроблено в інших країнах.

На сьогодні урядом зареєстровано законопроект про Державний фонд гуманітарного розвитку України. Основним джерелом наповнення фонду має стати спеціальне відрахування від лотереї, алкогольного та тютюнового бізнесу. Кошти будуть скеровуватись громадськими експертними групами на проекти у сфері культури, освіти, охорони здоров'я, соціального захисту громадян, а також для підтримки туризму.

Список використаних джерел:

1. Дядечко Л.П. Економіка туристичного бізнесу / Л.П. Дядечко. — Донецьк: Дон ДУЕТ, 2006. — 224 с., С.37.
2. Кайлюк Є. М. Стратегічний менеджмент: навчальний посібник /Є.М. Кайлюк, В.М. Андрєєва, В.В. Гриненко/ Міністерство освіти і науки України, Харківська національна академія міського господарства. Харків : ХНАМГ, 2010. - 278 с.
3. Страшинська Л.В. Стратегія розвитку продовольчого ринку в Україні : монографія / Л.В. Страшинська ; під ред. академіка НАН України Б.М. Данилишина. – К. Профі, 2008. – 532 с. [5, с. 4].
4. Ткаченко Т.І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: монографія / Т.І. Ткаченко. - К.: Київський національний торговельно-економічний університет, 2006. - 537. с.
5. Шершньова З.Є., Оборська С.В. Стратегічне управління [Електронний ресурс]/ Шершньова З.Є., Оборська С.В. — Режим доступу: <http://economics.at.ua/load>.
6. Шупік Б.В. Зарубіжний досвід у регулюванні туризму / Б.В. Шупік // Держава та регіони. - 2009. - №1. - С.200-207.

ТУРИСТИЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ МІСТА ВИННИКИ

Марта Біляковська, Андрій Манько

Львівський національний університет імені Івана Франка,

Львів, Україна

Туристична інфраструктура - це сукупність підприємств, установ і закладів, діяльність яких спрямована на задоволення потреб людей, котрі беруть участь в оздоровленні або відпочинку, а також шляхів сполучення і транспорту та об'єктів розміщення туристів, що забезпечують умови

стабільного функціонування. Ми розглядаємо її цілісною системою, що складається з двох підсистем: соціальної та виробничої, які взаємопов'язані та взаємообумовлені відносно обслуговуючого суб'єкта. У свою чергу інфраструктура певною мірою формує туристичні регіони, сприяє туристичній спеціалізації та профілю господарювання, адже завдяки наявності інфраструктурних зв'язків між окремими об'єктами визначають якість обслуговування на тій чи іншій території [3].

Розвиток соціальної інфраструктури повинен відповідати високим стандартам обслуговування, адже турист, віддалений від постійного місця проживання і максимально звільнений від повсякденних турбот, вимагає ефективного обслуговування у вільному часопроведенні.

Територіально Винники розміщені на межі двох ландшафтів: Грядове Побужжя і Давидівське пасмо.

Грядове Побужжя є цілком оригінальним природним ландшафтом лесового лісостепоного типу із значною участю природних комплексів поліського типу (боліт і лук), які займають тут понад 30% загальної площі ландшафту.

Винниківський лісопарк популярний серед любителів велосипедного та мотоциклетного спорту.

У лісі розташована пам'ятка історії та природи Чортові скелі, а також заказник «Чортова Скеля», Медова печера і Винниківське озеро. Крім того, на основі лісопарку 1984 року було створено лісовий заказник «Винниківський»[4].

В 1891р. підприємець на прізвище Блаєр відкрив тут гідрологічно-кліматичний курорт котрий завдяки діяльності відомого лікаря Закревського набув великої популярності в Галичині та за її межами.

17 травня 1666 р. польський король Ян II Казимир дозволив Стефанові Замойському перетворити Винники на місто, надавши йому магдебурзьке право. Створити тут купецьке братство і ремісничі цехи та двічі на рік проводити у місті великі ярмарки.

Цікавим сакральним об'єктом є капличка, де поховані визначні постаті національно – духовного відродження – о. Григорій Гірняк (1865-1945 рр.) і о. Стефан Хомінський (1815-1890 рр.) з родиною.

Костел Вознесіння Пресвятої Богородиці та дзвіниця – належать до пам'яток архітектури XVIII –XIX ст. Будівництво костелу у Винниках тривало до 1766 р., бо саме в тому ж році до нього перенесено чудотворну ікону. Початки винниківського костелу пов'язані з культом ікони Матері Божої Винниківської. Винниківський образ Божої Матері є однією з копій зробленої з Ченстоховської, на думку польського дослідника Петра

Красного, перед урочистою коронацією Ченстоховської (1717 р.). У хроніці львівських вірменських бенедиктинок є згадка, що 1736 р. ця ікона, яка перебувала в господаря Нікеля, плакала кривавими слізьми.[1]

Німецький винниківський цвинтар (сьогодні парк на вул. Сахарова) діяв з 1785 р. по 1944 р.

Винниківський замок — колишній замок у місті Винники Львівської області. Розташований у центрі міста. Тепер територія Львівської тютюнової фабрики. XIII ст. — дерев'яний замок. XVII ст. — XVIII ст. — кам'яний замок з поділом на верхній і нижній двір. 1756 р. (липень) - 15 жовтня 1776 р - у приміщенні замку знаходився монастир піарів (наглядач Самуель Гловінський). У 1779 році в приміщення Винниківського замку (в той час вже монастиря) була переведена Львівська тютюнова фабрика. На карті Винник XVIII ст. чітко видно контури замку та насипні вали.

Місто Винники туристично розвинена зона. Тут знаходяться готелі та ресторани,(серед яких: ГРК «Святослав» та «Галактика», ресторація «Василина», ресторан «Винна гора»), розважальні комплекси, банні заклади, спортивні майданчики, кафе, озеро з пляжною інфраструктурою.

Місто має вигідне географічне положення, яке сприяє розвитку туризму та сфери послуг, багате на історико-археологічні, культурні та природні пам'ятки.

Як перспективу в розвитку міста також розглядається питання розвитку зеленого туризму. Адже місто має великий потенціал для створення агросадиб.[2, с. 98]

Завдяки своєму географічному розташуванню та природо-рекреаційній зоні місто має великі можливості стати заміською зоною відпочинку туристів які приїждять до Львова. Туристична і рекреаційна база потребує великої рекламної підтримки та фінансування.

Місто Винники має сприятливе транспортне сполучення. Через місто та околиці проходять автомобільні шляхи Н02М06. Через ці транспортні артерії здійснюються основні туристичні перевезення: за маршрутами «Золота підкова», а також поїздки до туристичних центрів Карпат.

Список використаних джерел:

1. Байцар Андрій. Літопис Винник / Винниківський вісник № 437-438, серпень 2013 р.
2. Мельник Н.П.. Сучасні підходи до розвитку туризму в Україні // Туризм: Теорія і практика / Н.П. Мельник. - 2005. - №1.

ДЕРЖАВНА ПОЛІТИКА В ГАЛУЗІ В'ЇЗНОГО ТУРИЗМУ

Оксана Боднар

*Львівський національний університет імені Івана Франка,
Львів, Україна*

Туризм у багатьох країнах світу є пріоритетним напрямом розвитку національної економіки та культури. Це зумовлено динамічністю, високою прибутковістю та великим позитивним соціально-економічним і культурним впливом туризму на розвиток країн.

Визначаючи наявність значного рекреаційно–туристичного потенціалу в Україні та наявність усіх ознак самостійної галузі національної економіки, актуальною є постановка питання про необхідність вироблення чіткої державної політики у сфері туризму і впровадження дійових механізмів її реалізації. Зарубіжний досвід свідчить про значну вигоду від в'їзного туризму, тому кожна держава намагається вдатись до таких заходів і розробляє туристичну політику, яка є одним з видів соціально-економічної політики держави.

Туристична політика держави – це сукупність форм, методів та напрямів впливу держави на функціонування туристичної індустрії для досягнення конкретних цілей збереження та розвитку її соціально-економічного комплексу.

До основних напрямів туристичної політики України належать:

- захист прав подорожуючих;
- захист інтересів виробників вітчизняного туристичного продукту;
- всебічна підтримка внутрішнього та в'їзного туризму, що може проявлятися у формі: а)прямих інвестицій у формування туристичної індустрії;б)наукового та рекламно-інформаційного забезпечення просування національного туристичного продукту на світовому ринку; в)податкових та митних пільг, стимулюючих надходження інвестицій.[4]

Реалізація державної політики в галузі в'їзного туризму здійснюється шляхом:

- визначення і реалізації основних напрямів державної політики в галузі туризму, пріоритетних напрямів розвитку туризму;
- визначення порядку класифікації та оцінки туристичних ресурсів України, їх використання та охорони;
- спрямування бюджетних коштів на розробку і реалізацію програм

- розвитку туризму;
- визначення основ безпеки туризму;
- нормативного регулювання відносин у галузі туризму (різного виду обслуговування громадян: туристичного, готельного, екскурсійного...);
- організації і здійснення державного контролю за дотриманням законодавства в галузі туризму;
- участі в розробці та реалізації міжнародних програм з розвитку туризму[3]

Державне регулювання в'їзного туризму – сукупність форм і методів впливу органів державної влади на розвиток туристичної галузі і створення умов для ефективної співпраці органів державної влади, місцевого самоврядування та приватного сектора щодо розвитку туризму. Регулювання розвитку туристичної індустрії на державному рівні необхідне з метою:

- захисту споживача туристичних послуг;
- збільшення доходу від рекреаційно-туристичної діяльності;
- організації рекреаційно-туристичної діяльності;
- збереження і охорони рекреаційно-туристичних ресурсів.[5]

Цілі державного регулювання в галузі в'їзного туризму є:

- забезпечення закріплених Конституцією України прав громадян на відпочинок, свободу пересування, відновлення і зміцнення здоров'я, на безпечне життя і здоров'я довкілля, задоволення духовних потреб та інших прав;
- безпека туризму, захист прав та законних інтересів, інших суб'єктів туристичної діяльності та їх об'єднань;
- збереження цілісності туристичних ресурсів України, їх раціональне використання, охорона культурної спадщини та довкілля;
- створення сприятливих умов для розвитку індустрії туризму, підтримка пріоритетних напрямів туристичної діяльності

Відповідно до законодавства, регулювання в галузі туризму, у тому числі в'їзного, здійснюється Президентом України, Верховною Радою України, Кабінетом Міністрів України, центральним органом виконавчої влади в галузі туризму, місцевими державними адміністраціями, органами місцевого самоврядування, а також іншими органами в межах їх компетенції.[1]

Україна посідає одне з провідних місць в Європі щодо забезпеченості курортними та рекреаційними ресурсами.

Однією з найважливіших проблем розвитку туристичної галузі України є

відсутність суттєвої державної підтримки місцевих ініціатив щодо розвитку туризму. Проте зарубіжний досвід свідчить, що максимального ефекту в цій справі можна досягти лише за умови співпраці вище перелічених органів влади. Активнішої підтримки потребує : інформація та просування туризму, забезпечення інфраструктури; необхідно освоювати нові ринки, співпраця у всіх сферах – державних і приватних – в інтересах максимального заохочення сектора туризму.[6]

Туризм необхідно планувати на комплексній основі, брати до уваги всі аспекти законодавства, що стосуються інших секторів, таких як транспорт, зайнятість, охорона здоров'я, сільське господарство, зв'язок та ін. В Україні є потенціал і зроблено перші реальні кроки на шляху законодавчого забезпечення та комплексного планування розвитку вітчизняної туристичної галузі.

Список використаних джерел:

1. Конституція України
2. Закон України про туризм
3. Офіційний сайт туристичної державної адміністрації [Електронний ресурс].- <http://www/tourism.gov.ua>
4. Закон України “Про туризм” від 15 вересня 1995р.
5. Балабанов И.М. Экономика туризма . – М.: Финансы и статистика, 2011. – 338с.
6. Державне та муніципальне управління в галузі туризму [Електронний ресурс]. – www.tourism.if.ua

ПЕРЕШКОДИ ТУРИСТИЧНОЇ АКТИВНОСТІ СТУДЕНТІВ ВИЩИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ МІСТ КРАКОВА ТА ЛЬВОВА

Ореста Бордун

*Львівський національний університет імені Івана Франка,
Львів, Україна*

Францішек Мруз, Анна Делекта

*Педагогічний Університет Кракова,
Краків, Польща*

Метою проведених досліджень було визначення перешкоди туристичної активності студентів навчальних закладів з туристичною спеціалізацією, а також форм проведення вільного часу серед студентів обраних вищих шкіл Кракова і Львова.

У дослідженнях використано термін "інгібітор" туристичної активності", творцем якого є В.Алейзяк і за цим автором зрозумілий як "чинник, стримуючий процес виникнення і підняття туристичної активності, спричинюючи в даний момент брак виїздів, хоч не виключаючи підняття цієї активності в майбутньому" (Alejziak, 2007).

У дослідженнях використано метод анкетування, який передбачав опитування широкого кола студентів за допомогою анкети, що складалась з 19 різних за характером запитань. Запитання закритого виду з кількісними та категоріальними відповідями (де респондент міг вказати одну з можливих відповідей) та кон'юнктивними (де респондент міг вказати більше ніж одну можливу відповідь).

Питання в анкеті стосувалися чотирьох блоків:

1. чинників, стримуючих туристичну активність
2. "сімейних традицій" туризму.
3. класифікації туризму (її видів, частоти виїздів)
4. форм проведення вільного часу.

Пілотажні дослідження були проведені в грудні 2014 р. краківським дослідним осередком у справах Якості Навчання на напрямі "туризм і рекреація" в Інституті Географії Педагогічного Університету Кракова, а їх головною метою була верифікація підготовленої анкети.

Відповідні аудиторні анкетні дослідження, проведено в двох періодах: від січня до червня 2015 р. серед студентів I, II і III року, а також від січня до травня 2016 р. серед студентів I року стаціонарних навчань в академічному 2015/2016 році.

Головним принципом проведених досліджень було, щоб у

відповідних дослідженнях взяло участь мінімум 50% студентів обраного напрямку даного щорічника в трьох краківських вузах також студентів напрямку "туризм" у львівських вузах.

Анкетними дослідженнями обійнято загалом 586 студентів I, II і III року стаціонарних і нестаціонарних навчань першого ступеня в обраних вузах Кракова і Львова. Основний масив опитаних студентів Педагогічного Університету в Кракові, де досліджено в сумі 344 студентів, а решту становили інші вузи Кракова – 54 студенти. Серед львівських Вузів анкетні дослідження проведено в групі 144 студентів, основний опитаний масив студентів Львівського Університету ім. Івана Франка, Географічний факультет, кафедра туризму, напрямок "Туризм" – 100 осіб, решту становили студенти інших вузів – 44 особи.

На основі опрацювання зібраних анкет, сформульовано наступні висновки:

Туристична активність стала істотним елементом облаштування часу вільного сучасного суспільства, впливаючи на рівень, якість і його стиль життя. Найсильнішими чинниками, які формують рівень туристичної активності є суспільно-демографічні чинники, тобто: стать, вік, рівень освіти, місце проживання також приналежність до суспільно-професійної групи (Lubowiecki-Vikuk, Podgórski, 2013).

Студентська молодь творить (з огляду на вік) у міру гомогенну суспільно-демографічну, селекціоновану і сприйману групу як авангард кожного суспільства. Водночас студентська молодь як середовище, яке творить свою думку, впливає на формування майбутніх суспільних зразків в сфері інноваційних вільнотимчасових занять.

Проведені дослідження мали на меті обґрунтування чинників, стримуючих участь в різних формах туризму, однаково в її кількісному як і якісному вимірі. Нині молоді люди мають ряд можливості активного відпочинку, проте перешкодою для участі у різних формах туризму може бути економічний чинник. Матеріальна ситуація звичайно має вплив на підняття туристичної активності серед студентської молоді обраних вузів Львова, оскільки більшість опитаних вказало, що матеріальний стан є «прийнятний» (88% респондентів), а не «добрий».

Проведені дослідження показали, що економічний чинник не є основним стримуючим фактором невеликої туристичної активності серед польських студентів. Головною перешкодою підняття туристичної активності краківських студентів є в першому ряді брак часу, а потім фінансова ситуація, також брак бажання і професійна робота.

Частота виїздів, рівно ж як і тривалість подорожей є вищою у

студентів краківських вузів, ніж у львівських. Визначені детермінанти туристичної активності студентів львівських та краківських Вузів формуються ще в школі та залежать від родинно-побутових умов виховання. Важливою є участь молоді у краєзнавчих гуртках та загальносвітовій скаутській організації, яка своєю метою ставить підтримку фізичного, розумового і духовного розвитку молоді, щоб вона могла відігравати важливу роль у суспільстві.

Список використаних джерел:

1. Мальська М.П., Бордун О. Ю. Організація та планування діяльності туристичних підприємств: теорія та практика. Навч. посіб. – К.: Центр учбової літератури, 2012. – с.23- 29.
2. Alejziak W., Inhibitory aktywności turystycznej. Teoretyczne i metodologiczne aspekty studiów nad ograniczeniami i barierami uczestnictwa w wyjazdach wypoczynkowych, [w:] Folia Turistica nr 17/ 2007, s. 59-89
3. Lubowiecki-Vikuk, Adrian; Podgórski, Zbigniew (2013) Zachowania i preferencje turystyczne młodzieży akademickiej. Instytutu Geografii i Gospodarki Przestrzennej Uniwersytetu Jagiellońskiego,

ІСТОРИЧНІ АСПЕКТИ РОЗВИТКУ КРАЄЗНАВСТВА (30-60 РОКИ ХХ СТОЛІТТЯ)

Оксана Браславська

*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини,
Умань, Україна*

У 30-ті роки ХХ століття розпочато розробку основ краєзнавства як науки, що сприяло широкому розмаху краєзнавчого руху. За постановою VI сесії Центрального бюро краєзнавства (1926 р.), було визначено, що краєзнавство — це метод синтетичного вивчення якої-небудь певної, вичлененої за адміністративними, політичними чи господарськими ознаками порівняно невеликої території. З 1923 до 1929 року Центральним бюро краєзнавства видавався журнал «Краєзнавство». На Третій конференції з краєзнавства і туризму (1930 р.) було проголошено про перехід краєзнавчого руху на наукову основу, а при деяких педагогічних інститутах створено кафедри краєзнавства.

Оцінюючи краєзнавчу роботу в ці роки з позицій сьогодення, неможливо не побачити її заполітизованості та суперечливості. З одного

боку, значним надбанням педагогічної думки було конструювання якісно нового змісту освіти, де відводилося місце для краєзнавства та враховувалися вікові особливості учнів. А з іншого боку – краєзнавча робота передбачала вивчення «нашої батьківщини», тобто насамперед величезної території [3]. Надмірне захоплення віддаленими територіями «рідного краю» призвело до того, що учні не досліджували особливості свого навколишнього оточення. Ці прорахунки ми вважаємо надто серйозними.

З 30-х до 50-х років розвиток краєзнавства в Україні і в інших республіках характеризувався складністю й суперечливістю, воно набуло вузького прикладного характеру, який виявлявся в тому, що теоретичні надбання були несправедливо забуті. «Незважаючи на значні досягнення в сфері наукового і шкільного краєзнавства, до кінця 30-х років масовий краєзнавчий рух пішов на спад. Краєзнавчій роботі стало приділятися менше уваги. У зв'язку з письмовим розпорядженням Наркомпросу «Про постановку й організацію краєзнавчої роботи» (1937), ініціатива добровольців-краєзнавців і педагогів була скована, ослабла самостійна робота» [6, с. 11].

Із середини 30-х років, у зв'язку з ліквідацією системи державного краєзнавства, відбувається деякий спад краєзнавчої роботи. У 1937 році було ліквідовано центральні і місцеві краєзнавчі органи, а краєзнавство в середніх школах було відмінено, ним продовжували займатися лише ентузіасти, поодинокі краєзнавці, любителі, вчителі. Але, незважаючи на політичні негаразди, у країні залишалися люди, які бачили величезну силу і значення краєзнавства.

Згодом, виходячи з ідеї зв'язку навчання з життям, в одній зі своїх робіт видатний педагог С. Шацький запропонував програму вивчення мікросередовища з метою його педагогізації, яка включала такі розділи: загальні відомості про сім'ю і навколишній світ, економіку, педагогіку сім'ї і навколишнього світу, режим і організацію вільного часу, ставлення до праці, авторитет батьків та інше [12]. Він підкреслював, що навколишнє середовище, економічні, культурні явища мають великий вплив на розвиток дитини і, запитуючи, чи можна педагогам обійтися без вивчення того середовища, у якому відбуваються важливі для нашого життя зміни, відповідає, що без аналізу середовища педагоги обійтися не можуть.

Підтримуючи цю думку, Я. Маніяпов наголошував: «Щоб по-справжньому полюбити рідний край, потрібно добре його знати, а для цього треба більше мандрувати. Щоб кожний струмочок, кожна стежина

на рідній землі стали дорогими і близькими серцю, потрібно самому обійти її пішки, жадібно цікавлячись усім і в усе вникнувши. І не тільки обійти всю країну як турист, а й намагатись активно брати участь у її перетворенні» [5, с. 4].

Краєзнавча робота лежить в основі педагогічної діяльності А. Макаренка. Це висвітлено в ряді його праць, зокрема в «Педагогічній поемі», де говориться: «Щорічний літній похід – це нова традиція де створюються умови для соціального тренінгу школярів, який полягає у добрих вчинках, справах і звичаях» [4, с. 507]. Щорічно він з вихованцями комуни проводив літні туристичні подорожі, перетворюючи їх на важливий елемент освіти – засіб пізнання і виховання. Загалом на чолі з А. Макаренком вихованці провели вісім літніх походів: до Москви (1929 р.), Криму (1930 р.), на Кавказ (1931 р.), до Бердянська (1932 р.) та ін. Подорож у А. Макаренка має характер завтрашньої радості; уся побудована ним педагогічна система тримається саме на ній. Завтрашня радість є головним стимулятором мотивів різноманітної діяльності вихованців. І сьогодні актуальними залишаються положення А. Макаренка про краєзнавче вивчення навколишнього середовища дітьми – членами туристичної групи. Він поставив краєзнавство в ранг засобу виховання в колективі і через колектив.

На необхідності краєзнавства в освіті наполягав А. Родін. У книзі «З минулого» він пише: «Нехай юний краєзнавець відкриває давно уже відкриті, досліджує ніби заново вже досліджене, але жодна тема, наприклад, у курсі історії не може бути вивчена самостійно, творчо так, як краєзнавча. У цьому полягає одна з головних причин підвищеного інтересу учнів до краєзнавства» [8, с. 178].

У роки Великої Вітчизняної війни краєзнавство з відомих причин не могло розвиватися. У післявоєнні роки, незважаючи на широкий інтерес до краєзнавства і дитячого туризму, до деякого часу наукове узагальнення набутого досвіду здійснювалося занадто повільно.

Але вже у книзі «География и родная природа» професор А. Половинкін не без підстав вважає, що краєзнавчий матеріал «мало використовується вчителями». Однією з найголовніших причин недостатнього використання краєзнавчого матеріалу «є слабка методична розробка даного питання, особливо для середньої школи» [7, с. 32]. Далі автор продовжує думку про те, що труднощі широкого застосування краєзнавства в урочній і позакласній роботі зводяться до того, що вчителів-вихователю необхідно вирішити два завдання:

- 1) глибоко вивчити географічні умови своєї місцевості;

2) навчитися користуватись краєзнавчим матеріалом у роботі з учнями.

Таким чином, вирішення цих завдань зводиться до того, що вчитель має серйозно оволодіти фактичними знаннями і методами відбору краєзнавчого матеріалу в практичній роботі з школярами, продумати питання доповнення викладеного в підручниках, посібниках матеріалу місцевими даними.

У 60-х роках краєзнавство знову набуло актуального значення в педагогіці, а тому виникла потреба переглянути деякі принципи питання дидактичного плану саме з краєзнавства. З літературних джерел відомо, що більшість учених, педагогів, краєзнавців-аматорів підтверджували думку про нагальну необхідність дослідження рідного краю. Так, краєзнавець Я. Герштейн писав: «Цінність екскурсійно-туристської роботи не тільки і не стільки в самих походах і екскурсіях, а переважно в тій роботі, яка розгортається в період підготовки походу і після його завершення» [2, с. 5], що є необхідним в сучасній освіті. Розробці науково-педагогічних проблем шкільного краєзнавства того часу присвячено ряд ґрунтовних праць М. Баранського (1960), І. Іванова (1966), К. Строева (1967) та ін.

Так, К. Строев наголошує на тому, що «сутність шкільного краєзнавства полягає у всебічному вивченні учнями з навчально-виховною метою конкретної території свого краю за різними джерелами і здебільшого на основі безпосередніх спостережень під керівництвом учителя» [9, с. 7].

На різнобічності краєзнавчих досліджень наголошував М. Баранський. Він зазначав, що «в основу шкільного краєзнавства закладена думка, що своє, близьке і в природі, і в людському житті, і в господарстві зрозуміліше, простіше, ніж чуже і далеке» [1, с. 410]. Учений вважав, що вчителів необхідно поєднувати краєзнавство з іншими науками, зокрема з географією, такими шляхами:

- 1) наводити приклади з місцевої природи і місцевого господарства;
- 2) вести позакласні гурткові заняття зі шкільного краєзнавства.

Отже, вже в 60-х роках простежується підвищення ролі краєзнавства у навчальній і виховній роботі.

Великого розмаху набула краєзнавча робота в 1960-1980 роки. У той час з метою виконання завдань дослідницького характеру в різні куточки колишнього Радянського Союзу вирушали туристсько-краєзнавчі експедиції, які досліджували територію на державному рівні за напрямками: по місцях бойової слави, географічним, історичним, екологічним та ін., що вимагалось законом «Про зв'язок школи з життям»

(1958). Хоч тодішня робота краєзнавців була заполітизованою, але, незважаючи на це, досвід минулих років має бути глибоко вивчений і використаний у процесі підготовки фахівців, а його кращі ідеї втілені в життя сучасної школи.

Великого значення педагогічним основам краєзнавства в навчанні і вихованні школярів надавав В. Сухомлинський. Його досвід роботи став взірцем для всіх краєзнавців. Він відкривав перед вихованцем усі джерела любові до Батьківщини: природу рідного краю, рідне село, підприємство, установу, де працюють батьки. «Кожний тиждень ми присвячували декілька уроків «мандрівкам» до джерел думки і рідного слова – спостереженням. Це було безпосереднє спілкування з природою, без якого криниця розумових сил і нервової енергії швидко пересохла б. Розповіді про природу, про предмети і явища навколишнього світу вже пробудили у дітей допитливість, і я змушений був відповідати на багато запитань» [10, с. 74].

Ще одним важливим етапом у розвитку краєзнавчого руху стало видання за допомогою багатьох подвижників багатотомної «Історії міст і сіл Української РСР», яка ознаменувала новий етап у роботі краєзнавців-дослідників на місцях. У працях П. Тронька розкриті науково-методичні та організаційні принципи її підготовки [11]. Крім того, його статті «Краєзнавство у відродженні духовності та культури» й «Родовід українського краєзнавства» [88;90] написані в різних журналах, присвячені завданням і стану краєзнавства в Україні.

Отже, для широкого проведення краєзнавчого руху необхідним є глибоке вивчення історичних аспектів його розвитку в Україні.

Список використаних джерел:

1. Баранский Н. Н. Методика преподавания экономической географии / Н. Н. Баранский – М. : Учпедгиз, 1960. – 415 с.
2. Герштейн Я. Роль краеведения в учебном процессе / Я. Герштейн // Народное образование. – 1964. – № 5. – С. 4–6.
3. Известия Центрального бюро краеведения Наркомпроса РСФСР / Под ред. акад. С. Ф. Ольденбурга. – М., 1925, 1928.
4. Макаренко А. С. Педагогична поема / А. С. Макаренко. – К. : Учпедгиз, 1977. – 507 с.
5. Манияпов Я. Х. Внеклассное краеведение / Я. Х. Манияпов. – Казань : Татарское кн. изд-во, 1966. – 4 с.
6. Милонов Н. П. Историческое краеведение (основные источники изучения истории родного края): Пособие для студентов педвузов. / Н. П. Милонов, Ю. Ф. Кононов, А. М. Разгон, М. Н. Черноморский, А. С. Завадье. – М. :

Просвещение, 1969. – 317 с.

7. Половинкин А. А. География и родная природа / А. А. Половинкин. – М. – Л. : АПН, 1949. – 63 с.

8. Родин А. Ф. Из минувшого А. Ф. Родин. – М. : Просвещение, 1965. – 178 с.

9. Строев К. Ф. Краеведение / К. Ф. Строев. – М. : Просвещение, 1967. – 142 с.

10. Сухомлинський В. А. Серце віддаю дітям / В. А. Сухомлинський. – К. : Рад. школа, 1988. – 269 с.

11. Тронько П. Т. Летопись дружбы и братства: Из опыта создания «Истории городов и сел Украинской РСР» / П. Т. Тронько. – К., 1981. – 128 с.

12. Шацкий С. Т. Школа и строительство жизни : Избр. пед. соч. / С. Т. Шацкий. – М. : Учпедгиз, 1958. – 430 с.

ГЕОГРАФІЧНИЙ ОБРАЗ: ДІАЛЕКТИКА ЗМІСТУ І ФОРМИ

Мирослава Влах

Львівський національний університет імені Івана Франка

Львів, Україна

Тетяна Коропецька

Хмельницький кооперативний торговельно-економічний інститут

Хмельницький, Україна

Гуманізація суспільно-географічного пізнання зумовила активне використання вітчизняною наукою поняття географічний образ (геообраз). У цьому контексті можна відзначити публікації М. Влах [1–3], В. Грицевича [4], М. Дністрянського [5, 6] та ін. Аналіз статей виявив необхідність постановки і розв'язання проблеми співвідношення об'єктивної та суб'єктивної компонент геообразів об'єктів, явищ, процесів тощо з метою уникнення однобічності у їхньому трактуванні.

Без сумніву, досліджувана проблема може бути розв'язана лише на загальнофілософських засадах взаємозалежності парних категорій *зміст і форма*. Зміст і форма нерозривно пов'язані й водночас відносно самостійні. Гегель, підкреслюючи взаємозв'язок і взаємозумовленість форми та змісту, зазначав, що зміст оформлений, а форма змістовна. Один і той самий зміст може мати різну форму і, навпаки, однакова форма може бути наповнена різним змістом. Ще в античні часи зміст розуміли як першопричину, першоматерію усього суцього. На сьогодні під змістом розуміють сукупність усіх внутрішніх процесів, що утворюють об'єкт,

єдність його елементів у взаємодії. Щодо форми, то це багатозначне поняття. Налічують понад десять його різних значень, із яких найважливішими є спосіб існування, різновид, зовнішній вигляд, розмір тощо. За Платоном і Арістотелем, форма є внутрішнім визначенням речі.

У сучасній науковій мові поняття зміст і форма часто замінюють конкретнішими й чіткіше визначеними поняттями – *система, структура, елемент, функція*. Сучасним відповідником змісту є поняття *сутність (смысл)*, а форми – *явище*. Пара категорій сутність і явище є своєрідною конкретизацією змісту й форми, виділенням головного у змісті та обмеженням багатозначності форми.

На рівні наукової рефлексії об'єктивність змісту геообразу досягається за допомогою дотримання певних правил, зокрема, щодо ідентифікації головних географічних параметрів об'єкта дослідження (розташування, морфологія, структура, функції, зв'язки), порівняння (зіставлення і протиставлення) його з іншими об'єктами, виявлення специфічних і унікальних рис.

Вітчизняна суспільна географія має різноманітні методичні напрацювання щодо встановлення об'єктивного змісту образу місця (території, акваторії, геоторії): від класичних описового та порівняльно-географічного до новітніх методів математичної формалізації.

Приклад різнобічного врахування об'єктивних даностей території може бути дослідження М. Дністрянського, який для аналізу політико-географічних образів макрорайонів України у контексті перспектив формування загальнонаціональної ідентичності використав “відбірну інформацію”, а саме якісні та кількісні показники, що стосуються “історико-географічних моментів”, “важливих соціально-економіко-географічних передумов”, “основних рис геоетнонаціонального складу населення та етнокультурних взаємин”, “деяких суттєвих рис геополітичної свідомості та напрямів політичної активності населення”, “загальних особливостей поширення та електорального впливу політичних сил” [6].

На нашу думку, наведені характеристики стосуються не так структури політико-географічних образів макрорайонів України, як структури політико-географічної ситуації у цих районах. Авторська позиція щодо політико-географічних образів макрорайонів України виявляється через політико-географічне районування і географічне назовництво, що враховує особливості географічного розташування (наприклад, Чернівецький обласний регіон поданий як Буковинсько–Північно-Бессарабський; політико-географічна близькість Вінницької,

Житомирської, Хмельницької областей дала змогу виділити Подільсько-Поліський район чи Дніпровсько-Харківський район у складі Дніпропетровської, Запорізької і Харківської областей). Об'єктивні реалії політико-географічного характеру обласних регіонів України представлені у формі комбінаційної таблиці, що є найбільш раціональним способом відтворення змісту. Однак табличне представлення інформації не забезпечує стислості, яскравості, доступності сприйняття виділених політико-географічних образів.

На необхідності урахування об'єктивних підстав для створення суспільно-географічних образів наголошує В. Грицевич, трактуючи їх (образи території) як “інформаційне відображення, що включає сукупність істотних суспільно-географічних ознак, які відрізняють її від інших територій” [4, с. 183]. У цьому контексті, за дослідником, для перцепції географічних образів території важливі методи багатовимірного таксономічного аналізу. Метод багатовимірної таксономії адміністративних районів Західного регіону України за показниками валового виробництва головних культур рослинництва дав змогу виявити виробничо-територіальні типи районів, форми “яскравих образів” яких автор не подає.

Відповідно до методологічних засад імажинальної географії, геообраз об'єктивний за своїм джерелом – відображуваним об'єктом – і суб'єктивний за психологічними механізмами формування та способом існування. На чуттєвому рівні пізнання геообразами є відчуття, сприйняття й уявлення, на рівні мислення – поняття, судження, висновки. І, найголовніше, геообраз території відмінний від її географічної характеристики через яскраво виражену аксіологічну домінанту, що виявляє ставлення суб'єкта до об'єкта відображення відповідно до сформованої системи цінностей.

При створенні геообразів місць слід брати до уваги такі вимоги: адресність (цільове призначення), ідеалізація (конструювання образу з позиції топофілії), естетика, корисність, доступність сприйняття.

Таким чином, географічний образ слід трактувати через сукупність не тільки реальних, а й ідеальних сутностей, смислів, цінностей певного місця геопростору [1, с. 134].

Матеріальною формою втілення геообразів є мова, різні знакові моделі. Формами подання змісту (візуального представлення) геообразів можуть бути вербальні, картографічні, табличні, графічні моделі, формами способу подання змісту геообразів залежно від обраних параметрів – структурні та функційні моделі.

У геообразотворенні найбільше використовують вербальні моделі, художніми засобами створення яких є епітети, інверсія, порівняння, метафора, алегорія, символ, гіпербола, метонімія та ін.

На нашу думку, для створення вербальних геообразів найважливішим є метод метафоризації [3]. Метафора з мовного погляду є фігурою мови, у якій створюються нові смисли мовних виразів на основі трансформації (переосмислення) звичайних смислів слів. Метафора пов'язана із заміною буквальних смислів переносними, зіставленням об'єктів, достатньо віддалених один від одного.

У контексті географічного образотворення важлива роль належить “живим метафорам”, що, на відміну від “мертвих” (простих лексем-понять), мають складну вербальну будову (наприклад, виражену у формі порівняння). Живі метафори характерні не тільки для побутової географічної свідомості (наприклад, міфології), а й для сучасного науково-географічного пізнання. Вони активно використовуються в геополітиці, культурно-образному країнознавстві, регіональному менеджменті, туристиці тощо. Праксеологічна функція метафори найкраще виявляється при осмисленні сутностей, цінностей місць нижчих територіальних рангів, наприклад, міст [2]. Ця особливість географічної метафоризації особливо активно використовується при створенні туристичного іміджу території [7].

Висновки. Головним принципом геообразотворення є *принцип ізоморфізму* між геореальністю і формою її суб'єктивізованого відтворення [5, с. 60], однак алгоритм його практичної реалізації розроблений недостатньо. Створення географічних образів як гносеологічних відповідників об'єктивних геореалій забезпечують науковий системний підхід, комплексне географічне мислення, відповідні аксіологічні пріоритети. Найпоширенішими формами геообразів місць є вербальні та картографічні моделі. Важливий спосіб створення вербальних геообразів – метафоризація сприйняття дійсності.

Список використаних джерел:

1. Влах М. Р. Поняття “географічний образ” у гуманістичній географії / М. Р. Влах // Історія української географії. Всеукр. наук.-теорет. часопис. – Тернопіль, 2014. – Вип. 29–30. – С. 132–139.
2. Влах М. Р. Геообразний потенціал території: сутність і напрямки використання / М. Р. Влах // Географія, екологія, туризм: теорія, методологія, практика: Матеріали міжнар. наук.-практ. конф., присв. 25-річчю геогр. факультету Тернопільського нац. пед. ун-ту, 21–31 травня 2015 р. – Тернопіль, 2015. – С. 68–70.

3. Влах М. Географічні метафори: сутність і роль у науковому пізнанні / М. Влах // Львівська суспільно-географічна школа / Матеріали Всеукр. наук. конф. з участю закордонних учених, присв. 70-річчю кафедри економ. і соц. географії Львів. нац. ун-ту імені І. Франка (м. Львів), 19–20 листопада 2015 р. – Львів, 2015. – С. 90–98.

4. Грицевич В. С. Параметрична перцепція суспільно-географічних образів території на прикладі рослинництва в адміністративних районах Західного регіону України / В. С. Грицевич // Освітні й наукові виміри географії: Зб. матеріалів Всеукр. наук.–практ. конф., присв. 25-річчю спеціальності “Географія” та 15-річчю кафедри географії та краєзнавства Полтав. нац. пед. ун-ту імені В. Г. Короленка. – Полтава: ТОВ “АСМГ”, 2016. – С. 183–185.

5. Дністрянський М. С. Політико-географічні образи макрорайонів України: актуальний аналіз в контексті перспектив формування загальнонаціональної ідентичності / М. С. Дністрянський // Limes. наук. вісн. Закарпат. угор. ун-ту ім. Ф. Ракоці II / М-во освіти і науки України, Закарпат. угор. ун-ту ім. Ф. Ракоці II; редкол.; Й. Сікура (гол. ред.) [та ін.] – Ужгород: Графіка, 2015. – Том 2. – С. 9–21.

6. Дністрянський М. С. Політико-географічні образи держав і макрорайонів: поняття, структура, пізнавальне і практичне значення / М. С. Дністрянський // Географія, екологія, туризм: теорія, методологія, практика: Матеріали міжнар. наук.-практ. конф., присвяченої 25-річчю геогр. ф-ту Терноп. нац. пед. ун-ту, 21–31 травня 2015 р. – Тернопіль, 2015. – С. 60–61.

7. Дяків С. Іміджмейкінг регіону: методологічні принципи створення туристичного іміджу території / С. Дяків // Географія, економіка і туризм: національний та міжнародний досвід: Матеріали VIII наук. конф. з міжнар. участю. – Львів, 2014. – С. 75–80.

ТУРИСТИЧНА ПРИВАБЛИВІСТЬ ЯК ОДИН ІЗ ЧИННИКІВ РЕКРЕАЦІЙНО-ТУРИСТИЧНОЇ ДЕСТИНАЦІЇ (на прикладі ландшафтного парку Шенборна в урочищі «Воєводино» Закарпатської області)

Наталія Габчак

ДВНЗ «Ужгородський національний університет»

Ужгород, Україна

Туризм – складне і багатоаспектне просторово-соціо-культурне явище, яке досліджується багатьма вченими: географами, істориками, економістами, туризмознавцями. Категорія «дестинація» належить до базових у сфері туризму, вона інтерпретує територію як таку, що є метою подорожі (володіє привабливими туристично-рекреаційними ресурсами і пропонує певний набір послуг, які задовольняють попит туриста на перевезення, ночівлю, харчування, розваги тощо), і водночас характеризується з трьох основних позицій: геопросторової, економічної та маркетингової, управлінської.

З давніх часів місцем відпочинку та релаксації були сади і парки, саме вони за історичний період відображають зміну естетичних поглядів, відмінності у природних та кліматичних умовах, самобутність культурних традицій різних народів. Потреба людини у відновленні духовних і фізичних сил залишається незмінною. Необхідність вивчення туристичної привабливості території, практичних рекомендацій щодо здійснення рекреаційно-туристичної діяльності та впровадження механізмів сталого туризму, спрямованих на підвищення ефективності територій, де відбувається споживання туристичного продукту є надзвичайно актуальним.

Туристична привабливість території входить до структурних елементів рекреаційно-туристичної дестинації. Під туристичною привабливістю території науковець Т.І. Божук вважає всі туристичні ресурси, які приваблюють своїми якостями, властивостями туристів, захоплюють їх і спонукають до відвідування заданої території [1]. Більш точно, на нашу думку, дає визначення О.В. Мельник [2], що туристично-приваблива територія – це територія, яка має потенціал туристичних ресурсів, сучасну розвинену інфраструктуру туризму та доступну й достатню для туриста інформацію про неї, які б відповідали потребам туристів і забезпечували досягнення максимального соціально-економічного ефекту від розвитку в її межах туристичної діяльності.

Відповідно до цього виділяють потенційну й фактичну туристичну привабливість. Науковці, зокрема: В.Я. Гавран досліджує формування привабливості рекреаційно-туристичних комплексів з метою залучення інвестицій в розвиток туризму; А.В. Мокляк наводить оцінку та систематизацію чинників, що визначають привабливість території, а М.О. Омуш виділяє основні чинники, що визначають туристичну привабливість регіонів (загальний імідж регіону; природу; клімат та рекреаційні ресурси; історико-культурні та духовні цінності, політичну стабільність; розвиненість інфраструктури; економічну привабливість тощо).

Об'єктом дослідження вибрано модельну ділянку новоствореного ландшафтного парку Шенборна в урочищі «Воєводино» Перечинського району Закарпатської області.

Для оцінки туристичної привабливості регіону не має єдиної методики визначення комплексного показника. Тому виникає потреба сформулювати такі рекомендації, які б врахували всю сутність факторів впливу на туристичну привабливість. До основних компонентів туристичної привабливості регіону відносимо туристичні ресурси, які включають природні, історико-культурні та туристичну інфраструктуру. Слід зауважити, що якість та доступність туристичних послуг туриста не можлива без державного регулювання, інформаційного забезпечення та інвестиційних надходжень.

Територія досліджень охоплює урочище «Воєводино» село Тур'я Пасіка в межах Перечинського району Закарпатської області. Цей район має унікальне географічне розташування – межування на заході з Словаччиною, на півночі з Великоберезнянським і Воловецьким районами, на сході Свалявським і Мукачівським, на заході і півночі – Ужгородським районом. Перечинський район за своїми фізико-географічними, кліматичними, природо-ресурсними умовами відноситься до територій, найбільш сприятливих для розвитку туризму та рекреації.

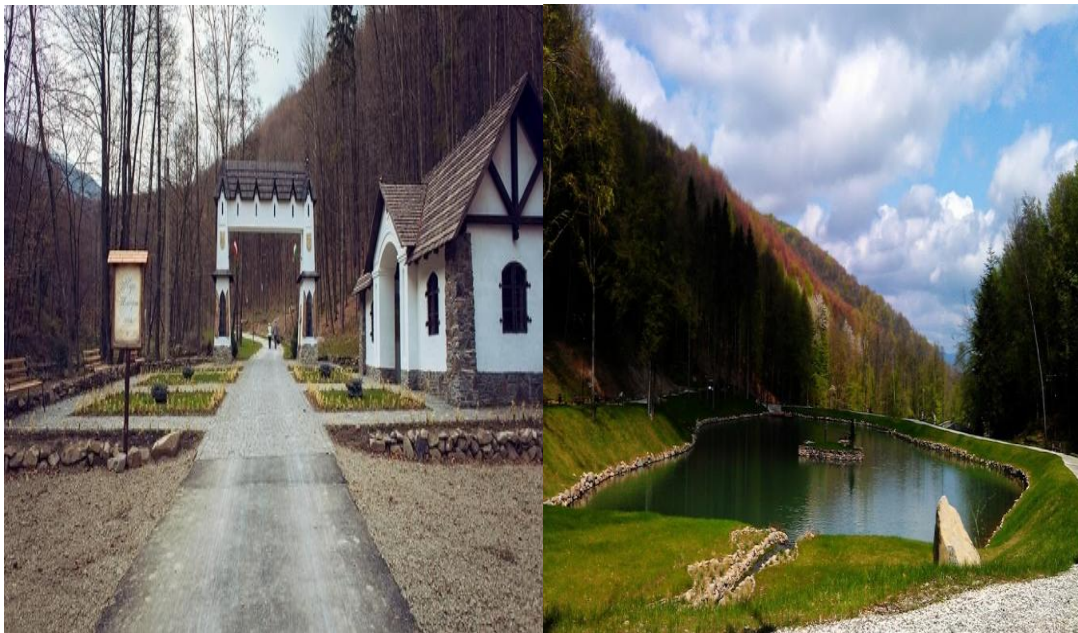
Середньогірський рельєф з густою річковою сіткою, переважаючими пологими схилами букових лісів, чисельними мінеральними джерелами сприяють розвитку туризму та рекреації.

Мережа туристично-рекреаційних та готельних закладів в 2016 році нараховує 10 об'єктів, що дозволяє одночасно розмістити близько 900 осіб, а це на 24 відсотки більше, ніж у 2004 році. Триває нове будівництво, формується відповідна інфраструктура [3].

На території району розміщено такі туристично-рекреаційні об'єкти: лікувально-оздоровчий комплекс «Полонина», ЛОК «Полонина ДБК-3» оздоровчо-лікувальний комплекс «Дубриничі-Карпати», дитячо-

оздоровчий табір «Зв'язківець», дитячо-оздоровчий заклад «Барвінок», база відпочинку «Воєводино», база відпочинку «Лумшори» мотель-ресторан «Турянська долина» та мотель-ресторан «Берізка», база відпочинку «Шиповець», гірськолижна база «Новоселиця», кінно-спортивна база «Фаворит», мисливська садиба «Лумшори», мисливська садиба «Шипот».

На особливу увагу дослідників заслуговує новостворений ландшафтний парк Шенборна, розташований на території курорту «Воєводино», який відроджений силами небайдужих людей. Відновлення безцінної культурної спадщини закарпатського краю почалося саме з цього об'єкту, адже цей парк – важлива частина історії України часів Австро-Угорщини. Його було відновлено з особливою ретельністю та увагою до історичних деталей, і відкрито для вільного відвідування усіх бажаючих у 2013 році. Ліс, газони, екзотичні дерева та велике природне озеро формують з парку Шенборна справжню родзинку Закарпаття. Відпочивати у парку можна годинами, та насолоджуватись навколишньою красою (*світлина 1*)



*Світлина 1. Ландшафтний парк Шенборна в урочищі «Воєводино»
Закарпатської області*

Проблеми, які існують на території ландшафтного парку наступні: низька економічна свідомість і культура відвідувачів, що призводить до засміченості газонів, незадовільна робота санвузлів, недостатня кількість смітників, некоректна поведінка відвідувачів залежно від сезонності.

До можливих пропозицій слід віднести: частіше організовувати театралізовані дійства, продовжити в літній період час роботи парків до 23.00 год., надавати послуги прокату велосипедів, ховербордів, фотографів тощо.

У проведенні наукового дослідження застосовано тип соціологічного опитування – анонімне анкетування у трьох вікових групах відвідувачів. I група – підлітковий вік від 0 до 16 років; II група студенти – 17-22 роки; III група – пенсіонери – від 55 років. На запитання, що у Вас викликає найбільше захоплення в парку (павільйони; альтанки; 12 містків; брама; штучне озеро Тур; гроти; скульптури; каскади водоспадів; алеї; 22 лавки на яких встановлені герби держав, у складі яких перебувала територія сучасного Закарпаття; діючий водяний млин; анімація; рослинність) ми визначили, що найбільшу цікавість у респондентів I та II вікової групи викликає анімація, діючий водяний млин Св. Яна, можливість допливти на дерев'яному плоті до острова по центру озера Тур (13-15%). Щодо респондентів III вікової групи, то у них проявився інтерес до брами в стилі бароко 18ст.; 12 містків, які символізують 12 знаків Зодіаку; діючий водяний млин Св. Яна та скульптури святих Луки, Іоанна, Марка, Матфея (11%).

Респонденти у майбутньому пропонують на території ландшафтного парку Шенборна побудувати дитячий майданчик, освітити віддалені ділянки парку, проводити вечірні екскурсії, відтворити у театралізованих виставах сцени з минулого життя австро-угорської династії періоду із 1711 по 1944 рр., збільшити кількість човнів, велосипедів, ховербордів для прогулянок парком, розмістити продаж сувенірної продукції, послуги професійного фотографа тощо.

Отже, парк Шенборна в урочищі «Воєводино» Закарпатської області – відновлений ландшафтний парк місцевого значення часів Австро-Угорщини XVIII ст.. Як туристичний об'єкт заслуговує на те, щоб увійти до рейтингу цікавих історико-культурних об'єктів Закарпаття, залишитись у структурі пізнавальних туристсько-екскурсійних маршрутів, що сприятимуть розширенню освітнього світогляду співвітчизників та осмислення ними ролі й значення історико-культурної спадщини у формуванні духовних засад, а також надання рекреаційно-туристичних послуг рекреантам не тільки з України, Закарпаття, а й ближнього зарубіжжя.

Список використаних джерел:

1. Божук Т.І. Методи оцінки рекреаційних територій: анкетне опитування (на прикладі дендропарку «Софіївка») /Божук Т.І. Вісник ДІТБ. – 2009. - №13. – С 152-157.
2. Мельник О.В. Інтегральний показник туристичної привабливості території: поняття та теоретичні аспекти / О.В. Мельник // Регіональна економіка. – 2004. – № 4. – С. 197-204.

3. Статистичний щорічник Закарпаття 2014/за ред. Г.Д. Гриник. Головне управління статистики у Закарпатській області. – Ужгород, 2014. – 494с.

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ПАРКІВ У МІСТІ ЛЬВОВІ

Ірина Галайська, Андрій Манько

*Львівський національний університет імені Івана Франка,
Львів, Україна*

Зважаючи на значну кількість парків у місті Львові, варто виділити низку проблем, що є запорукою швидкого розвитку парків:

- застаріла база нормативно-правового регулювання;
- обмежене фінансування та інвестиції;
- нераціональний розподіл наявних коштів;
- занедбаність та засміченість території;
- незадовільний стан наявного матеріально-технічного оснащення парків;
- проблеми з документальним затвердженням меж парків.

Більшість громадських парків Львова не мають відповідного інфраструктурного забезпечення: відсутні санвузли, освітлення та велосипедні доріжки. Лавки та сміттєві баки є в обмеженій кількості і не мають презентабельного вигляду.

Ще одним важливим елементом у парках є інформаційні знаки, які зазначають спеціальні місця для вигулу собак, паління, можливості проведення пікніків, позначень громадських закладів наявних у парку тощо. На жаль, ці знаки в міських парках є в обмеженій кількості або зовсім відсутні.

Негативним явищем у парках є відсутність санкціонованих стежок, доріжок або при їх наявності не відповідний зовнішній вигляд та важкопрохідність.

Також до багатьох парків є досить складні під'їзні шляхи. Поблизу парків, зазвичай, не має добре обладнаного паркінгу для машин, що не сприяє покращенню екологічного стану парку та провокує труднощі, щодо загальної доступності парків для осіб, які володіють автомобілем. Особливо така проблема характерна для парків, які знаходяться в центральній частині міста.

Абсолютна непристосованість для осіб з обмеженими можливостями також негативно відзначається на сприйнятті парку, як місцевим населенням, так і туристами.

У парках неефективно організовані сезонні роботи: прибирання листя, обрізання гілок тощо. Не проводиться інвентаризація зелених насаджень міста. Ще одна існуюча проблема пов'язана з захворюваністю зелених насаджень. Не відбувається очищення кори дерев від шкідників, боротьба з омелою.

Також з кожним роком загострюється конфлікт щодо ведення бізнесу та охорони довкілля. Прикладом цього є несанкціоновані будівництва на території львівських парків, зокрема Стрийського парку, парку імені Богдана Хмельницького. Земельне законодавство не дозволяє здійснення будівництва на територіях і в межах ландшафтних парків за винятком окремих їх зон. Існує встановлена вимога про рекреаційну спрямованість споруджувальних об'єктів. Наприклад, у парку "Знесіння" побудовано готель, до якого висувалися певні вимоги: щоб цей готель був не вищий трьох поверхів, щоб на його територію був вільний доступ, і взято обов'язок з забудовника скеровувати інвестиційні кошти на покращення облаштування парку.

Прикладом раніше зазначених проблем може слугувати Парк Високий Замок. Цей парк є пам'яткою ландшафтної архітектури та паркобудування і, він розташований на території, що внесена до Списку Всесвітньої Спадщини ЮНЕСКО. Проте парк потребує проведення низки реставраційних робіт. А саме, необхідно здійснити роботи, пов'язані із відтворенням фрагментів замку, експозицією археологічних пам'яток і реставрацією історичної паркової зони, приєднаної до системи активних туристичних пішохідних маршрутів та пунктів огляду панорами Старого Львова.

Останнім часом парк починає сприйматися як засіб компенсації і розрядки психічного і фізичного напруження людини. В сучасних умовах потреба людини в рекреації постійно зростає. Тому парки культури і відпочинку, що функціонують у Львові, можуть перетворитися на потужні культурно-рекреаційні центри.

Стратегічно важливою за змістом та наслідками є робота комісії по визначенню і затвердженню меж парків Львова. На сьогодні більшість парків Львова вже мають затверджені межі, що означає гарантію збереження їхньої території від самовільних захоплень та незаконних забудов[1, 2].

Впроваджені плани на наступні п'ять років щодо збереження зелених

насаджень. Передбачається повна інвентаризація зелених насаджень, завершення реконструкції парків, подальше озеленення міста, боротьба з омелою та захворюваннями зелених насаджень із використанням нових методів. Разом з тим нові дерева та кущі отримають такі львівські парки: Личаківський, Погулянка, Стрийський, ім. І. Франка, 700-річчя м. Львова, Високий Замок, Снопківський, Залізна вода, Знесіння. Згідно документу, що це засвідчує в жовті-листопаді у різних районах міста мають висадити дерева та кущі в загальній кількості 2404 одиниць.

Окремим пунктом у програмі передбачених змін є Стрийський парк, для якого має бути створена окрема дирекція, адже цей парк є об'єктом природно-заповідного фонду загальнодержавного значення.

В значній кількості планують покращити матеріально-технічну оснащеність парків, наприклад встановлення баків для сміття та місць для сидіння, також облаштовуються бруковані доріжки, що полегшують пересування у парку літнім особам, велосипедистам та молодим сім'ям з дитячими візками.

Існує багато планів, які очікують втілення в життя. Наприклад, парк “Знесіння” планують розвивати, облаштувавши тут місця оздоровлення: пішохідні, велосипедні, кінні маршрути, бобслейні доріжки, гірськолижні траси, льодові катки, тири, а також місця відпочинку – альтанки, джерела питної води, виноградники тощо (додаток А). Крім того, виділять кошти на впорядкування доріжок і освітлення у парку “Знесіння”.

У Шевченківському гаю планують побудувати візит-центр. Також вже виділено 1 млн. грн для капітального ремонту садово-паркових доріжок та реконструкцію освітлення на територію Музею архітектури і побуту “Шевченківський гай”(додаток Б).

Значні оновлення могли б відбутися у Парку культури та відпочинку імені Б. Хмельницького, деякі з цих проектів вже почали впроваджуватися, наприклад спортивні майданчики для активної молоді. Унікальним є також проект дитячого майданчику обладнаний для дітей з обмеженими можливостями. Створення майданчика для вихову собак — один із найактуальніших проектів Парку культури, адже значна частина відвідувачів приходить сюди саме на прогулянку із тваринами. Для вихову тварин буде виділено окрему обгороджену територію парку. Тут встановлять спеціальне обладнання для дресирування та станції прибирання за собаками. Мета проекту — зробити перебування у парку максимально комфортним і корисним для всіх його відвідувачів. Безкоштовні та доступні усім охочим

майданчики для вихулу і дресирування собак — це чудовий європейський досвід.

Депутати також запропонували виділити 200 тис. грн на облаштування у парку імені Івана Франка майданчика для вихулу собак.

У парку “Озеро Левандівське” оновлять освітлення, тепер воно буде світлодіодним. А у Стрийському парку проводиться реконструкція водонапірної вежі, що є потенційним туристичним об’єктом.

У місцевості від вул. Промислової до вул. Замарстинівської, опрацьовується втілення проекту побудови індустріального парку, з метою щонайкращого використання, на перший погляд, непридатної території для рекреації та туризму [3, 4].

Також, втілюється у життя програма «Про затвердження Програми утримання парків м. Львова на 2014-2017 роки». У парках пропонується провести очищення території від випадкового сміття, підмітати доріжки при середній засміченості, систематично очищати їх від снігу у зимовий період, посипати піском, вивозити сміття, розчищати насадження від порослі, очищати площі від сухостійних, хворих та аварійних дерев у міських умовах, провести поточний ремонт доріжок, очищення, доглядати за клумбами, садити квіткові рослини на клумбах, дерева і кущі, скошувати траву тощо. Це дасть змогу значно покращити зовнішній вигляд та функціональність парків Львова [5].

Втілення в життя цих проектів потребує значних інвестицій та великого проміжку часу, проте навіть розроблення таких перспективних змін у львівських парках є дуже хорошим початком та стимулом і надалі працювати над покращенням інфраструктури нашого міста, зокрема таких його зелених зон, як парки.

Список використаних джерел:

1. Закон України “Про охорону навколишнього природного середовища” від 25.06.1991 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>
2. Лісовий Кодекс України, № 3853-ХІІ від 21.01.94, ВВР, 1994, № 17, ст.100 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua>
3. Львівська міська рада: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://city-adm.lviv.ua/>
4. Львівський портал: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://portal.lviv.ua/news/>
5. Державна служба статистики Львівської області: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://lv.ukrstat.gov.ua/>

ОСОБЛИВОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ РОБОТИ СТУДЕНТСЬКОГО НАУКОВОГО ГУРТКА «АКТИВНИЙ ТУРИЗМ»

Михайло Гамкало

*Львівський національний університет імені Івана Франка,
Львів, Україна*

Значну роль у формуванні висококваліфікованих спеціалістів відіграє науково-дослідна робота, яка передбачає участь студентів у роботі наукових гуртків, секцій, лабораторій, участь у виконанні держбюджетних або госпрозрахункових наукових робіт, написання статей, тез, доповідей, інших публікацій.

Розвиток наукових досліджень у вузах безпосередньо впливає на якість навчального процесу; вони змінюють вимоги до рівня знань студентів, структуру процесу навчання, підвищують ступінь підготовленості майбутніх спеціалістів, їхній практичний творчий світогляд.

Існує дві точки зору щодо залучення студентів до науки. Одна з них полягає в тому, що до науки слід залучати особливо здібних студентів, які мають відповідні нахили, не витрачаючи непродуктивно сили і час вчених. Друга точка зору: до науки слід залучати всіх студентів, тому що сучасна наука потребує великої кількості технічних і допоміжних працівників. Крім того, навички наукового дослідження стануть у нагоді майбутньому спеціалісту в якій би галузі він не працював. Істина лежить десь посередині між цими точками зору, оскільки для того, щоб виявити здібних студентів, треба попередньо залучити всіх студентів до наукових досліджень [1, С. 40].

Основною передумовою творчого мислення студентів є обсяг та глибина їх наукових знань, ерудиція, володіння сучасними засобами і методами науково-технічного пізнання. Без ґрунтовних знань, їх постійного поповнення та оновлення науково-творче мислення розвиватися не може. Науково-творче мислення охоплює аналітичне та синтетичне мислення в якості рівноцінних факторів. Важливим елементом науково-технічного мислення є здатність до прогностного мислення та творчої фантазії.

Для успішного функціонування і результативної діяльності наукових студентських гуртків необхідне дотримання таких основних організаційних принципів: доцільність, добровільність, плановість, реальність тематики, різноманітність методів роботи, стабільність складу,

врахування інтересів і можливостей студентів, висока наукова кваліфікація і зацікавленість викладача, стимулювання, високий ідейно-теоретичний рівень [2, С. 159].

Діяльність студентських наукових гуртків сприяє оволодінню спеціальністю, розширенню теоретичного кругозору і наукової ерудиції майбутніх спеціалістів, ознайомленню студентів зі станом розроблення наукових проблем у різних галузях науки, техніки, культури, формуванню здібностей застосовувати теоретичні знання в практичній діяльності, прищепленню студентам навичок ведення наукових дискусій тощо.

Починаючи з 2004 року на кафедрі туризму Львівського національного університету активно функціонують три студентських наукових гуртка: «Туристичне крезнавство», «Активний туризм», «Туристично-екскурсійний». Зважаючи на добровільну основу перебування в наукових гуртках, кількість їхніх учасників становить 15-20% від загальної кількості студентів напряму «Туризм». Науковий гурток «Активний туризм» найбільше охоплює студентів 1-3 курсів. Членами гуртка можуть бути студенти кафедри туризму, географічного факультету, всього навчального закладу.

Головний напрям роботи гуртка «Активний туризм» передбачає теоретичні і практичні заняття з використанням ресурсів лабораторії «Навчальна туристична агенція», а також організацію та проходження пішохідних, велосипедних і водних туристичних маршрутів від найпростіших одноденних до найскладніших. Значною зацікавленістю характеризуються зустрічі з учасниками категорійних походів, експедицій, представниками громадських організацій.

На організаційних зборах за вибором студентів розподіляють теми доповідей, ознайомлюють їх з переліком літературних джерел, пропонують узгодити план роботи. Керівник наукового гуртка повинен спостерігати за усіма студентами, допомагати їм у реалізації обраних тем. Заслуховування доповідей здійснюється за заздалегідь складеним графіком. На одному засіданні гуртка заслуховують не більше двох виступів, що зумовлюється важкістю сприйняття значного обсягу інформації. Доповіді вважаються змістовними і цікавими, якщо викликають обговорення. Найкращі виступи оформлюються у вигляді тез чи статей.

За останні дванадцять років проведено польові дослідження в межах Українських Карпат (Сколівські Бескиди, Горгани, Свидовецький, Чорногірський та Мармароський масиви), Розточчя, Полісся, Подільських Товтр. З метою встановлення особливостей організації туристичних

походів за різних погодних умов, дослідження проводилися в усі пори року (Таблиця).

В зимовий період учасники походів отримують практичні навички з організації ночівель та харчування за від'ємних температур; особливостей пересування розчленованим рельєфом. Значна увага зосереджується також на вивченні лавинної небезпеки досліджуваної території. За сприятливих погодних умов виділяється час на спорудження іглу з подальшим облаштуванням ночівлі.

У підготовчий період учасники походу встановлюють особливості орієнтування за допомогою GPS-навігатора та компаса; опрацьовують наявний картографічний матеріал; вивчають засоби та способи профілактики переохолодження та обмороження, надання першої допомоги потерпілому в умовах зимового гірського походу.

В зимовий період за наявності снігового покриву організовуються виїзди на гірськолижні курорти з метою проведення дослідження інфраструктури, та ознайомлення з особливостями гірськолижного відпочинку. За останні десять років учасниками гуртка було відвідано: гірськолижний курорт Буковель (12 разів), Славське (3), Пилипець (3), Драгобрат (2).

Проведено ґрунтовні дослідження з організації водного туризму гірськими (Черемош, Прут, Чорна Тиса) і рівнинними (басейн р. Прип'ять, Дністер). Гірськими річками проведено чотири одноденні походи протяжністю 15-30 км. Протяжність маршрутів рівнинними річками становила до 300 км. Для водних маршрутів обирались наступні плавзасоби – байдарки (каркасні та надувні), катамарани (4-8 місні), плоти (дерев'яні з надувними елементами).

Таблиця

Характеристика окремих пішохідних походів

№ за/п	Гірський масив / хребет / вершини	Час проведення, рік, місяць	Кількість днів / км	Несприятливі погодні умови	К-ть осіб
1.	Чорногірський (Піп-Іван, Бребенескул, Ребра)	2016, травень	3 / 40	Сніг, низька видимість, від'ємна температура, шквальний вітер	14
2.	Чорногірський / Кукул	2015, лютий	3 / 15	Сніг, від'ємна температура, шквальний вітер	5
3	Мармароський (Піп Іван, Берлибашка)	2013, травень	3 / 45	Сніг, від'ємна температура, низька видимість, шквальний вітер	15

4	Чорногірський (Ребра, Бребенескул, Піп-Іван)	2012, вересень	3 / 40	Сніг, від'ємна температура, шквальний вітер	7
5	Свидовецький (Близниця, Трояска)	2008, липень	3 / 45	Долання водних перешкод в умовах паводку. Відсутність мостів, доріг	5
6	Горгани (Хом'як, Синяк, М. Горган, Довбушанка)	2007, липень	4 / 75	-	6
7.	Чорногірський (Піп-Іван, Бребенескул, Ребра, Говерла)	2005, липень	4 / 45	Грози, зливові дощі, низька видимість	12

З метою встановлення особливостей організації спелеотуризму було проведено багаторазові походи печерами Подільсько-Буковинської карстової області (Оптимістична, Млинки, Атлантида). Налагоджено співпрацю з громадськими організаціями в контексті спелеотуризму.

Головним досягненням у велотуризмі вважається одноосібний велопохід учасника гуртка «Активний туризм» С. Лазора протяжністю 2100км за 16 днів. Даний похід пролягав від крайньої західної до східної точки України.

За час існування гуртка «Активний туризм» підтвердилось твердження науковців [1, 2] про добровільність участі у наукових гуртках. Організація роботи гуртка з активного туризму неможлива без повноцінного забезпечення кафедри (факультету) сучасним туристичним спорядженням. За умов організації походів необхідно звертати увагу на фізичний стан учасників, комплектування груп відповідним спорядженням, продуктами харчування.

Список використаних джерел:

1. Марцин В.С., Міценко Н.Г., Даниленко О.А. та ін. Основи наукових досліджень Навчальний посібник. – Л.: Ромус-Поліграф, 2002. – 128 с.
2. Фіцула М. М. Педагогіка вищої школи : Навч. посіб. / М. М. Фіцула. - К. : Академвидав, 2006. - 352 с.

ОБ'ЄКТИ ТУРИСТИЧНОГО ІНТЕРЕСУ В МІСТАХ НА ПРИКЛАДІ ВУЛИЦІ П. ДОРОШЕНКА МІСТА ЛЬВОВА

Оксана Гаталяк, Наталія Ганич

*Львівський національний університет імені Івана Франка,
Львів, Україна*

Туризм в містах – один з найдинамічніших видів туризму. Міста є надзвичайно складним соціальним організмом, економіко-географічним, архітектурним, інженерно-будівельним, культурним комплексом.

Важливою особливістю міського туризму є можливість задоволення потреб людини у вивченні міської ідентичності, ознайомленні з історико-культурними пам'ятками, здобутками історії і культури минулого та сучасними архітектурними та техногенними шедеврами, тобто використання туристичних ресурсів та об'єктів міста для подальшої перспективи одержання туристом об'єктивної інформації, позитивних емоцій.

Під об'єктами туристичного інтересу в містах розуміють визначні пам'ятки, природні об'єкти і природно-кліматичні зони, соціально-культурні об'єкти показу тощо, спроможні задовольнити потреби туриста під час туристичної подорожі та споживанні туристичних послуг.

Характерними рисами об'єктів туристичного інтересу в містах є:

- здатність привертати увагу;
- певна відомість для туристів;
- розташування в доступних для відвідування місцях;
- наявність поблизу туристичної інфраструктури.

За останні роки м. Львів демонструє найвищі темпи зростання числа туристів серед українських міст. Важливо розширити туристичні межі міста і розвантажити його центральну частину. Слід розвивати нові туристичні маршрути, які насичені об'єктами туристичного інтересу і розташовані неподалік від центру Львова. Прикладом може стати вулиця Петра Дорошенка, яка з'єднує проспект Свободи і вулицю Степана Бандери та є транспортною магістраллю. Тут налічується 29 пам'яток архітектури місцевого значення (табл.).

Вулиця виникла на місці дороги, яка з'єднувала середмістя і маєток бургомистра Львова початку XVII ст Еразма Сикста. Протягом тривалого часу існування її назва змінювалась п'ять разів: Сикстутська (до 1938 р.), Оборони Львова (1938 – 1940 рр.), Жовтнева (1940, 1944 – 1992 рр.), Сикстусштрассе (1941 – 1944 рр.), Петра Дорошенка (з 1992 р.)

Загальна характеристика об'єктів туристичного інтересу
вул. Петра Дорошенка м. Львова

Найменування	Опис	Статус
Будинок № 6	Кам'яниця в стилі бідермаєр, в'їзд до проїзду Крива Липа (колишній пасаж Гаусмана)	Пам'ятка архітектури місцевого значення
Будинок № 9	Кам'яниця в стилі сецесія за проектом Альфреда Захаревича у 1899 – 1900 рр. Один з перших зразків цього стилю у Львові.	Пам'ятка архітектури місцевого значення
Будинок № 11	Кам'яниця 1898 р. за проектом Карела Боубліка. «Дім Шопена». Це було не лише виразом уподобань власників кам'яниці, але й своєрідною рекламою фірми фортепіано та музичних інструментів.	Пам'ятка архітектури місцевого значення
Будинок № 15	Кам'яниця в стилі сецесія 1906 – 1907 рр. за проектом Зигмунда Кендзерського. На першому поверсі містилась кав'ярня «Сан-Сусі»	Пам'ятка архітектури місцевого значення
Будинок № 19	Кам'яниця в стилі необарокко за проектом Володимира Підгородецького для банкіра Едварда Ландау. Скульптор Петро Війтович виконав на фасаді будинку шість скульптур. Це алегоричні зображення «Війни», «Миру», «Науки», «Мистецтва», «Праці» і «Торгівлі».	Пам'ятка архітектури місцевого значення
Будинок № 20	Кам'яниця колишнього готелю «Народна гостинниця» 1904 – 1906 рр. в стилі сецесія за проектом Тадея Обмінського	
Будинок № 26	Споруда колишньої «Польської авіаційної телефонної спілки» 1926 р. в стилі арт деко за проектом Євгена Червінського. Тут і сьогодні розміщена телефона автоматична станція.	Пам'ятка архітектури місцевого значення
Будинок № 37	Будинок споруджений у 1892 – 1894 рр. За проектом Яна Томаша Кудельського для Леопольда Бачевського. У будинку	

	діяли представництва корабельних компаній, редакція часопису «Схід», Крім того тут жив архітектор Зигмунд Горголевський.	
Будинок № 39	Споруда головної пошти споруджена у 1886-1889 рр. За проектом Сидвестра Гавришкевича та Франца Зеца	
Будинок № 41	Споруда Греко-католицької духовної семінарії збудована 1889 р. за проектом Сильвестра Гавришкевича. У каплиці семінарії в 1927–1939 рр. був Святодухівський іконостас пензля Петра Холодного. У 1975 р. з головного корпусу університету туди переведено географічний факультет Львівського національного університету імені Івана Франка.	Пам'ятка архітектури місцевого значення
Будинок № 47	Будинок колишньої жіночої школи ім. М. Шашкевича, 1936 р.	Пам'ятка архітектури місцевого значення
Будинок № 52	Будинок президента Львова Станіслава Островського. За професією був лікарем, доцентом медичного факультету Львівського університету	
Будинок № 73	Колишня вілла у неороманському стилі журналіста Людвіка Масловського. Пізніше належала графині Марії Фредро	Пам'ятка архітектури місцевого значення
Будинок № 77	Будинок споруджений 1911 р. у стилі раціональної постсецесії за проектом Збігнева Броховича-Левінського. Тут жив відомий львівський архітектор Тадеуш Обмінський (1874-1932 рр.), професор і деякий час ректор Львівської політехніки. Тепер тут розташоване Львівське обласне управління юстиції.	

До об'єктів туристичного інтересу належать також пам'ятники та пам'ятні місця. У подвір'ї географічного факультету Львівського національного університету імені Івана Франка встановлено єдиний у світі пам'ятник наплічнику, а також пам'ятні таблиці присвячені фундатору національної землезнавчої науки, картографії та географічної освіти

академіку Степану Рудницькому, українському історику, географу, громадській та військовій діячці, чотарю Української Галицької Армії Олені Степанів, першому українцю - доктору філософії з географії Григорію Величку. На будинку № 50 встановлено меморіальну дошку на честь розвідниці ОУН Марти Чорної-Медєї, яка мешкала в ньому в 1941 – 1943 рр.

До об'єктів туристичного інтересу слід також віднести і скульптури, бюсти, барельєфи відомих суспільних діячів. Таке оздоблення будинків було характерним для вулиці П. Дорошенка. Так, бюст Шопена прикрашає будинок № 11. Обираючи для декорування будинку зображення певної культурно-історичної особи, архітектори таким чином робили підказку щодо призначення будівлі, адже увіковічнювали найталановитіших представників відповідного фаху.

Серед відомих осіб, які мешкали на вулиці П. Дорошенка - довоєнний президент Львова Станіслав Островський, український громадський діяч, адвокат Степан Федак, львівські архітектори Тадеуш Обмінський, Зигмунд Горголевський, розвідниця ОУН Марта Чорна-Медєя тощо.

Впровадження екскурсійних програм неподалік від центру дозволить розподілити туристичне навантаження на громадський простір м. Львова, допоможе регулювати туристичні потоки у місті, сприятиме збереженню пам'яток архітектури, історії, культури та ландшафту міста, викликатиме інтерес до багатьох туристично привабливих об'єктів.

Список використаних джерел:

1. Глибовець В.Л. Підходи до вивчення міст як центрів туризму / В.Л. Глибовець // Науковий часопис національного педагогічного університету імені М.П. Драгоманова. Географія і сучасність. – 2009. – № 20. – С. 146–151.
2. Лемко І. 1243 вулиці Львова / І. Лемко, В. Михалик, Г. Бегляров. – «Апріорі», 2009. – 528 с.
3. Мельник І. В. Львівські вулиці і кам'яниці, мури, закамарки, передмістя та інші особливості Королівського столичного міста Галичини / І. В.Мельник. – Львів : Центр Європи, 2008. – 384 с.
4. Туризм і місто: досвід, проблеми та перспективи: монографія / за заг. ред. І. М. Писаревського; Харк. нац. акад. міськ. госп-ва. – Х.: ХНАМГ, 2011. – 284 с.
5. Lwów. Ilustrowany przewodnik. – Lwów: Centrum Europy. – Wrocław: Via Nova, 2001. – S. 105.

ЄВРОПЕЙСЬКИЙ ТА УКРАЇНСЬКИЙ ДОСВІД РОЗВИТКУ КЕМПІНГУ

Тетяна Герасим

*Львівський національний університет імені Івана Франка,
Львів, Україна*

У сучасних реаліях економічної кризи в Україні все більше стає популярним внутрішній туризм. На це є багато причин, найголовніша з яких — фінансові можливості українців. Для розвитку туризму в Україні є низка сприятливих факторів: фізико-географічне розташування, наявність морів (Чорне та Азовське), гірських хребтів (Карпати), велика кількість природно-заповідних територій та історико-культурних пам'яток місцевого та світового значення по всій країні. Та, незважаючи на перелічені переваги розвитку туризму в Україні, інфраструктура розміщення залишається слабкою стороною. По-перше, більшість готельно-курортних закладів не відповідають європейським стандартам. Дуже часто вони функціонують на протязі десятків років без косметичних ремонтів та реконструкцій, матеріально-технічна база застаріла та потребує оновлення. Зупинившись в такому закладі, потрапляєш в епоху "Радянського Союзу". З іншої сторони, переобладнані та сучасні заклади розміщення дивують своїми європейськими цінами, і тим самим ставлять перед вибором українців, адже за однакові гроші можна відпочити на фешенебельних курортах Туреччини, Болгарії, Єгипту тощо.

Проблему високих цін на туристські готелі з усіма зручностями в Україні можна вирішити завдяки створенню мережі сучасних кемпінгів як у природно-заповідних зонах, так і у приміських зонах, неподалік великих міст, які багаті на історико-культурні пам'ятки. Перевагою такого відпочинку є доступність у відношенні ціни. Сучасний кемпінг у Європейських країнах відрізняється від стереотипних уявлень багатьох українців.

Кемпінг — сезонний заклад для авто-, мото-, велотуристів з палатками або будинками легкого типу і спеціальними місцями для стоянки і зберігання автомобілів. [1] Кемпінг, зазвичай, обладнаний водопроводом, плитами для приготування їжі, має магазин, пошту, телефон, медпункт та ін. Кемпінг створюється для попередження самовільної організації стоянок туристів на природі і планового регулювання таких закладів. Відмінною рисою кемпінгів є самообслуговування туристів.[1] Постійними спорудами є адміністративне приміщення з пунктом прокату устаткування і побутових

предметів, спальні павільйони з кімнатами на 2-4 особи, кухня, душові, вмивальні та туалети, естакади для огляду і миття автомобілів. Деякі кемпінги входять до складу цілорічних багатопрофільних туристичних готелів, турбаз. Кемпінги споруджуються, як правило, в передмістях, на трасах популярних туристичних маршрутів, у зелених зонах, курортних районах, туристичних центрах. Площа ділянки кемпінгу визначається з розрахунку 100 —120 м² на одного туриста. [2]

Якщо для українців система проживання у кемпінгах наразі в дивину, то європейці давно почали відмовлятися від тісних готельних номерів, обираючи свіже повітря та гарні замські пейзажі. І недаремно, адже це — гарний спосіб не тільки економно провести свою відпустку, але й отримати порцію здоров'я, чистого повітря і духу авантюризму.[2]

Кемпінг — це не просто територія для наметів і фургонів. Це повноцінна, добре організована система для комфортного проживання людей. На території є всі необхідні умови: місця для приготування їжі, туалети і душі, електрика і навіть розваги.

Сучасний кемпінг в Європі дивує своєю функціональністю. Кемпінг — це місце відпочину, де літні канікули можуть бути зручними і — найголовніше — доступним. Хороша санітарія, наявність необхідної інфраструктури манить туристів, які втомились від буденщини і хочуть нових відкриттів. А якщо до цього ще додати унікальне розташування — на березі Чорного чи Азовського морів, або в Карпатському лісі, чи на узбережжі Шацьких озер, відпочинок точно буде незабутнім. [3]

Нині в Україні, за словами експертів, налічується не більше десятка облаштованих кемпінгів, все інше, що гордо носить цю назву – не більше, ніж майданчики для стоянки автомобілів, які, на жаль, не можуть забезпечити автотуриста навіть елементарними умовами проживання. [4]

Ще недавно кемпінги не мали жодної популярності, а автомандрівники навіть обурювалися, що мають платити за стоянку, якщо є можливість зупинитися де завгодно й організувати ночівлю, розбивши намет. У багатьох, поняття кемпінг, досі асоціюється з так званім «диким» туризмом – на природі без належних умов.

Сучасні кемпінги потроху ламають сталі стереотипи, пропонуючи караванерам та кемперам:

- безпеку;
- паркування;
- комфорт;
- можливість вибору місця проживання (літній бунгало, всесезонний будинок, намет, своє власне «житло» – причіпний

будиночок на колесах чи кемпер на основі мікроавтобуса).

Кемпінг – це спеціально відведена огорожена територія, що охороняється. Заїжджаючи сюди, можна розраховувати на доступ до елементарних благ цивілізації: душу, загальної кухні, електроструму.[4]

Оселяючись у літньому будиночку, всесезонній споруді обладнаній для розміщення чи розраховуючи на місце для намету, турист не лише платить різну суму, а й отримує місце тимчасового проживання на різних умовах: подорожуючи з наметом, не переймається питанням бронювання – на території кемпінгу, як правило, завжди можна знайти куточок для того, щоб поставити тимчасове житло. А коли ви розраховуєте на будиночок, то бронювання обов'язкове.

Дорогі кемпінги, крім найнеобхіднішого, можуть запропонувати туристам ще й послуги торгових точок, ресторанів, басейни, дитячі майданчики. Але часто додатковий сервіс треба оплачувати окремо і він не є обов'язковим. Турист в праві самостійно вирішувати, що з додаткових зручностей є для нього потрібним.

Середня ж ціна стандартного українського кемпінгу коливається від 80 до 200 грн. за добу з особи. Та не завжди місце, яке називають кемпінгом в Україні, відповідає навіть елементарним умовам для розміщення, тому слід бути уважним при виборі, щоб не натрапити на шахраїв.

Попри все, у різних куточках України, де розташовані найпопулярніші курортні зони, можна натрапити й на доволі пристойні кемпінги, що повністю виправдовують свою назву та сутність, та, на жаль, таких є одиниці. Одні з найпопулярніших – це кемпінг «Пролісок», м. Київ, Святошинський район (знаходиться в межах міста), «Кльове місце» в районі курорту Затока, Одеська обл. та кемпінг «Над водоспадом» у Шешорах в українських Карпатах, входить до складу національного парку «Гуцульщина». [4]

Європейський досвід показує, що кемпінги широко користуються популярністю серед туристів різного достатку. Такий вид розміщення підходить не лише бюджетним туристам, а й приваблює туристів з високими доходами, які бажають подорожувати на власному трейлері задля відчуття екстриму та зближення з природою.

У Польщі діє спеціальна "Польська федерація кемпінгу та караванінгу" [5], яка має свій сайт на якому міститься уся необхідна інформація про кемпінги по всій території Польщі. Така організація не лише допомагає туристу з вибором, а також працює як реклама. Ще одна функція федерації - контроль діяльності та сумлінності надання послуг у кемпінгах. Туристи мають змогу залишати на сайті свої відгуки, враження та рекомендації.

Також для зручності розроблено сайт campingeurope.com. Тут зібрано величезну кількість кемпінгів з усієї Європи. На сайті є зручна інтерактивна карта, завдяки якій можна швидко і легко відшукати потрібну країну, місто чи місцевість. Ціни, умови і фото також присутні. Для мобільних розроблено спеціальні додатки, наприклад, Archies Camping Guide. Підійде для людей, які не планують маршрут подорожі і зупиняються десь по дорозі.

Отже, поширення кемпінгу, як сучасного засобу розміщення, є перспективним для України, особливо в економічних умовах, які зараз склались в нашій державі. Є усі необхідні умови для цього. Можна перебрати досвід наших побратимів з Польщі чи будь-якої європейської держави. Все що потрібно – інвестиції та бажання надавати якісні послуги з гостинності, а також постійне оновлення та вдосконалення спеціально обладнаних для кемпінгу територій.

Список використаних джерел:

1. Енциклопедичний словник-довідник з туризму : 1300 туризмологічних понять / В.А. Смолій, В.К. Федорченко, В.І. Цибух – Київ : Слово, 2006 . – 370 с.
2. Кемпінги в Європі - [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://travelyourway.com.ua/ua/planirovanie-samostoyatelnyh-puteshestvij/komfortnoe-prozhivanie/kempingi-v-evrope/>
3. Nowoczesne kempingi w Polsce i Europie: zalety wakacji na campingu - [Електронний ресурс] Режим доступу: http://wformie24.poradnikzdrowie.pl/rekreacja/nowoczesne-kempingi-w-polsce-i-europie-zalety-wakacji-na-campingu_37739.html
4. Навколо світу. Кемпінги в Україні: пережиток «дикого» відпочинку, чи сучасна зона комфорту? - [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://navkolosvitu.net.ua/ukraine-camping/>
5. Польська федерація кемпінгу та караванінгу - [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://www.pfcc.eu/>

ФОРМУВАННЯ ФІНАНСОВОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ

Оксана Гнаткович

*Львівський інститут економіки і туризму,
Львів, Україна*

Сьогодні загально визнаним фактом є віднесення туристичної діяльності до найбільш швидко прогресуючих галузей світового господарства, що за даними різних авторів, забезпечує від 10 до 15 % світового валового продукту. В порівнянні з іншими видами підприємницької діяльності, туристичний бізнес вигідно відрізняється такими ознаками, як відносно невеликим стартовим капіталом, низьким рівнем капіталомісткості послуг, коротким терміном окупності капіталу, постійним зростанням попиту на туристичні послуги, відносно високим рівнем рентабельності затрат. Вказуючи прискорені темпи розвитку туризму, Д. Прейгер та І. Малярчук прогнозують, що у 2020 р. доходи від готельно-туристичних послуг досягнуть 2 трлн. дол. проти 445 млн. дол. у 1998 р.

Поряд з тим, що туризм суттєво впливає на зростання світового валового продукту, він є вагомим джерелом створення робочих місць, і за прогнозами, впродовж наступних років у світі створюватимуться 2500 нових робочих місць щодня. Характерною особливістю туризму, на відміну від інших галузей економіки, є те, що впровадження нових технологій не призводить до скорочення працюючого персоналу. Ще однією важливою особливістю туризму є те, що туризм можна розвивати і в період економічних криз, що має важливе значення як для країн Східної Європи, так і для України.

На світовому ринку туристичних послуг Україна має всі об'єктивні передумови зайняти одне із провідних місць завдяки: особливостям географічного положення, сприятливого клімату, мінімальної кількості кліматичних катаклізмів, великої кількості історико-культурних пам'яток та багатого туристично-рекреаційного потенціалу. В той же час, на думку багатьох авторів, Україна вкрай незадовільно використовує свої потенційні можливості для розвитку туризму. Проблемою є і недосконала система фінансового забезпечення функціонування туристичної галузі в Україні.

В системі фінансового забезпечення туристичної галузі доцільно застосувати фактично нову і в той же час надзвичайно ефективну

концепцію вирішення цього питання на принципах першочергового подолання туристичної бідності населення. Адже 45 – 46 мільйонна чисельність населення України є найбільш могутнім інвестиційним джерелом і в той же час не вимагає додаткових затрат по забезпеченню кредитних процесів, що може бути за умов надання позик чи іноземних інвестицій. Лише у випадку коли кожен житель держави вкладе в туристичну галузь по одній гривні, загальна сума складатиме 45 - 46 млн. грн.

Туристичну бідність можна тратувати як відсутність в особистості можливості знати та володіти інформаційно-кваліфікованими параметрами про туристичний продукт та матеріальних ресурсів доступу до нього. Туристична бідність формується під впливом цілого ряду факторів (рис. 1).

Подолання туристичної бідності є основоположною базою фінансового забезпечення туристичної галузі. Алгоритмічна модель бідності включає блок факторів причин бідності, шляхів її подолання та соціально-економічних наслідків, зокрема активізацію внутрішнього ринку та оздоровлення системи фінансового забезпечення туристичної галузі. Значну роль у цій моделі повинна відігравати держава, адже проблема фінансового забезпечення туристичної галузі є досить актуальною, оскільки розвиток туризму стимулює інші галузі економіки, і сприяє авторитету держави на міжнародному рівні.



Рис.1. Рейтингова оцінка факторів туристичної бідності

Фінансові інструменти, що забезпечують розвиток туристичної галузі, які варто використовувати в Україні, включають: 1) бюджетне

фінансування програм розвитку туризму, лізинг; 2) кредитування (надання кредитів на пільгових умовах для фінансування туристичних об'єктів; зниження процентних ставок банківського кредитування); 3) податкові пільги (звільнення від частини податків) під конкретні проекти, оптимізація кількості, зменшення ставок податків і зборів, зменшення податкового тиску на суб'єкти туристичної діяльності, надання податкових канікул тощо; 4) субсидювання – безповоротне надання коштів для покриття витрат, збільшення прибутків; 5) підтримка підприємств банками, страховими компаніями, корпораціями та ін.

Фінансування передбачає залучення коштів в першу чергу в розвиток сучасної туристичної інфраструктури, внутрішнього та соціального туризму. Фінансове забезпечення повинно стати основою державної туристичної політики та сприяти розвитку економічного потенціалу країни.

Список використаних джерел:

1. Бартошук О.В. Моделі розвитку індустрії туризму (зарубіжний досвід) // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.nbuv.gov.ua>
2. Давидова О.Г. Моделі державного регулювання розвитку туристичної діяльності: світовий досвід // Електронне науково фахове видання «Ефективна економіка» [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua>
3. Дядечко Л.П. Економіка туристичного бізнесу // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://tourlib.net/books_ukr/dyadechko13.htm
4. Захарчук С. Фінансово-економічні проблеми функціонування туристичної галузі // Економіка. Управління. Інвестиції. Електронне науково-фахове видання. – 2010. - №1(3)
5. Сагалакова Н.О. Особливості формування ціни на туристичний продукт / Н.О.Сагалакова // Вісник Кам'янець-Подільського національного у-ту ім. І.Огієнка. Економічні науки. Випуск 9. – Кам'янець-Подільський: ФОП Сисин Я.І., 2014. – 392 с.

ОСОБЛИВОСТІ МАРКЕТИНГУ ДЕСТИНАЦІЙ НА РІЗНИХ ЕТАПАХ СПОЖИВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ

Костянтин Горб

*Університет митної справи та фінансів
Дніпро, Україна*

Споживання туристичного продукту як системи товарів та послуг, що реалізуються в процесі підготовки та здійснення туристичної подорожі, відбувається із широким залученням дестинацій. У процесі придбання та використання туристичного продукту споживач, як правило, насамперед обирає місце та напрям подорожі (дестинацію), а вже потім вдосконалює мету поїздки, ціну та рівень комфорту тощо залежно від власних можливостей. У науковій туризмологічній літературі теорія дестинації, теорія турпродукту і теорія споживання розглядаються в основному відокремлено одна від одної, головним чином без співставлень і пошуку залежностей.

Поняття туристичного продукту (турпродукту) є надзвичайно багатоаспектним, що зумовлює великий спектр підходів до його трактування, систематизації та диференціації. Заслугове на увагу виокремлення турпродукту-предмету (товару), турпродукту-події, турпродукту-послуги, турпродукту-заходу, турпродукту-об'єкта, турпродукту-маршруту та турпродукту-місця [3]. Цей поділ яскраво демонструє географічну сутність турпродукту, його «дестинаційність», оскільки окремі послуги та товари в туризмі неможливо розглядати без відвідування конкретних місць з конкретною метою.

Поняття туристичної дестинації в цілому включає як напрям та місце подорожі, так і мету його відвідування. При цьому важливість конкретних цілей подорожі та місць призначення може бути різною, у зв'язку з чим можна виділити три рівні дестинаційності турпродукту та запропонувати поняття турпродукту-дестинації, під яким варто розуміти комплекс послуг та товарів, що виробляються і споживаються у певній послідовності під час підготовки та здійснення туристичної подорожі, який орієнтований на реалізацію конкретної мети в конкретному місці (місцях) (табл. 1). Виходячи з даного визначення та розвиваючи теорію В. К. Кіптенко щодо різнорівневості турпродукту від простого (базового) до складного (організаційно та просторово інтегрованого) [3, с. 23-24], можна зазначити, що турпродукт-дестинація являє собою вищий рівень інтегрованості послуг, товарів, цілей та місць відвідування в одній

туристичній подорожі, з пріоритетом територіального компоненту в даній інтегрованій системі.

Поняття турпродукту-дестинації важливо насамперед з маркетингової точки зору, зокрема, для його популяризації та просування з метою збільшення міри залучення до загального туристичного процесу. Формування маркетингової політики відвідування туристичних дестинацій важливо як для більш повного задоволення туристичних потреб споживачів та розвитку підприємств – організаторів туризму, так і для соціально-економічного розвитку конкретних місцевостей, регіонів, країн [4]. Складність маркетингу окресленої «дестинацієцентричної» моделі турпродукту, з нашої точки зору, полягає у двох основних аспектах.

По-перше, об'єктивно є необхідність узгоджених дій найрізноманітніших суб'єктів (підприємств, установ, інституцій) – популяризаторів відвідування однієї конкретної місцевості. Серед таких суб'єктів маркетингового процесу турпродукту-дестинації мають виступати як численні організації, розташовані в «дестинаційній» місцевості (включаючи органи місцевої влади), які можуть узгоджено діяти в тому числі і на засадах державно-приватного партнерства [17], так і всі установи та підприємства в системі збутового ланцюга – місцеві виробники окремих послуг (готелі, музеї та ін.), рецептивні туроператори, та віддалені від дестинації ініціативні туроператори, турагенства тощо. При цьому проблемним залишається виділення конкретного органу (інституції), який виступав би координатором та регулятором таких дій. На нашу думку, можна говорити про маркетингову кооперацію різних суб'єктів просування на ринок турпродукту-дестинації.

По-друге, складним є і процес споживання турпродукту-дестинації. Очевидно, що в процесі підготовки та реалізації туристичної подорожі майбутній споживач піддається різним факторам та джерелам зовнішнього впливу, у підсумку чого, поряд з власними обґрунтуваннями, він приймає ті чи інші рішення про купівлю. При цьому на кожному етапі такого споживання суб'єкти маркетингу мають застосовувати різні маркетингові прийоми та методи, робити акценти на популяризацію різних аспектів та сторін турпродукту-дестинації. Слід детальніше зупинитися на самому такому споживчому процесі.

Таким чином, споживання турпродукту-дестинації є складним послідовним багатоетапним процесом, диференційованим за характером уявлень про відповідну місцевість та за характером маркетингових дій, головним чином – комунікаційних заходів, щодо її відвідування. При

цьому на кожному етапі суб'єкти-популяризатори повинні зважати на те, які саме варіанти споживач потенційно може висувати для аналізу з метою обрання кращого, і підкреслювати переваги саме даного турпродукту-дестинації у порівнянні з продуктами конкурентів.

На етапах 1-3 у якості конкурентів можуть виступати інші території з аналогічними властивостями і туристичними можливостями, на етапах 4-6 – інші організатори подорожей, на етапі 7 – інші заклади відвідуваної місцевості по наданню послуг у сфері розваг, екскурсій, спа-процедур, продажу сувенірів, прокату спорядження тощо, на етапах 8-9 – усі згадані види суб'єктів. В цілому маркетингові дії під час даного «каскаду» («циклу») споживання також потребують певного узгодження.

Таблиця 1

Рівні дестинаційності туристичного продукту

Рівень дестинаційності	Ступінь конкретизації мети подорожі	Ступінь конкретизації місця та напрямку подорожі
Низький	Загальне психологічне та фізичне розвантаження, підвищення тону	Важливий сам факт подорожі, відволікання від повсякденності, безвідносно місця призначення
Середній	Загальна цільова установка подорожі – оздоровлення, лікування, екскурсії, відвідування певної події тощо	Відвідування місцевості певного типу (морське узбережжя, гори, історичний центр тощо)
Високий	Реалізувати конкретну мету (наприклад, лікування нирок) в конкретному місці (наприклад, на курорті Трускавець)	

В наукових роботах, присвячених споживанню туристичного продукту, зазвичай виділяється три етапи процесу споживання – підготовка до подорожі, її реалізація, підведення підсумків. Наявні також і «періодизації» з більшою кількістю етапів – від п'яти до дванадцяти. На наш погляд, процес споживання турпродукту-дестинації та його етапи мають являти собою трансформацію уявлень споживача про певну місцевість, починаючи з першого «заочного» знайомства з нею із зовнішніх джерел і закінчуючи приємними спогадами про її відвідування. Така модель розширеного процесу споживання представлена в таблиці 2, де зазначено назви та загальну сутність кожного з дев'яти виділених нами етапів, а також особливості популяризації дестинації на кожному з етапів.

Етапи споживання турпродукту-дестинації

Етап	Сутність етапу	Особливості популяризації турпродукту-дестинації
1. «Дестинація-образ»	Перші уявлення про місцевість	Загальне інформування про місцевість та її туристичні можливості
2. «Дестинація-мрія»	Поява перших бажань відвідати місцевість	Інформування про переваги та позитивні сторони місцевості, про унікальність її властивостей тощо
3. «Дестинація-ідея»	Усвідомлення можливості відвідати місцевість	
4. «Дестинація-намір»	Оцінка варіантів можливого відвідування місцевості	Переконання у зручності та перевагах саме даного варіанту відвідування, в даний сезон року і за даною програмою
5. «Дестинація-план»	Визначення терміну та обсягу коштів на відвідування місцевості, аналіз наявних пропозицій – турів та туроператорів	
6. «Турпродукт-дестинація-підготовка»	Обрання туроператора, турагенства, купівля туру	Переконання у перевагах пропозиції даного туроператора та турагенства
7. «Турпродукт-дестинація-втілення (реалізація)»	Здійснення подорожі	Пропаганда купівлі додаткових послуг та продуктів під час подорожі
8. «Турпродукт-дестинація-підсумки»	Оцінка здійсненої подорожі, обговорення вражень у колах знайомих	Нагадування про місцевість, інформування про нові її туристичні можливості, агітація повторного відвідування
9. «Турпродукт-дестинація-спогади»	Формулювання остаточних висновків та періодичне згадування про подорож і відвідану місцевість	

В цілому придбання туристичного продукту суттєво відрізняється від купівлі повсякденних товарів і послуг. Воно забирає набагато більше часу

і вимагає прискіпливішого вибору, особливо якщо купівля путівки становить значну частку доходу. Виходячи з таких особливостей туризму суб'єктам маркетингової діяльності слід ретельніше продумувати дії, що спрямовуються на розвиток у відвідувача мотивацій обрати дестинацію та придбати туристичний продукт. Тому розроблена нами модель маркетингу туристичних дестинацій на базі диференційованого в часовому вимірі процесу споживання туристичного продукту має певне прикладне значення. Скоординована (кооперована) маркетингова політика турпродуктів-дестинацій повинна підвищити результативність роботи усіх суб'єктів маркетингової діяльності, що популяризують дестинацію, покращити якість обслуговування та рівень задоволення потреб споживачів, сприяти розвитку туристичних місцевостей.

Список використаних джерел:

1. Бобрицька Н. Маркетинг в управлінні туристичними дестинаціями // Маркетинг в Україні. – 2014. – № 4 (85). – С. 39-47.
2. Божук Т. І. Рекреаційно-туристичні дестинації: теорія, методологія, практика. Автореф. дис. на здобуття вч. ступеня докт. геогр. наук: спец. 11.00.11 – конструктивна географія і раціональне використання природних ресурсів. – Львівський національний університет імені Івана Франка. – Львів, 2014. – 40 с.
3. Кіптенко В. К. Менеджмент туризму: підручник / В. К. Кіптенко. – К.: Знання, 2010. – 502 с.
4. Горб К. М. Туристичні дестинації у системі міжнародної маркетингової діяльності // Вісник Львівського університету. Серія географічна. – 2012. – Вип. 41. – Ч. 2. – С. 43–55.

ЛКУВАЛЬНО-ОЗДОРОВЧИЙ ТУРИЗМ У СИСТЕМІ РЕКРЕАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ТА ОСОБЛИВОСТІ ЙОГО ТЕРИТОРІАЛЬНОЇ ОРГАНІЗАЦІЇ

Марія Горун, Оксана Дзяна, Юлія Кітнік

*Хмельницький кооперативний торговельно-економічний інститут,
Хмельницький, Україна*

У складній системі рекреаційної діяльності виділяють види туризму за мотивацією туристичної подорожі. Серед них важливе місце посідає туризм, у процесі якого здійснюється відпочинок і оздоровлення людей.

Відомий український учений у галузі туризму М. Крачило називає його курортно-лікувальним [3, с. 37].

Відповідно до мотивації рекреаційної діяльності – фізичного відновлення людини – вважаємо за правильне використовувати поняття «лікувально-оздоровчий туризм». У його структурі можна виділити такі види рекреаційної діяльності: лікувальна, лікувально-курортна, відпочинково-оздоровлювальна, спортивно-оздоровча та ін.

Лікувально-оздоровчий туризм – це різновид як індивідуального, так і групового відпочинку, що припускає проходження певних відновлювальних і лікувальних процедур. Лікувально-оздоровчий туризм передбачає досягнення наступних цілей: відпочинок, рекреація (відновлення), лікування, оздоровлення [8].

Лікувально-курортна рекреація поділяється за основними лікувальними ресурсами: клімат, мінеральні джерела, лікувальні грязі. Відповідно до них вона поділяється на такі групи: кліматолікування, бальнеолікування, грязелікування. Залежно від їх сполучення можуть бути виділені такі види рекреації: бальнео-грязелікування, клімато-грязелікування, клімато-бальнео-грязелікування.

Ці види рекреації здійснюються на курортах – закладах для лікування людей з певними недугами. Курорти є своєрідними симплексами, що «являють собою геопросторово зосереджений вид трудової життєдіяльності працездатного мислення, що виробляє і реалізує необхідні суспільству продукцію» в даному випадку – рекреаційні [5].

Курорти класифікують за медичним профілем (курорти загального призначення та спеціалізовані для лікування конкретних захворювань) [1]. Поруч з людьми, які лікуються на цих курортах, є особи, які дотримуються здорового способу життя і просто відпочивають, тобто лікувальні причини витісняються відпочинково-розважальними мотивами. І нерідко курорт із вузькоспеціалізованого перетворюється у релаксаційний. Але поки що це найменше стосується бальнеологічних курортів, які залишаються оздоровчо-відпочинковими. Згідно із Законом України «Про курорти» (ст. 4), виділяють курорти державного і місцевого значення. До курортів державного значення належать природні території, що мають особливо цінні та унікальні природні лікувальні ресурси і використовуються для лікування, медичної реабілітації та профілактики захворювань.

Використання територій, що придатні для рекреації, регулюється Законами України «Про курорти» (2006), «Про охорону навколишнього природного середовища», «Про туризм» (1995), «Про природно-

заповідний фонд», «Про забезпечення санітарного та епідеміологічного благополуччя населення», Земельним, Водним, Лісовим, Повітряним кодексами України, постановами Кабінету Міністрів України з питань природокористування.

Курортно-лікувальний та відпочинково-оздоровчий туризм нерідко об'єднують в один вид – рекреаційний туризм [2]. Це не зовсім правильно, на наш погляд, бо ще багато інших видів туризму мають рекреаційне значення, тому до рекреаційного туризму можна віднести і сільський зелений туризм і окремі види спортивного туризму та ін.

Багато видів рекреації мають сезонний характер через природні та соціально-економічні причини. Але лікувально-оздоровча рекреація, що базується на використанні мінеральних вод і грязей, є постійною у різні пори року, хоча інтенсивність використання рекреаційних ресурсів неоднакова впродовж року (влітку вона найбільша). Що ж стосується інших видів лікувально-оздоровчої рекреації, то вони нерідко мають сезонний характер. Це проявляється у нерівномірному завантаженні об'єктів рекреаційної інфраструктури, сфери послуг загалом. Так, зайнятість в приморських рекреаційних районах у зимові місяці знижується в 3-4 рази в порівнянні з липнем-серпнем. Більшість людей намагається відпочивати влітку, в сонячний період. Сонце, таким чином, виступає найсуттєвішим об'єктивним фактором сезонності [7]. Сезонність у рекреації пояснюється тим, що промислові підприємства і заклади виробили такий ритм роботи, який передбачає надання відпустки більшості робітникам і службовцям саме впродовж літа. Такий же ритм має і система освіти, її працівники також відпочивають переважно влітку.

Лікувально-оздоровча рекреація формується під впливом різноманітних чинників. Серед них – ресурсний потенціал, що формується як природними, так і соціально-економічними ресурсами. До природних відносяться рекреаційні властивості мінеральних вод, грязей, клімату, водних об'єктів тощо.

Серед соціально-економічних чинників найважливішими є наявність об'єктів рекреаційної інфраструктури (споруд курортів, санаторіїв, будинків відпочинку, об'єктів спортивної бази та сфери послуг, стан транспортних шляхів та їх облаштування об'єктами транспортної інфраструктури), наявність трудових ресурсів, розвиток системи торгівлі та виробництва продовольства тощо. Всі ці чинники обумовлюються ще одним – екологічним, що визначається станом «чистоти» території, в якій розвивається лікувально-відпочинкова рекреація. Саме стан компонентів природи, передусім повітря, води, ґрунту, є важливим регулятором

потоків відпочивальників на тій чи іншій території.

Лікувально-оздоровчу рекреацію нерідко поділяють на лікувальну та відпочинково-оздоровчу, зазначаючи, що ці підвиди відмінні, але доповнюють один одного: відпочинково-оздоровчі потреби можна задовольнити на рекреаційних об'єктах загальної спеціалізації, а лікувальні – на спеціалізованих курортах [4, с. 225]. Виходячи з того, що сучасні курортні заклади є поліфункціональними, то на одних і тих самих курортах можна задовольнити потреби і в лікуванні, і в оздоровленні. До лікувальних процедур у них додаються і ті, які пов'язані з профілактикою здоров'я, відновленням фізичних сил. А це зумовлює можливість залучення на курорти не тільки людей старшого віку, яким необхідне лікування тих чи інших недуг, але й людей середнього і молодого віку, яким необхідно відпочити та оздоровитися.

Лікувально-оздоровча рекреація може стати основою формування на певній території рекреаційно-територіальних систем. Як вважає О. Топчієв [6], однією з важливих ознак таких систем є відмінність її за видом рекреаційних ресурсів від інших регіонів. Внаслідок поєднання на певній території рекреаційних ресурсів для лікувально-оздоровчої рекреації, а також об'єктів рекреаційної інфраструктури, формуються рекреаційно-територіальні системи лікувально-оздоровчого типу. Такі системи складаються з різноманітних компонентів, об'єднаних між собою за допомогою різноманітних зв'язків і відношень, передусім рекреаційних.

1. Внутрішня організація територіально-рекреаційних систем лікувально-оздоровчого типу ще не є розробленою, багато дослідників виділяють у її межах такі функціональні зони, як курортна, селитебна, комунальних підприємств і складів та природних комплексів (О. Гринюк, 2007). Це подібно до функціонального зонування поселень, які займаються курортною діяльністю, що передбачено в районному розплануванні територій. Це може бути допустимо для окремих поселень, в яких розвинена рекреаційна діяльність. Однак, для території, що поєднує декілька територіально-рекреаційних систем з подібною спеціалізацією – рекреаційний район – необхідне інше функціональне зонування території. На нашу думку, у такому районі виділяють такі зони: безпосередньо зони лікувально-оздоровчої рекреації (центри курортної діяльності), зони відпочинково-оздоровчої рекреації, зони відпочинкової рекреації.

2. Територіально-рекреаційні системи з подібною спеціалізацією на лікувально-оздоровчій діяльності утворюють спеціалізовані рекреаційні райони. Вони знаходяться, як правило, у складі великих рекреаційних регіонів (наприклад, Карпат, Криму, Поділля та ін.). Так, у Подільському

регіоні сформувалися два рекреаційні райони – Хмельницький (Вінницька область) та Гусятинсько-Сатанівський (Тернопільська та Хмельницька області).

Таким чином, територіальна організація рекреаційного району з лікувально-оздоровчою спеціалізацією рекреаційної діяльності – це своєрідна внутрішня взаємоузгодженість, взаємодія більш чи менш диференційованих частин району, що зумовлені його будовою.

Список використаних джерел:

1. Габчак Н. Курортно-рекреаційні зони Закарпаття: обґрунтування сутності та складових формування / Н. Габчак // Вісник Львів. ун-ту. Серія : міжнародні відносини. – 2008. – Вип. 24. – С. 54–58.
2. Гуляев В. Г. Туризм : экономика и социальное развитие / В. Г. Гуляев. – М. : Финансы и статистика, 2003. – 304 с.
3. Крачило М. П. География туризма / М. П. Крачило – К. : Вища школа. Главное издательство, 1987. – 208 с.
4. Кузик С. П. Географія туризму : Навчальний посібник / С. П. Кузик. – К. : Знання, 2011. – 271 с.
5. Теоретичні та методологічні проблеми суспільної географії : зб. наук. праць на пошану Заслуженого професора Львівського національного університету імені Івана Франка Олега Шаблія / Львівський національний університет ім. Івана Франка. – Львів : Видавничий центр ЛНУ ім. Івана Франка, 2006. – 432 с.
6. Топчієв О. Г. Основи суспільної географії : [підр. для студентів географічних спеціальностей вищих навч. закл.] / О. Г. Топчієв. – Одеса : Астропринт, 2009. – 544 с.
7. Фоменко Н. В. Рекреаційні ресурси та курортологія : [навч. посіб.] / Н. В. Фоменко. – К. : Центр навчальної літератури, 2007. – 312 с.
8. Лікувально-оздоровчий туризм [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://oboy.at.ua/index>. (12.03.13). – Назва з екрану.

ЕТНОТУРИЗМ У КОНТЕКСТІ МІЖЕТНІЧНИХ СТОСУНКІВ В УМОВАХ ГЛОБАЛІЗАЦІЇ СУСПІЛЬСТВА

Ярослав Джаман

*Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича
Чернівці, Україна*

Туризм на сучасному етапі розвитку суспільства стає глобальним чинником розвитку цивілізації, однією зі складових частин економіки,

політики, соціальної сфери, духовної культури. Одним з основних пріоритетних напрямів державної політики в галузі туризму виступає “розширення міжнародного співробітництва, утвердження України на світовому туристичному ринку” [1, с. 9]. Таке твердження стало актуальним після того, як набув популярності етнотуризм, який визнаний на конференції Всесвітньої туристської організації “Tourism: 2020 Vision” у Лісабоні одним із найперспективніших напрямів розвитку туризму XXI століття.

Туризм виконує вагомую економічну функцію: туризм перетворився на потужну галузь суспільного виробництва і за темпами розвитку вийшов на одне з перших місць серед інших галузей світової економіки, він дає 12% світового валового національного продукту; туризм сприяв багатьом країнам ослабити економічну кризу, підтягнути інші галузі економіки, забезпечує зайнятість населення: за експертними оцінками ВТО у світовому туризмі зайнято близько 260 млн. осіб, в Україні – 1,8 млн. осіб [2]. Проте, відзначаючи важливі економічні показники ефективності туризму, не потрібно замешувати соціально-гуманістичного аспекту туристської діяльності, особливо етнічного туризму. Тим більше, що сучасне суспільствознавство визначальною парадигмою розвитку цивілізації XXI століття визнає орієнтацію на постматеріальні цінності. Етнічний туризм виступає потужним засобом гуманізації міжнародних відносин. Дослідників етнотуризму приваблюють культурно-освітні, світоглядні, моральні, духовні можливості туризму, проблема підвищення його соціальної ефективності.

В основі етнічного туризму як певного виду пізнавального туризму лежить потяг до пошуку нового, вивчення незнайомого. Французький філософ Г. Марсель стверджував, що “людина відзначається тим, що вона виходить за межі безпосередньо даного, їй властива здатність до безперервного руху як у плані просторового переміщення, так і в плані духовного зростання”. Він визначив людину як *Homo viator* (“людина мандруюча”) [3]. Перше, з чим пов’язують туристичну діяльність, це переміщення в просторі, коли людина знайомиться з новими територіями. А у процесі життєдіяльності людина створює певне культурне (матеріальне і духовне) середовище, яке теж виступає об’єктом задоволення потреб туриста. У цьому контексті особливої ваги набуває поняття “*іншого*” – іншого народу, іншої культури і звичаїв, іншого способу життя тощо. І чим специфічніше (більш відмінне) середовище, в яке попадає турист, тим більше нових вражань виникає в нього. Турист відкриває для себе іншу культуру, звичаї, ментальність... У цих

пізнавальному, інформаційному та світоглядному аспектах етнічного туризму і полягає його гуманістична сутність.

Знайомство з *іншою* культурою дозволяє переосмислити *свій* власний досвід, усвідомити власну культуру і життєву позицію. Краще пізнати себе, самоідентифікуватися можна лише досліджуючи інших, спілкуючись з ними, відчуваючи їхню позитивну реакцію або “опір”. У ході міжетнічних туристських контактів їх учасники опановують нові “моделі мислення”, удосконалюють уміння доводити свою точку зору, аргументувати її [2]. Етнотуризм забезпечує входження у світ життєвих проблем, побуту, дозвілля інших народів – різних за своїми культурними традиціями, соціальним станом, менталітетом, переконаннями тощо. Але феномен “*іншого*” не є однозначним. З одного боку, завдяки наявності *іншого* (відмінного) людина починає замислюватися над легітимністю *своєї* культури, звичного набору уже набутих цінностей. Через таке зіставлення вона піднімається на вищий рівень особистісного розвитку. Проте, з іншого боку, зустріч з іншою культурою може набувати форм “конфлікту культур” або навіть “конфлікту цивілізації” (за С.Гантігтоном) [4]. Особливо ця тема стала актуальною в умовах наростання глобалізаційних процесів. Глобальна залежність народів (особливо малих) у різноманітних сферах співіснування створювала враження про наявність певної тенденції, яка має поширитися на увесь світ, і всі народи разом будуть розвиватися в одному, здавалось би прогресивному напрямі. Ця тенденція виглядає як активна експансія вестернізації. Але сліпе наслідування західних стандартів розвитку дуже часто відбувалося всупереч уже встановленим нормам життя і культури. І саме з цим пов’язують наростання антиглобалістських настроїв серед окремих народів, оскільки модернізація і вестернізація виступають чинниками, які руйнують місцеву культуру і звичний порядок життєдіяльності багатьох етносів. А культурантропологи ще всередині ХХ століття дійшли висновку про рівноцінність усіх культур, про неможливість і непотрібність ранжування культур якимось одним універсальним критерієм [4].

Друга половина ХХ століття характеризується швидким розвитком міжнародного туризму, який сприяє процесові взаємодії культур різних народів і регіонів світу, взаємозбагаченню культур, формуванню загальнолюдської культури [5].

Етнічний туризм виступає чинником синергії культур адже він є не лише видом рекреаційної діяльності, але й розширює канали комунікації між різними народами в умовах сучасних процесів глобалізації. У світі

створена мережа туристських маршрутів та готельних комплексів, які обслуговують приблизно 0,5 млрд. туристів за рік, а через 10-15 років ця кількість може досягти мільярда [6]. Туристи вступають у контакт, спілкуються з представниками, з одного боку – етносу, на території якого розміщені туристичні об'єкти, а з другого боку – з представниками інших етнічних груп, що одночасно перебувають у цих же туристичних об'єктах і рекреаційних зонах. Вивчаючи інтереси та потреби один одного, туристи та приймаюча сторона виробляють базу для взаєморозуміння і більш глибокої соціальної взаємодії. Перебування значних контингентів представників різних культур у соціальному просторі іншої культури спонукає ефект туристичної крос-культурної міжетнічної комунікації, яка прискорює взаємодію культур різних народів. Суттєвим аспектом у синергетичній взаємодії етнокультурних систем є туристична комунікація. Адже у різноманітних контактах представників одного етносу з представниками іншого відбувається взаємодія їхніх етнокультурних цінностей, світоглядних орієнтацій та практичних інтернаціональностей великих груп людей різних етносів, культур, які поступово поширюються на відносини між цими етносами, культурами в цілому. Головною особливістю міжкультурних комунікацій у туризмі є безпосередній контакт етнічних груп, а міжособистісне спілкування виступає важливою ланкою процесу взаєморозуміння, що, в свою чергу, забезпечує в кінцевому підсумку суспільну і міжнародну солідарність. Інтенсивна взаємодія представників різних етносів прискорює взаємодію систем цінностей індивідів та соціальних груп, вдосконалює мову їхньої взаємодії та взаєморозуміння, виробляє спільний “знаменник” у їхніх життєвих орієнтаціях, мотиваціях та цінностях, сприяє можливості більшої координації їхніх дій у різних сферах суспільного життя [6].

Етнічний туризм – найдемократичніша форма людських контактів. Людські відносини, що забезпечуються етнотуризмом, здебільшого не запрограмовані, відкриті, безпосередні, у них більше людяності, сердечності, ніж, наприклад, у політиці, бізнесі тощо. Головна мета етнічного туризму – множення і зміцнення гуманістичного потенціалу співтовариства, сприяння миру і злагоди між народами. Ця ідея чітко простежується у тематичних гаслах Всесвітнього дня туризму: “Внесок туризму в збереження культурної спадщини, у зміцнення миру і взаєморозуміння” (1980 р.), “Туризм – фактор зростаючої соціально-економічної солідарності та зближення народів” (1992 р.), “Туризм – інструмент миру і діалогу між цивілізаціями” (2001 р.) тощо.

Отже, сучасний етнічний туризм зі своїми функціями (культурно-

пізнавальною, соціальною, комунікативною, світоглядною, інтегративною) має важливе значення для розвитку особистості, сприяє розширенню його знань про навколишній світ, інші народи, про тенденції та закономірності розвитку суспільства у справі формування ціннісних та світоглядних орієнтирів.

Список використаних джерел:

1. Про туризм: Закон України // Туристична діяльність. Нормативна база / Упорядкування: Роїна О.М. – К.: КНТ, 2005. – С. 5-29.
2. Федорченко В.К. Гуманістична функція туризму / В.К.Федорченко // Філософія туризму. – К.: Кондор, 2004. – 268 с.
3. Марсель Г. Homo viator / Г.Марсель. – К., 1999.
4. Лях В.В. Туризм в контексті міжнародних та кроскультурних відносин / В.В.Лях // Філософія туризму. – К.: Кондор, 2004. – 268 с.
5. Антоненко В.Г. Міжнародний туризм як чинник міжцивілізаційної взаємодії і взаємозбагачення культур / В.Г.Антоненко // Філософія туризму. – К.: Кондор, 2004. – 268 с.
6. Любовний Я.В. Туристська діяльність як чинник глобальної синергії культур / Я.В.Любовний // Філософія туризму. – К.: Кондор, 2004. – 268 с.

ІСТОРИЯ РОЗВИТКУ ДИТЯЧОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Долгова Катерина

*Київський національний університет імені Тараса Шевченка,
Київ, Україна*

Питання дитячого відпочинку та оздоровлення для більшості українців завжди було актуальним, оскільки кожен з нас так чи інакше, пов'язаний з підростаючим поколінням. Тобто кожен може згадати про свій відпочинок у дитинстві або про оздоровлення своїх дітей вже у ролі батьків. Однак характер дитячого туризму десятки років назад та сьогодні дещо відрізняється один від одного. Тим самим, виникає потреба у вивченні історії розвитку дитячого туризму в Україні як внутрішнього, так і виїзного. Таке дослідження поглибить теоретичну базу знань щодо дитячого відпочинку та оздоровлення, а також дасть змогу говорити про перспективи розвитку дитячого туризму в нашій державі, що підкреслює **актуальність** вивчення цієї тематики.

Метою даного дослідження є визначення та обґрунтування періодів

та етапів розвитку дитячого туризму в Україні.

Історію розвитку дитячого туризму можна поділити на такі періоди:

1) зародження дитячого туризму (XIX – початок XX ст., період Російської та Австро-Угорської імперій).

Витоки дитячого туризму відносять до кінця XVII ст., які пов'язані зі становленням системи освіти. Вже на початку XIX ст. почали формуватися певні теоретико-методологічні засади розвитку туризму та екскурсій серед учнівської молоді. Проводилися пізнавальні екскурсії, а з 60-х рр. XIX ст. окремі вчителі почали організовувати дальні прогулянки для своїх учнів, в основі яких лежали природничо-наукові екскурсії. Наприкінці XIX ст. серед учнівської молоді стають популярними подорожі для вивчення географії, геології, ботаніки та інших природничих наук, а також тривалі подорожі на значну відстань для ознайомлення з культурними та історичними пам'ятками. В 1890 р. в Одесі виникає Кримський гірський клуб, який, разом з організацією експедицій по вивченню і охороні місцевостей, займався розробкою пізнавальних маршрутів-екскурсій для учнів [1].

У цей період вперше було започатковано літню оздоровчу канікулярну роботу, яку регулювали спеціальні освітні циркуляри Міністерства Народної Освіти 1889 та 1900 рр., та, яка полягала в проведенні освітніх подорожей. У 1905 р. почали використовувати перші пільги в наданні туристичних послуг для учнівської молоді [3];

2) становлення дитячого туризму (1920 – 1986 рр., радянський період). Даний період включає два етапи розвитку:

а) внутрішній дитячий туризм (1920 – 1958 рр.).

В 1918 р. було створено Центральне Бюро шкільних екскурсій, яке вже у 1921 р. перетворилося на Дитячу екскурсійно-туристську станцію Народної Освіти. Влітку 1925 р. було проведено першу зміну в Міжнародному дитячому центрі «Артек», який тоді носив назву «Дитячий табір в Артеці» та мав вигляд наметового містечка. Даний заклад став першим дитячим літнім табором у СРСР, після відкриття якого по всій території держави почали організовувати піонерські табори для оздоровлення та відпочинку підростаючого покоління під час канікул [3].

З 1929 р. розширюється тематика екскурсій, простежується зв'язок із шкільними предметами. Подорожі розрізняються за тривалістю (місцеві одно-дводенні й дальні тривалі), виділяється літній період як чинник сезонності, розширюється географія поїздок (від північних регіонів Криму та Кавказу й від Уралу до країн Європи). У 1936 р. вся туристсько-екскурсійна робота переходить у підпорядкування профспілок із

створенням Центрального туристсько-екскурсійного управління (ЦТЕУ). У 1939 р. самодіяльні походи були визнані як вид туризму, який включав пішохідний, лижний, водний, велосипедний, авто- та мототуризм. Із 1946 р. ЦТЕУ приступає до будівництва нових туристських об'єктів, створення екскурсійних установ, організації подорожей. Для стимулювання розвитку дитячого туризму в 1954 р. розробили значок «Юний турист» для піонерів 5–7 класів [1].

б) масовий внутрішній дитячий туризм та закордонні обміни (1958 рр. – 1986 рр.). Другий етап розпочинається зі створення у 1958 р. Бюро міжнародного молодіжного туризму «Супутник», місцеві відділення якого відкриваються в Києві та інших містах України. Основним завданням «Супутника» стало розширення міжнародних зв'язків й створення міжнародних таборів відпочинку. До кінця 1960-х рр. у дитячому туризмі виділилися такі основні види діяльності: дитячі табори відпочинку, походи та краєзнавчі експедиції. Саме у цей час розширюється географія дитячого туризму. Дитячий центр «Артек» остаточно набуває статусу міжнародного та за своєю структурою приймає сучасний вигляд [1].

В 1970 р. відбувається реорганізація структури дитячого туризму: республіканські, краєві й обласні дитячі станції об'єднуються в Центральну дитячу екскурсійно-туристську станцію (ЦДЕТС) і підпорядковуються Міністерству освіти. Організатором екскурсійних поїздок школярів виступає «Супутник». Основою подорожей стають маршрути бойової й трудової слави, відвідини музеїв і театрів, огляд визначних пам'яток, знайомство з досягненнями народного господарства країни. До 1984 р. «Супутник» співпрацює з 88 країнами світу. За кордон по лінії молодіжних обмінів виїхало близько 670 тис. учнів. Отримують розвиток спеціальні рейси «Поїздів Дружби» до Угорщини та Чехословаччини. Діти виїжджають за кордон в якості «Послів миру» [3];

3) становлення міжнародного дитячого туризму (з 1986 р.). Саме у цей період дитячий туризм починає набувати свого сучасного вигляду, який відповідає викликам не лише українського суспільства, а й світової спільноти, а також розвивається за законами ринкової економіки.

Після здобуття Україною незалежності державна підтримка туризму як сфери відпочинку та оздоровлення дітей і дорослих була зведена до мінімальних меж. Однак з прийняття у 1995 р. ЗУ «Про туризм» в країні розпочинається робота над розвитком індустрії туризму, яка включає також і сферу дитячого туризму. Так, кількість дитячих закладів оздоровлення та відпочинку в 2014 р., в порівнянні з 1995 р., збільшилася на 42 %, в той же час, кількість оздоровлених дітей збільшилася на 66 %.

Найбільшим попитом у сфері дитячого туризму в Україні користується відпочинок у Закарпатській, Одеській, Херсонській, Миколаївській та Івано-Франківській областях [2]. Такий відпочинок та оздоровлення регулює ЗУ «Про оздоровлення та відпочинок дітей» та підпорядковується Міністерству соціальної політики України. П'ята частина українських дітлахів бере участь у туристсько-краєзнавчій діяльності, яка передбачає роботу у туристсько-краєзнавчих гуртках за напрямками краєзнавство, спортивний туризм, патріотичне виховання, соціальна реабілітація та оздоровлення. Очолює всю туристсько-краєзнавчу роботу в країні Український державний центр туризму і краєзнавства учнівської молоді, безпосередньо підпорядкований Міністерству освіти та науки України [6]. На початку ХХІ ст. серед дітей стають популярними виїзди на відпочинок за межі України, а також різноманітні культурно-пізнавальні та подієві тури. Основні закордонні напрями поїздок українських дітей - країни Європи, США та Канада [2]. В цей період відпочинок та оздоровлення дітей здебільшого реалізується за кошти фізичних та юридичних осіб.

Третій період розвитку дитячого туризму можна поділити на такі *етапи*:

а) чорнобильський (1986 р. – 2008 р.). Основна увага держави була приділена відпочинку та оздоровленню українських дітей пільгових категорій. В першу чергу, розробляли проекти оздоровлення дітей, потерпілих від наслідків Чорнобильської катастрофи, а згодом дітей, які проживають на територіях близьких до зони Чорнобильської АЕС, за кордоном. Досить важливими були державні програми співпраці з Кубою («Діти Чорнобиля») впродовж 20 років, а також зі Швейцарією, на території якої об'єднання «Діти Чорнобиля» проводили кожного року літній табір. Паралельно реалізовувалися державні програми відпочинку дітей інших пільгових категорій в закладах оздоровлення та відпочинку України, а також за кордоном силами та коштом благодійних фондів, громадських організацій за підтримки Урядів країн Європи. Новий вектор розвитку цей етап отримав у 2006 р., коли Генеральна Асамблея ООН проголосила 2006-2016 рр. десятиріччям відновлення та сталого розвитку регіонів постраждалих від Чорнобиля. В цьому контексті за сприяння благодійних фондів розвивалися тісні зв'язки України з Італією, Іспанією та Францією для оздоровлення підростаючого покоління [4];

б) кризовий (2008 - 2013 рр.). Внаслідок світової економічної кризи зменшились обсяги фінансування програм щодо відпочинку українських дітей за кордоном та на території України. Можна було спостерігати

закриття вітчизняних закладів оздоровлення та відпочинку [2]. В той же час у 2012 р. між урядом України та Дитячим фондом ООН (ЮНІСЕФ) була підписана угода про співробітництво на період 2012-2016 рр., яка передбачала виконання зобов'язань, викладених у Конвенції ООН з прав дитини (1989р.) [7];

в) сучасний (з 2014 р.). З огляду на події «Євромайдану» 2013-2014 рр., нестабільну економічну ситуацію, військові дії на сході України, анексію Криму фінансова підтримка оздоровлення та відпочинку дітей дещо зменшилась, а потреба дітей у таких послугах зросла. Тому українські та закордонні благодійні фонди, громадські організації за сприяння Міністерств соціальної політики та закордонних справ України, а також Урядів інших країн постійно організовують дитячий відпочинок. Так, впродовж 2014-2016 рр. за фінансової підтримки численних громадських організацій (Фонд народонаселення ООН в Україні, Конгрес національних громад України, Дитячий фонд України, Фондів «Пам'яті пожежних Чорнобиля», «Ротарі Клуб «Київ», «СОС Дитяче Містечко», «Захист дітей Чорнобиля» та ін.) дітей-переселенців із зони АТО та АР Крим, дітей, батьки яких загинули або постраждали на «Євромайдані» взимку 2013-2014рр., дітей учасників АТО було направлено на відпочинок до дитячих таборів України (в Полтавській, Чернігівській, Тернопільській, Одеській обл.), а також за кордон за сприяння урядів відповідних держав до Грузії, Польщі, Молдови, Словенії, Румунії, Словаччини, Чехії, Болгарії, Латвії, Литви, Туреччини, Італії, Іспанії, Швейцарії, Австрії, Франції та Німеччини [5].

Висновки. Отже, впродовж свого розвитку дитячий туризм набував різних форм та видів для задоволення дитячих потреб в оздоровленні, відпочинку та пізнанні. Сьогодні це потужний сегмент на внутрішньому та міжнародному ринку туристичних послуг. Сучасний дитячий туризм в Україні – це оздоровлення та відпочинок у дитячих закладах оздоровлення та відпочинку в літній період, туристсько-краєзнавча діяльність учнівської молоді, різноманітні культурно-пізнавальні та подієві тури (за кордон та в межах України). Не дивлячись на складні часи для нашої держави як в минулому, так і сьогодні, дитячий туризм був та залишається перспективним видом туризму для України, на послуги якого спостерігається постійний попит.

Список використаних джерел:

1. Теоретичні та прикладні аспекти рекреаційного природокористування в Україні: монографія / К. Кілінська, В. Руденко, Н. Аніпко, Н. Андрусак, Н.

- Коновалова та ін. Чернівці: Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича, 2010. – 250 с.
2. Державна служба статистики. Статистичні бюлетені «Оздоровлення дітей у дитячих закладах оздоровлення та відпочинку влітку 2010-2015 рр.»: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
 3. Коцан Н.Н. Яворська А.В. Історія розвитку дитячого туризму в Україні: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://internationalconference2014.wordpress.com/2015/12/18/>
 4. Міністерство закордонних справ України: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://mfa.gov.ua/ua/about-ukraine/bilateral-cooperation/european-countries>
 5. Міністерство соціальної політики України. Інформаційно-аналітична звітність: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.mlsp.gov.ua/labour/control/uk/publish/category?cat_id=138985
 6. Український державний центр туризму і краєзнавства учнівської молоді: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ukrjuntur.org.ua/>
 7. Уряд України та ЮНІСЕФ: п'ятирічна програма співпраці: [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.unicef.org/ukraine/ukr/media_20896.html

ФОРМУВАННЯ МЕХАНІЗМІВ ІНВЕСТИЦІЙНОГО ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ РОЗВИТКУ РЕКРЕАЦІЙНОЇ СФЕРИ

Софія Дяків

*Львівський національний університет імені Івана Франка,
Львів, Україна*

Сьогодні залучення інвестицій у реальний сектор економіки, до якого належить туризм і інфраструктура, що його обслуговує, є питанням виживання. Інвестиції необхідні насамперед для забезпечення розширеного відтворення, виробництва нових послуг з покращеними кількісно-якісними показниками, що додасть їм привабливості і конкурентоспроможності. Будуть інвестиції - буде розвиток реального сектора і, отже, економічне зростання; не вдасться їх залучити - неминучі старіння основних фондів, обмеження впровадження інновацій, зростання витрат на виробництво туристичних послуг та зниження їх [5].

В загальному розумінні під поняттям «механізм» розуміють послідовність станів, процесів, що визначають собою яку-небудь дію або явище; систему, устрій, що визначає порядок якого-небудь виду

діяльності. Але, враховуючи особливості формування та реалізації системи інвестиційного забезпечення рекреаційної сфери, існуючий загальний механізм управління виявляється недостатньо дієвим, оскільки специфіка визначеного процесу вимагає уточнення концепції управління, розширює зміст елементів управління, передбачає наявність специфічних часткових механізмів та утворюваних ними системних зв'язків [3].

Таким чином, організаційно-економічний механізм інвестиційного забезпечення представляє собою систему важелів й інструментів інвестиційного забезпечення, за допомогою яких організуються, регулюються й здійснюються як зовнішні, так і внутрішні господарські й економічні взаємодії між його складовими підсистемами.

Вірно сформувані організаційно-економічний механізм туристичної пропозиції не просто. Всередині цього механізму сховані різноманітні деталі, в які і вкладена специфіка механізму. Так, механізм інвестиційного забезпечення можна розглядати як економічний механізм, що реалізується в рамках трьох „підмеханізмів”: механізму інвестування та реінвестування власних коштів у розвиток виробництва, механізму використання позичкових коштів, що інвестуються у розвиток виробництва та ринкового механізму конкуренції. Опосередковано впливає і економічний механізм державного регулювання через заохочення інвестиційної активності та прогресивних технологій. З іншого боку, інвестиційне забезпечення можна розглядати як координацію та узгодження діяльності декількох суб'єктів господарювання в рамках процесу пошуку і залучення джерел фінансування, тобто як організаційно-правовий механізм.

Тож, організаційно-економічний механізм інвестиційного забезпечення не є мономеханізмом, а являє собою приклад структурного механізму, що включає правову, організаційну, економічну та фінансову складові.

Складові організаційного механізму характеризуються властивостями комплексності впливу, оскільки будучи організаційними за основним змістом їх дії, їм притаманні одночасно риси економічного, правового та фінансового механізмів і в силу цього вони мають стійкий взаємозв'язок з останніми.

Зміст економічного механізму інвестиційного забезпечення складається у виявленні потенційно цікавих для інвестування сфер, вивченні досвіду реальних проектів; проведенні експертизи проектів; формуванні механізму розвитку пропозиції для мікрорівня управління.

Категорія фінансового механізму є однією з найбільш дискусійних в теорії управління фінансовим забезпеченням тих чи інших процесів. Зміст

фінансового механізму обумовлений сутністю фінансів, як економічної категорії, закономірностями їх розвитку, сферою охоплених відносин. Основне призначення структурних елементів фінансового механізму інвестиційного забезпечення складається у формуванні, розподілі та використанні фінансових ресурсів з метою забезпечення ефективної реалізації політики підприємства.

Правовий механізм інвестиційного забезпечення інноваційної політики підприємства покликаний регулювати правовідносини між учасниками інвестиційно-інноваційного процесу (підприємством, інвестором, державою та іншими). Оскільки ці відносини носять загалом господарчий характер, то в якості об'єкту регулювання виступають саме господарські правовідносини.

Загалом побудова організаційно-економічного механізму інвестиційного забезпечення повинна базуватись на наступних положеннях:

- потрібне єдине нормативно-правове підґрунтя для всіх учасників процесу управління туристичною та інвестиційною діяльністю в межах формування визначеної пропозиції;

- система методів управління процесом інвестиційного забезпечення туристичної діяльності повинна охоплювати всю сукупність як вертикальних, так і горизонтальних взаємозв'язків між суб'єктами та об'єктами підприємства;

- окремі елементи механізму (зокрема, правовий, організаційний, економічний, фінансовий) не повинні містити в собі протиріччя: їх дія на процес реалізації інвестиційних засад, формування пропозиції, реалізації загальноекономічної стратегії підприємства, не повинна мати різноспрямованого характеру;

- всі методи, що складають єдину організаційно-економічну систему оптимізації інвестиційного забезпечення туристичної політики, повинні бути адекватними цілям і завданням не тільки туристичної політики, а й загальноекономічної стратегії підприємства.

Процес формування організаційно-економічного механізму інвестиційного забезпечення, як і його функціонування, відбувається в рамках загальноекономічної стратегії підприємств.

Можна виділити наступні пріоритетні напрямки залучення інвестицій у туристично-рекреаційний сектор економіки:

- стимулювання інноваційної діяльності у сфері оздоровлення, лікування та рекреації, забезпечення конкурентоспроможності

вітчизняних методів та технологій санаторно-курортного лікування на зарубіжних ринках; формування рекреаційно-туристичної інфраструктури на рівні міжнародних стандартів (готелі, кемпінги, санаторії, пансіонати, транспорт, комунікації тощо);

– стимулювання інвестиційної діяльності у сфері супутніх послуг для рекреантів (торгівля, громадське харчування, інформаційна, фінансова інфраструктура, відпочинковий туризм);

– підвищення кваліфікації працівників рекреаційно-туристичного господарства;

– реставрація та реконструкція пам'яток історії та культури, особливо таких, які репрезентують Україну на міжнародному ринку туристичних послуг;

– розвиток "сільського" туризму, особливо у регіонах, які зберегли народні звичаї та традиції: Карпати, Полісся, Полтавщина, Поділля, Буковина та ін.;

– рекламна діяльність - залучення значного потоку туристів в Україну неможливе без належної поінформованості потенційних рекреантів про рекреаційно-туристичний потенціал країни, його особливості та унікальність на світовому ринку туристичних послуг.

Важливе значення у створенні сприятливого інвестиційного клімату має належним чином розроблене та ефективно діюче нормативно-правове поле. Незважаючи на певні позитивні зміни у нормативно-правовому регулюванні туристично-рекреаційної сфери, законодавство, що регулює економіко-фінансову діяльність інвесторів, є неефективним. Застарілі і взаємовиключні положення вносять певні непорозуміння у поточну інвестиційну діяльність і не дають змоги розробити стратегію і тактику щодо активізації діяльності на перспективу.

Список використаних джерел:

1. Закон України "Про інвестиційну діяльність" // ВВР України, 1991, -№47, - С.1351-1359.
2. Бажал Ю. Фінансове забезпечення інновацій //Фінанси України. №4, 2004, - С.142-144.
3. Беленький П.Ю. Інвестиційно-інноваційне забезпечення конкурентоспроможності регіону / ІРД НАН України . –Львів, 2006, - 129 с.
4. Денисенко М.П. Основи інвестиційної діяльності. –К.: Алерта, 2003, -338 с.
5. Крупка М. І. Фінансово-кредитний механізм інноваційного розвитку економіки України. Львів, 2001, - 608 с.

6. Мальська М.П., М. Й. Рутинський, С. В. Білоус, Н. Л. Мандюк. Економіка туризму : навч. посібник / – К. : Центр учбової літератури, 2014. – 544 с.
7. Павлов В.І., Черчик Л.М., Голян В.А. Підприємництво в локальному рекреаційному комплексі: стратегія розвитку. - Луцьк: Надстир'я, 2000. М.
8. Федоренко В.Г. Інвестування / Підручник. 2-ге видання. –К.: Алерта, 2008, - 448 с.

ДЕРЖАВНЕ УПРАВЛІННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

Ірина Жук

*Львівський національний університет імені Івана Франка,
Львів, Україна*

У сучасних умовах господарювання туристична галузь виступає потужною детермінантою соціально-економічного розвитку країни за наявності значного туристично-рекреаційного потенціалу визначеної території, а також ефективного державного управління. Необхідність пошуку нових підходів у державному управлінні туристичної галузі зумовлюють такі основні закономірності, як динамічний розвиток туристичної галузі у світі та Україні, посилення ролі місцевих органів влади в державному управлінні, висока ймовірність виникнення загроз внаслідок неконтрольованих туристичних потоків, чутливість туристичної галузі до факторів зовнішнього макро- та мікро середовища.

Система державного управління туристичним господарством України, навіть попри те, що за останні 20 років центральний орган виконавчої влади у сфері туризму, реорганізовувався, не відповідає сучасним вимогам, залишається нераціональною.

Наслідками роботи *Держкомтуризму України (1993–1999)* стали впорядкування діяльності туристичних підприємств, збільшення кількості інформаційної та рекламної продукції про туристичну спроможність України на міжнародному ринку, удосконалення нормативно-правової бази туризму, підготовка нових кадрів і підвищення кваліфікації тих, хто працює у сфері туризму, зростання відрахувань у бюджеті всіх рівнів; Україна стала дійсним членом Всесвітньої туристичної організації.

За роки діяльності *Державного комітету молодіжної політики, спорту та туризму (1999–2001)* повністю дотаційні молодіжна та фізкультурно-спортивна сфери відтіснили туристичну сферу на третій

план; сумарні показники туристичної галузі були найгіршими за всі роки незалежності.

Державний департамент туризму (2001–2002) проіснував лише півроку, протягом яких нічого визначного для туристичної сфери не було зроблено.

Створення спеціального органу управління з питань розвитку туризму – *Державної туристичної адміністрації України* (2002–2005) в період формування і розбудови державної незалежності стало свідченням визнання туризму як перспективного сектору економіки країни, позитивним чинником і передумовою інтенсифікації його розвитку на науково обґрунтованих засадах.

Відбулися зміни в національному законодавстві щодо регулювання інвестиційної діяльності, функціонування туристичних підприємств та організацій, готельного бізнесу, розробляється нормативна база для інвентаризації ресурсів туристично-рекреаційної сфери та розвитку сільського туризму, розбудовується договірно-правова база двосторонньої співпраці з країнами Європейського Союзу; ухвалено нову редакцію Закону України “Про туризм” (2003); скасовано дискримінаційний готельний збір, надано можливість інвестувати шляхом концесійної діяльності у процесі будівництва та експлуатації туристичних об’єктів, встановлювати рівні ціни й тарифи на послуги, що надаються як українцям, так й іноземцям; створено Науковий центр розвитку туризму для забезпечення наукового супроводу державної політики у туристичній сфері, прогнозування та визначення перспектив її розвитку і шляхів впровадження новітніх розробок (2002); розроблено Державну програму розвитку туризму на 2002–2010 рр. та Програму розбудови туристичної інфраструктури за напрямками національної мережі міжнародних транспортних коридорів та основних транспортних магістралей у 2004–2010 рр.; розроблено та затверджено національні стандарти “Послуги туристичні. Засоби розміщення. Загальні вимоги” та “Послуги туристичні. Класифікація готелів” (2004); створено державне підприємство “Українська туристична інфраструктура (2004) для реалізації заходів Державної програми розвитку туризму на 2002–2010 рр.; Україна стала учасницею Міжнародної федерації молодіжних хостелів (2003) і Європейської туристичної комісії на максимально вигідних умовах (2005).

За результатами роботи *Державної служби туризму та курортів* (2005–2011) у складі Міністерства культури і туризму розбудовується договірно-правова база двосторонньої співпраці (підписано 49 угод, розроблено понад 20 проектів угод); поживавилася співпраця з Всесвітньою

туристичною організацією (офіційні візити Генерального секретаря ВТО до України, заходи та семінари під егідою ВТО); багатостороння співпраця у форматі Ради з туризму СНД, Робочої групи з туризму Організації Чорноморського економічного співробітництва, Центральноєвропейської ініціативи в галузі туризму; триває адаптація законодавства України до відповідних директив Європейського Союзу (переклад та аналіз національного законодавства у сфері туризму країн лідерів світового туризму, в тому числі базових законів про туризм і нормативно-правових документів за напрямками туристичної діяльності, а також актів міжнародних організацій, що регулюють світовий туризм; робочі візити до міністерств і відомств, інших організацій, підприємств і установ сфери туризму провідних туристичних країн світу для ознайомлення із законодавчими, організаційними та економічними засадами функціонування високорентабельної індустрії туризму); за сприяння Міністерства закордонних справ вжито дієвих заходів для спрощення формальностей, пов'язаних з в'їздом в Україну громадян держав членів Європейського Союзу, Швейцарської Конфедерації та Князівства Ліхтенштейн, Японії, Канади, Сполучених Штатів Америки, Князівства Андорра, Держави-міста Ватикан, Республіки Ісландія, Князівства Монако, Королівства Норвегія та Республіки Сан-Марино; створення рекламного ролика про Україну та представлення його світовій спільноті через канал CNN.

У складі *Міністерства інфраструктури України* (2011–2015) діє спеціальний орган – Державне агентство України з туризму та курортів.

Постановою Кабінету Міністрів України від 10 вересня 2014 р. № 442 було ухвалене рішення скасувати Державне агентство з туризму та курортів, поклавши його функції на *Міністерство економічного розвитку і торгівлі* (крім державного нагляду у сфері туризму та курортів). У цьому міністерстві відбулося обговорення напрямів розвитку туризму в контексті європейської інтеграції України. Зокрема, йшлося про завдання органів державного управління туристичним сектором, у тому числі стосовно фінансування галузі, доцільність залучення громадських організацій і бізнесу до формування державної туристичної політики.

Проаналізувавши структуру та діяльність органів державної влади у сфері туризму, доходимо висновку, що для ефективного розвитку туристичної індустрії України необхідно змінити парадигму державного управління, позбутися застарілих догм в управлінні та взяти на озброєння досвід успішних демократичних країн. І першим кроком на шляху до цих змін нехай стане упорядкування на основі функціонального принципу

системи та структури органів виконавчої влади туристичної галузі України.

Список використаних джерел:

1. Агафонова Л. Г. Туризм, готельний та ресторанний бізнес: ціноутворення, конкуренція, державне регулювання : навч. посіб. / Л. Г. Агафонова, О. Є. Агафонова. – К. : Знання України, 2002. – 358 с.
2. Бойко О. В. Особливості формування та реалізації туристичної політики держави: міжнародний, національний, регіональний досвід : монографія / О. В. Бойко ; за ред. А. Ю. Парфіненка. – Харків : ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2013. – 279 с.
3. Вахмистров В. П. Правовое обеспечение туризма : учеб. пособ. / В. П. Вахмистров, С. И. Вахмистрова. – СПб. : Изд-во Михайлова В. А., 2005. – 288 с.
4. Державне агентство України з туризму і курортів [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.tourism.gov.ua/ua/>
5. Єрмаченко В. Є. Правове регулювання туристичної діяльності : конспект лекцій / В. Є. Єрмаченко, Г. М. Брусільцева. – Харків : ХНЕУ, 2012. – 207 с.
6. Міністерство економічного розвитку і торгівлі України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://me.gov.ua/Documents/List?lang=uk-UA&tag=PravoviZasadiDiialnosti>
7. Про внесення змін до Закону України “Про туризм” : Закон України №1282–15 [від 18.11.2003 р.] [Електронний ресурс] // Відомості Верховної Ради України. – 2004. – №13. – С. 180. – Режим доступу : <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/1282–15/page>
8. Про схвалення Концепції Державної цільової програми розвитку туризму та курортів на період до 2022 року : Розпорядження Кабінету Міністрів України від 01.08.2013 р. – №638 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/638-2013-p>

PROSPECTS FOR TOURISM DEVELOPMENT IN BORDER TOWNS OF LVIV OBLAST

Yuriy Zhuk

*Lviv I. Franko National University,
Lviv, Ukraine*

The most recent trends and forecasting studies by the World Tourism Organisation indicate that cities will continue to be in high demand by tourists of all sorts, and the problems associated with the handling of these tourists will have to be more systematically tackled by all parties concerned.

Towns play an important role in the spatial organization of the society and form the largest group among all urban settlements. They are especially important for the further development of tourism. Historical towns are especially highlighted in this category. Every small historical town, especially in the Western region of Ukraine, is a separate page in the annals of Ukraine.

The objects of the research are border towns of Lviv Oblast. The aim of this work is to consider border towns as a centres of tourist agglomerations.

Lviv Oblast is the old settled area, which is located at the crossroads of important trade routes. The ancient system of settlements, which arose first as a fortresses and were strategical points in the defence system around the community were formed, subsequently started to concentrate handicrafts and manufacturing. A significant influence on the formation of towns of Lviv Oblast have natural factors: topography, climate, forested areas, soils, mineral resources. In combination with the features of historical development, they played a decisive role in the shaping of the settlement system. The towns of Lviv Oblast have a rich architectural, historical, and cultural heritage and for a considerable historical period were comfortable for human residence.

Border areas of the Lviv Oblast are the part of the Ukrainian-Polish cross-border region (CBR). It embrace: from the Ukrainian side, Volyn and Lviv Regions, from the Polish side – Lublin and Podkarpackie Voivodeships. The total area of the Ukrainian part of the CBR is 42.000 km², and the population is about 3.8 million people. The Polish part of the CBR has the total area of 63.000 km² and the population amounts 5.5 million people.

The purposes of the integrated spatial development of the CBR:

- overcoming the negative trends of social, economic and environmental development, which have occurred in the past;

- maintaining an efficient socially- and ecologically- oriented use of natural and historical-cultural identity, resources, demographic, and production capacity;

- effective use of complementary capacities of the Ukrainian and Polish parts of the region;

- increasing the attractiveness of the region for people's lives and investments, its competitiveness with the European and the global community.

In modern conditions and in the framework of the CBR, a priority task can be the spatial organization of the of 30-km strip of land along the border which is a subject of the regime of simplified crossing of border for citizens of Ukraine. The regime was imposed in 2009. There is an increase in the intensity of tourist traffic (from the Polish and Ukrainian sides), and there is a certain recovery in business activities.

The length of the state border within Lviv Oblast is 258 km. The border crossings are at: Rava-Ruska–Hrebenne, Krakovets–Korczowa, Shehyni–Medyka) and in one checkpoint local value (Smilnytsia–Kroscienko). The crossings (except Krakovets–Korczowa), are the road and rail transport.

In Lviv Oblast the border strip covers a large part of the territory of Sokalskyi, Zhovkivskyi, Yavorivskyi, Mostyskyi, Starosambirskyi and Turkivskyi Rayons, has an area of over 7500 km² and the population of 537 thousand people. There are 15 cities, 9 towns, and 708 villages.

According to the definition, *sustainable tourism* can be define as a tourism that takes full account of its current and future economic, social and environmental impacts, addressing the needs of visitors, the industry, the environment and host communities.

Sustainable tourism development guidelines and management practices are applicable to all forms of tourism in all types of destinations, including mass tourism and the various niche tourism segments. Sustainability principles refer to the environmental, economic, and socio-cultural aspects of tourism development, and a suitable balance must be established between these three dimensions to guarantee its long-term sustainability.

Strengthening of European integration processes contributes to the growth of interest in visiting the border areas. There are several touristic agglomerations, which, under the appropriate management, are able to serve to the travel needs of visitors. Between the settlements on both sides of the border, near the checkpoints, works regular socio-economic relations which are based on the service of cross-border tourist traffic and it is a initial stage of the formation of small cross-border agglomerations.

Rava-Ruska touristic agglomeration has a significant natural and historical-cultural potential (the landscape of Roztochia, unique mural painting in the wooden church in the village of Potelych, the wooden church in the village of Volya Vysotska, ensemble of the Krekhiv monastery, nearby is situated Belz – one of the oldest cities in Ukraine).

Yavoriv touristic agglomeration is known for its therapeutic resorts – Nemyriv and Shklo, scenic views of Yavoriv National Park and “cosmic landscapes” of the abandoned sulphur mines. YavorivLake" is the largest recreation waterbody in Lviv Oblast, which is a flooded sulphur quarry. Here in the village of Prylbychi was born Andrey Sheptytsky – Metropolitan of Ukrainian Greek-Catholic Church. Famous writer Osyp Makovey was born in Yavoriv. Wooden churches were preserved in the villages of Voroblianychi, Hrushiv, Velykopole.

Mostyska touristic agglomeration offers the objects of fortification lines of the First and Second World Wars and numerous architectural monuments. Compared to other parts of the border zone here is the most developed service infrastructure for the international traffic, but its facilities are primarily concentrated along the motorway Shehyni – Lviv.

Dobromyl touristic agglomeration is characterized by the interesting landscape of the Carpathian mountains foothills, picturesque villages, historical monasteries (Khyriv and Dobromyl), monuments of sacral architecture. (Zhuk, 2013, Posatskyi, 2010)

The concept of cross-border tourist agglomerations formation is provided for their accession to larger urban entities in the Western part of Lviv Oblast which belongs to the CBR. Such border tourist agglomerations are linked by the common status of border crossing, local border traffic. Subsequently, there will be the ability to build a specific infrastructure of tourist services at the border zone, which will create jobs for the local population.

Sustainable tourism is about re-focusing and adapting. A balance must be found between limits and usage so that continuous changing, monitoring and planning ensure that tourism can be managed. This requires thinking long-term (10, 20+ years) and realising that change is often cumulative, gradual and irreversible. Economic, social and environmental aspects of sustainable development must include the interests of all stakeholders including indigenous people, local communities, visitors, industry and government.

Conversion of small historical towns into modern tourist centres is a complex task that can be solved only by joint efforts of all stakeholders, municipalities and the national government. Only with this cooperation are

possible quick improvements. The key objectives of local policies that will stimulate the development of tourism are:

- creation of hotel, transport and service infrastructure in small towns;
- formation of characteristic tourist products;
- development of local institutions to support tourism;
- search and attraction of internal and external resources;
- protection and lobbying of common interests of small historical towns.

Effective actions for the development and promotion of tourism will contribute to the sustainable development of these territories. The historical past of border towns is a good prerequisite for their development. A skillful management of tourism agglomeration will contribute to the development of border areas of the two countries.

References:

1. Hubenia S., 2013, Ukrainian-Polish cross-border cooperation in the context of European integration. Ukraine and Poland: past, present, prospects, Luck
2. Kawalko B., 2011, Wybrane problemy polsko-ukraińskiej współpracy transgranicznej. Barometr Regionalny, Nr 2(24), Lublin
3. Making Tourism More Sustainable - A Guide for Policy Makers, UNEP and UNWTO, 2005
4. Mały Ruch Graniczny (MRG). Ministerstwo spraw zagranicznych RP, https://www.msz.gov.pl/pl/informacje_konsularne/maly_ruch_graniczny/
5. Posatskyi B., 2010, The prerequisites for the formation of the cross-border tourist agglomerations on the example of Lviv Region, Kyiv
6. The program of development of urban planning documentation in the Lviv Region in 2011 – 2015, Lviv, 2011
7. Vasylytsiv T., 2014, A directions of increase of the investment attractiveness of border territories of the Western regions of Ukraine (on the example of Lviv Region). Analytical note, Kyiv
8. Zhuk Y., 2013, Problems and prospects of the development of the tourism in the small historical cities of the Lviv Region, Lviv

ТУРИСТИЧНІ РЕСУРСИ ПРИМОРСЬКИХ РЕГІОНІВ (НА ПРИКЛАДІ МИКОЛАЇВСЬКОЇ ТА ЗАПОРІЗЬКОЇ ОБЛАСТЕЙ)

Тарас Завадовський, Ольга Войтенко, Давид Гогунський
*Львівський національний університет імені Івана Франка,
Львів, Україна*

Розвиток туристичної сфери є важливим елементом розвитку економіки країни. Поступовий прогрес цієї сфери господарства впродовж останніх років призвів до зростання обсягів надходжень у державний бюджет коштів від цієї галузі, але у той же час, через зосередженість основного потоку туристів та екскурсантів до окремої групи міст, таких як Львів, Одеса, Київ, можна прослідкувати негативні наслідки перевантаження цих територій та неконтрольованого впливу туристичної індустрії на історичні та природні об'єкти. Розосередження туристичних потоків до інших регіонів дозволить частково вирішити цю проблему, а також дасть змогу рівномірного розвитку туризму по території всієї країни. Оскільки Україна має вихід одночасно до двох морів – Чорного та Азовського, то розгляд туристичного потенціалу приморських регіонів на прикладі Миколаївської та Запорізької областей є актуальним та доречним в сучасних реаліях.

Миколаївська область – область в Україні, розташована на півдні країни в межах Причорноморської низовини в басейні нижньої течії ріки Південний Буг. На заході межує з Одеською, на півночі з Кіровоградською, на сході та північному сході з Дніпропетровською та на південному сході з Херсонською областями. На півдні омивається водами Чорного моря, довжина берегової лінії майже 100 км. Площа Миколаївської області складає 24,6 тис. кв. км, а населення – 1189,5 тис. чол.

На території Миколаївської області нараховується 5 курортних центрів: м. Очаків, с. Рибаківка, с. Лугове, с. Морське, с. Коблево. Вони мають вихід до Чорного моря, Дніпро-Бузького та Тілігульського лиману, що зумовлює унікальні умови для рекреації. На цій території розташовано 120 санаторіїв різної місткості та понад 30 таборів для дитячого відпочинку. Бейкушський та Тілігульський лиман володіють геологічними запасам мінеральних вод на понад 2 млн м³.

Миколаївщина має 30 об'єктів національного значення занесених до Державного реєстру нерухомих пам'яток і 120 об'єктів природно-заповідного фонду. В безпосередній близькості до приморського регіону

до послуг туристів на території Миколаївської області на огляд пропонується численні варіанти культурно-історичної та природної спадщини: національний історико-археологічний заповідник «Ольвія» (с. Парутине, близько 30 км від м. Очаків), пам'ятки старого Миколаєва та зоопарк міста (близько 60 км до м. Очаків, близько 80 км до с. Коблево), Трикратський ліс та садиба Скаржинських – пам'ятки садово-паркового мистецтва, розташовані на території регіонального ландшафтного парку «Гранітно – степове Побужжя» (близько 150 км від м. Очаків), національний природний парк «Білобережжя Святослава» на Кінбурнській косі (близько 15 км по морю від м. Очаків, близько 20 км по морю від с. Коблево – ходить регулярний морський транспорт), регіональний ландшафтний парк «Приінгульський» (близько 150 км від м. Очаків) тощо.

Область володіє протяжною мережею автомобільних доріг загального користування - 4810, 2км, з них державного значення – 563 км, двома залізними транспортними коридорами, 4 митними пунктами, морським та річковим громадськими портами та міжнародним аеропортом «Миколаїв» та аеродромом «Кульбакіно». Нажаль стан доріг всіх типів є незадовільним на понад половині території області.

Запорізька область – область в Україні, розташована у південно-східній частині країни на стику Причорноморської низовини, Приазовської та Придніпровської височин. Межує з Херсонською, Дніпропетровською, Донецькою областями. Південні кордони області омиваються водами Азовського моря, берегова лінія якого в межах області перевищує 300 км. Територія області займає 27,2 тис. кв. км, населення області – 1791,7 тис чол.

Запорізька область володіє 3 організованими курортними центрами: м. Бердянськ, м. Приморськ та с. Кирилівка. А також рядом стихійно організованих рекреаційних угідь: Новопетрівські і Луначарські – Бердянського адміністративного району; Орловські – Приморського району; Радивонівські – Якимівського району; Чкалівські, Ботієвські і Степанівські – Приазовського району. Ці центри мають виходи до Молочного та Утлюцького лиманів, доступ до значних запасів мінеральних вод (зокрема в родовищі «Кирилівка») та лікувальних грязей. Послуги рекреації та оздоровлення надають понад 250 закладів. Створені відмінні умови для дитячого відпочинку (мілководдя, широкі пляжі тощо).

Запорізька область має 12 об'єктів національного значення занесених до Державного реєстру нерухомих пам'яток і 299 об'єктів природно-заповідного фонду. В безпосередній близькості до

приморського регіону до послуг туристів на огляд пропонується численні варіанти культурно-історичної та природної спадщини: Археологічний комплекс "Острів Байда" (м. Запоріжжя, близько 200 км до м. Бердянськ), Курганний могильник "Канат-могила" (с. Кримка, близько 50 км від м. Бердянськ), Культовий комплекс "Кам'яна Могила" (сміт Мирне, близько 130 км від м. Бердянськ), Кам'янське городище (м. Кам'янка-Дніпровська, близько 250 км від м. Приморськ), , Національний природний парк «Великий Луг» (близько 170 км від м. Бердянськ), Приазовський національний природний парк (другий за площею національний парк в Україні) (на його території розташоване м. Бердянськ).

Область володіє протяжною мережею автомобільних доріг загального користування – 4100 км, з них 2 дороги міжнародного значення та 3 національного. Велике значення має морський транспорт (головний порт області – Бердянськ). Здійснюються вантажно-пасажирські перевезення по Дніпру та Каховському водосховищу. Аеропорт Бердянська та Запоріжжя маю статус міжнародних і займають одне з провідних місць в Україні за інтенсивністю потоку пасажирів. Нажаль стан доріг всіх типів є незадовільним на понад половині території області.

Аналіз потенціалу приморських регіонів на прикладі Миколаївської та Запорізької областей показав, що розвиток туристичної галузі на базі цих районів є логічним та доречним. Для інтенсифікації туристичного потоку потрібне залучення державних та приватних коштів для розвитку інфраструктури та у першу чергу, активної рекламної кампанії. Розвиток сімейного відпочинку на морі, що може тривати від початку травня до кінця вересня, а також культурно-пізнавального туризму на базі цих областей може бути хорошою альтернативою курортам Одеської та Херсонської області, а також рекреаційним зонам Криму, що актуально у нинішніх реаліях.

Список використаних джерел:

1. Бондарчук-Чугіна І.Ю. Розвиток культурно-історичного туризму на Миколаївщині (друга половина ХХ – початок ХХІ ст). \\\ автореф. дис. канд. мистецтвознавства – М., 2005. – 22 с., Миколаївська обласна державна адміністрація [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.mk.gov.ua/ua/myko/touri/>
2. Національний державний інститут пам'яткоохоронних досліджень [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.spadshina.org.ua/index.php?sID=11&itemID=96>

3. Проект з регіонального врядування та розвитку – Україна. Дослідження історико-культурного, курортно-туристичного пріоритету розвитку Запорізької області [Електронний ресурс]. - Режим доступу: http://derzhava.in.ua/Lists/2/Attachments/1808/Zaporizhzhya_Historical_and_Cultural_Priority_Report_2007_UKR.pdf

ОЗДОРОВЧИЙ ТУРИЗМ ПОЛТАВСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Тарас Завадовський, Дмитро Каднічанський, Анастасія Кутепова
*Львівський національний університет імені Івана Франка,
Львів, Україна*

Полтавська область має потужний потенціал розвитку туристично-рекреаційної галузі, частина якого активно залучена насамперед до екскурсійної, курортної, рекреаційної діяльності.

Є велика потреба у дослідженні та ґрунтового аналізу наявних ресурсів для розвитку оздоровчого туризму. Вивчити інфраструктуру, основні центри та виявити можливі ідеї, які б стимулювали розвиток даного виду туризму в регіоні. Область має вигідне географічне положення, а також зручне транспортне сполучення з іншими регіонами України, що дозволяє збільшувати туристичні потоки.

Лікувальний туризм здійснюється з метою зміцнення здоров'я і передбачає перебування в санаторно-курортних установах. Метою оздоровчого туризму є профілактика захворювань і відпочинок. Він характеризується більшою тривалістю подорожі, відвідуванням меншої кількості об'єктів і більшою тривалістю перебування в одному місці, тобто поряд із проведенням дозвілля передбачає відпочинок.

Центрами розвитку санаторно-курортного туризму слід вважати міста Миргород, Велика Багачка, Нові Санжари, Хорол, с.Соснівка (Verholy Relax Park) (рис.1).

На сьогоднішній день, курорт Миргород функціонує як один з найкращих оздоровчих центрів в області. Проте, в 2012 році був відкритий SPA-комплекс «Verholy Relax Park» в с.Соснівка, який набуває широкої популярності серед відпочиваючих. Тому в даній роботі, хочемо розглянути ці два курортні центри, їхній стан та можливість конкурувати на ринку туристичних послуг.



Рис. 1 Лікувально-оздоровчі центри Полтавської області

Курорт «Миргород» почав розвиватися на початку ХХ ст. У 1912 році було пробурено артезіанську свердловину, з якої почало бити потужне джерело, до 33 тисяч відер за добу. Курорт відноситься до бальнеологічного, грязьового типу. За всіма показниками є лідером санаторно-курортної сфери України, що об'єднує санаторії «Березовий гай», «Полтава», «Миргород», «Хорол», які мають вищий рівень акредитації та одночасно можуть прийняти понад 3,5 тис. осіб. Пропонують понад 300 видів діагностичних обстежень і процедур.

Лікування:

- захворювань шлунка;
- печінки;
- захворювань шлунка;
- підшлункової залози;
- жовчного міхура;
- нирок та кишечника.

Тут працюють більш як 20 профільних і реабілітаційних відділень. Проводять комплексне оздоровлення організму на всіх етапах – від профілактики до реабілітації. Починаючи з 2006 року, на території курорту були проведені реставраційні роботи, що допомогло збільшити туристичний потік туристів. Так, якщо в 2007 році на лікування приїздили з 15 країн світу, то в 2013 їхня кількість зросла до 31.

17 жовтня 2013 року на сесії Генеральної асамблеї всесвітньої федерації водолікування та кліматолікування у Греції курорт «Миргород» отримав вищу нагороду міжнародної спільноти фахівців курортної справи – звання «Кращого курорту світу».

На курорті «Миргород» створено умови для активного відпочинку: тенісні корти, спортивні майданчики для гри в волейбол, баскетбол, міні-футбол, бадмінтон, гарно обладнані дитячі майданчики. У кожному санаторії є тренажерні зали, зали лікувальної фізкультури і фітнесу.

Стосовно вартості послуг на курорті, то в таблиці 1 наведена коротка характеристика номерів та видів лікування. В середньому за добу проживання разом з харчуванням та лікуванням обійдеться хворому в 500 грн.

Таблиця 1

Цінова політика курорту «Миргород»

Санаторії і номери	Відділення санаторіїв	Тип харчування	Для дорослих	для дітей віці до 18 років на основі місця, і для інвалідів
«Миргород» «Полтава» 2-місний «Економ» 2 bed «Економу»	Профільні відділення: 2 особи в номері	стандартне	390	358
«Миргород» 2-місний «Економ+» 2 bed «Економу+»	Профільні відділення Захворювання органів травлення: 2 особи в номері	стандартне	408	374
«Полтава» 2-місний «Економ» 2 bed «Економу»	Реабілітаційне відділення: Хворих, які перенесли травми, оперативні втручання і захворювання кістково-м'язової системи. 2 особи в номері	стандартне	460	432
«Хорол» 2-місний «Економ» 2 bed «Економу»	Профільні відділення: Захворювання жіночих статевих органів. 2 особи в номері	стандартне	460	432
«Миргород» «Полтава» 1-місний «Покращений»	Реабілітаційне відділення: 1 особа в номері	стандартне	586	547

single STD«Improved»				
«Полтава» «Миргород» 1-місний «Покращений» single STD«Improved»	Реабілітаційне відділення: 1 особа в номері	стандартне	628	586
«Миргород» «Хорол»	«Люкс А Стандарт» 2-кімнатний, 2-місний «Lux A Standard» Suite 2 особи в номері	люксовий	516	473
«Миргород» «Полтава»	«Люкс А Покращений» 2-кімнатний, 2-місний «Lux A Improved» Suite 2-bed, 2 people 2 особи в номері	люксовий	558	512
«Миргород»	«Люкс ВР підвищений комфортності» 4-кімн., 3-місний «Lux VR Presidential Suite»	люксовий	924	847

Все це, свідчить про те, що курорт Миргород, має всі наявні ресурси та можливості для розвитку оздоровчого туризму в регіоні. Потрібно налагодити рекламну кампанію, яка б допомогла збільшити туристичний потік.

Verholy Relax Park – є порівнянно молодим комплексом, створений лише в 2012 році. Проте набуває широкої популярності серед туристів. Отримав дві нагороди премії Ukrainian Hospitality Awards 2015. Має досить вигідне транспортне сполучення з іншими містами України, що дозволяє зручне добирання туристів.

Головна особливість готелю – гармонійне поєднання з навколишнім середовищем з мінімальним впливом на природний ландшафт. Концепція дизайну VERHOLY Relax Park – розробка студії Yod design. Для обробки використані виключно природні матеріали: камінь, дерево, мідь, кортен, шкіра, сланець та ін.

Перелік основних послуг, які надаються в комплексі:

- Роре Park- активний вид відпочику (100/150 грн)
- Настільний теніс - 1 год (1 пара/2пари) - 70/90 грн
- Прокат велосипедів - 1 год - 80 грн

- Риболовля - 1 год - 120 грн
- Басейн
- Спа – від 500 грн
- Всі види масажу – від 130 грн
- Конференц - зал
- Кінноспортивний комплекс

- Таблиця 2

- Номерний фонд Verholy Relax Park

Категорія	Розміщення	Ціна (грн.)			
		Низький сезон 19.01-01.05, 01.11- 15.12		Високий сезон 01.05-01.11, 15.12- 19.01	
Шале 1	1-4	7100	7500	8100	
	10-20	15000	15000	18000	18000
Шале 2	1-4	6900	7100	7400	7800
	10-20	15000	15000	18000	18000
Шале 3	1-4	7500	8100	8600	9100
	10-20	15000	15000	18000	18000
Шале 4	1-6	-	-	10050	12000
	10-20	-	-	18000	18000
Преміям	2	2700	2850	2950	3150
Лісовий люкс	2	2000	2000	2000	2000
Стандарт	2	1450	1450	1550	1650
Комфорт	2	1500	1500	1600	1700
Напівлюкс	2	1900	2050	2100	2250
Релакс напівлюкс	2	2100	2300	2500	2650
Делюкс студіо	2	2550	2650	2750	2900
Люкс	2	3200	3350	3200	3350
Верхоли дуплекс	2-4	3900	4450	3900	4450
Додаткове місце	1	650	650	650	650

Головною перевагою комплексу Verholy є кінноспортивний комплекс, який включає в себе як і навчання верховій їзді так і звичайний відпочинок. Персонал це тренера та інструктори українських та міжнародних змагань.

Номерний фонд комплексу є досить зручний та просторий, шале та котеджі створені за швейцарською стилістикою. Проте цінова політика є дещо завищена (табл. 2.). Стандартний номер стартує від 1450 грн/добу і вище. Verholy Relax Park не є лікувальним центром, а лише комплексом відпочинку, проте він має всі можливості, щоб набути популярності серед туристів.

Як вже згадувалось раніше, комплекс розташований за містом в лісовій місцевості. Це є значною його перевагою, адже більшість людей в наш час бажають відпочивати в тихій зоні, віддаленій від міста. Територія є досить велика і має всю необхідну інфраструктуру дуже вдалим була б розробка спеціальних фітнес програм на свіжому повітрі для збільшення туристичних потоків.

Полтавщина надзвичайно багата на природні ресурси та лікувальні чинники. Цьому сприяють географічне положення, геологічна будова та гідрогеологічні умови. Розглянувши об'єкти лікувального туризму даного регіону, можна з упевненістю стверджувати, що область має всі переваги для створення конкурентного середовища.

Список використаних джерел:

1. Кузик С.П. Географія туризму : навчальний посібник /С.П. Кузик. – К. : Знання, 2011. – 271 с.
2. Полтавський регіон. Полтавський регіональний центр з інвестицій та розвитку: м. Полтава, 2013 – 26 с.
3. Соціально -політична газета «Правда України» - 2013 - №43 – с.2 – «Миргородкурорт – визнаний найкращим в світі» - 2013. 15 жовтня.
4. Verholy Relax Park [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://verholy.com/>
5. Курорт Миргород [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://mirgorodkurort.ua/uk>
6. Сайт Полтавщина туристична [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://poltava-tour.gov.ua>

РОЗВИТОК ЕКОЛОГІЧНОГО ТУРИЗМУ В ТЕРНОПІЛЬСЬКІЙ ОБЛАСТІ

Ольга Заставецька, Катерина Дударчук

Тернопільський національний педагогічний університет

імені Володимира Гнатюка,

Тернопіль, Україна

Тернопільська область належить до аграрних регіонів України, що зазнають трансформації господарства, його структурної перебудови. У цьому зв'язку посилюється рівень соціальної сфери, особливо розвитку туризму.

Завдяки багатим природним туристичним ресурсам, а саме мальовничим ландшафтам, низькій забрудненості довкілля, високій частці природно-заповідного фонду на території регіону, тут створилися сприятливі умови для розвитку екологічного туризму. Основою для його розвитку в області є 607 об'єктів природно-заповідного фонду площею 122 тис. га (8% території області). Серед них – заповідник «Медобори», національні природні парки «Кременецькі гори» і «Дністровський каньйон», понад 120 заказників, 3 ботанічні сади, 13 парків - пам'яток садово-паркового мистецтва. Їх туристи пізнають за допомогою вже розроблених екологічно-туристичних стежок, які охоплюють цікаві природні об'єкти.

Так, у унікальному геолого-геоморфологічному утворенні, яким є Товтровий кряж, в межах заповідника «Медобори» вже функціонують три екологічні стежки, а саме: «До пущі відлюдника» (печери Перлина і Відлюдника, ями для випалювання вапна), «Гора Гостра» (ланцюг Товтрового кряжу, «Франкові скелі», місця проростання рідкісних рослин), «Гора Бохит» (язичницьке капище, курганні поховання, найвищий пункт у Товтрах).

У національному природному парку «Кременецькі гори» створено такі екостежки: «Дівочі скелі», «Краєвиди Божої гори», еколого-туристичні маршрути «Гора Вовча» (експлуатується також як орнітологічний маршрут, на якому встановлено оглядову вежу для спостереження за птахами), «Гора Уніас», «Данилова гора», «Божа гора», «Замкова гора (Бона)», закінчуються роботи по створенню еколого-туристичних маршрутів «До скель Словацького» та «До підземного міста (Кременецькі катакомби)».

Екологічна стежка "Дівочі скелі" являє собою цікавий маршрут протяжністю 2,6 км. Дівочі скелі по праву вважаються однією із найпривабливіших гір національного парку. Знаходиться на північно-східній околиці м.Кременеця. Черепашкуваті щільні вапняки, які виходять на поверхню стрімкими карнизами, створюючи своєрідну неповторність і красу. Скелі оповиті легендами, переказами, вражають своєю красою. Ламані, нагромаджені в первозданному хаосі брили, стрімкі урвища і дивовижні кам'яні композиції, чорні провалля гротів і печер довгою стрічкою оперезують верх гори. У лабіринтах Дівочих скель виявлено кістки мамонта, печерного ведмеда, волохатого ведмеда, волохатого носорога, первісного коня, зубра, печерної гієни, песця, гігантського та північного оленів, копитного лемінга. Виняткову цінність становить рослинний покрив Дівочих скель. На цих скелях ростуть кадило сарматське, спірея піківська, клокичка пірчаста, сонцепвіт сивий, кизильник чорноплідний, гордовина, змієголовник австрійський, самосил передгірський, мінуарція побільшена, гвоздика Роговича тощо. А у вапнякових пісковиках спелеологи відкрили тринадцять ніш, гротів і печер, окремі з яких – Студентська, Піщинка, Холодна – тягнуться в глиб гори на десятки метрів. Орієнтовна екологічна ємність стежки – до 4-5 тис відвідувачів щороку.

Екологічна стежка "Гостра гора" знаходиться неподалік траси Кременець-Почаїв і приваблює сотні туристів. Вершини гори кам'яністі, іноді скелясті. Завдяки щільно зцементованим вапнякам, які вивітрюючись, створили красиві ущелини, мальовничі скелі. Здебільшого гора покрита хвойним або листяним лісом. Рослинний покрив є біднішим ніж на "Дівочих скелях" але приваблюють туристів здебільшого скельні утворення та надзвичайний краєвид на рівнину Малого Полісся. Орієнтовна екологічна ємність – до 2 тис відвідувачів.

Еколого-туристична стежка "Бона" веде на однойменну гору, що височіє над Кременецем. Найпривабливішим туристичним об'єктом стежки є руїни замку XIII століття. Чудовий краєвид відкривається з вершини цієї гори. На одній з найдавніших вулиць Кременця Медовій знаходиться унікальна споруда XVIII ст. – кременецькі будинки-близнюки, зведені у стилі бароко. Під самою горою Миколаївський собор (XVI- XVII ст.), далі комплекс будівель колишнього колегіуму (1731-1743 рр), споруди братського Богоявленського монастиря (XVIIст.) монастир реформаторів (XVIIIст.), родинний будинок Словацьких (XVIIIст.) та ряд інших. (рис. 2.). Кількість відвідувачів екологічної стежки за сезон складає 20-30 тис. осіб.

Еколого-туристична стежка "Божа гора" – це частина Кременецьких гір, але через ерозійні та водні руйнування у минулому сталося так, що стоїть вона начебто сама по собі серед поля. Гора займає площу 119 гектарів має куполоподібний горб з пологими західними і крутими східними схилами. Її висота 365 метрів, протяжність туристичного маршруту – 2,6 кілометрів. У гори дві вершини, на одній з них б'є джерело з цілющою водою, на іншій – невелика капличка святої Трійці. Давня слов'янська святиня – «Божа гора» належить до найшанованіших паломницьких місць та знаходиться за 12 км від Кременця, неподалік села Великі Бережці.

Вона ще з княжих часів, з IX-X ст., була місцем подвижництва численних монахів. Гора Божа відома серед прочан завдяки місцю, що зветься "Ступня Матері Божої". Тут знаходиться новозбудована капличка, "печера Монаха" та кількасотлітнє цілюще джерело. Заступництва Богородиці, духовного та фізичного зцілення у цих місцях шукають віряни з усього світу. Часто вони йдуть до неї пішки за сотні кілометрів, щоб почерпнути тут цілющої духовної сили. До речі, свого часу серед прочан тут були Леся Українка з Климентом Квіткою, українські посли до польського сейму С.Скрипник, М.Тележинський, письменник У.Самчук. Кількість відвідувачів за сезон складає більше 20 тис. осіб.

На території парку пропонується чотири велосипедних маршрути «Навколо Кременецьких гір», «Кременецьким стежками до «Нескореної фортеці», «До живописного джерела на Божій горі», «Шляхами південного краю Волині», загальною протяжністю понад 200 км.

Вже три екологічні стежки функціонують у національному природному парку «Дністровський каньйон». Це: «Устечко – Червоне - Нирків» (руїни замку, каплиця, Джуринський водоспад, рідкісні рослини, травертинові скелі, мальовничі ландшафти), «Фарикова криниця» (джерела, рідкісні рослини), екологічний водний маршрут по Дністру (25 км, сплави на плотах, карстові печери і гроти).

Рідкісні види дерев та кущів є у Кременецькому ботанічному саду, Хоростківському і Гермаківському дендропарках, Раївському парку – пам'ятці садово-паркового мистецтва. Саме в них є всі умови для вирощування таких рослин, для збереження тих, що є. Зараз ведеться робота з акліматизації нових видів рослин, створення спеціальних садів (розарії, альпінарії, сірінгарії тощо).

Серед парків культури і відпочинку м. Тернополя важливе значення мають Старий парк, парк імені Т.Шевченка, Національного відродження,

гідропарк Топільче. Крім багатого видового складу дерев і кущів, у парках є канали і водойми з водоплавними птахами, місця для риболовлі, джерела, мальовничі тераси, що є важливими об'єктами для відпочинку і туризму.

На всій території Тернопільської області є місця для екотуризму, це і болота, з яких беруть початок річки Стрипа, Серет, Золота Липа, Збруч, Іква, Вілія, Горинь та ін., лісові масиви Бережанського Опілля, Кременецького горбогір'я і Медоборів, степова ділянка «Пантелиха» у Терехівському районі, ділянки наскельно-степової рослинності у Придністров'ї та ін.. Вони потребують охорони і бережливого ставлення з боку туристів. Нові екостежки, які мають бути прокладені в області, сприятимуть цьому, вони розширять можливості екотуризму для різних категорій споживачів тур послуг. Завдяки екотуризму регіон може значно розширити спектр туристичних послуг, залучивши туристів з інших регіонів країни.

ХАРАКТЕРИСТИКА ЗАКОРДОННИХ ВИЩИХ НАВЧАЛЬНИХ ЗАКЛАДІВ, В ЯКИХ ЗДІЙСНЮЄТЬСЯ ПІДГОТОВКА ФАХІВЦІВ З ТУРИЗМУ

Аліса Захаріна

*Класичний приватний університет,
м. Запоріжжя, Україна*

Одним із найбільш динамічно розвинених секторів в економіці у світі є індустрія туризму. Для нас є цікавим досвід закордонних вищих навчальних закладів, в яких здійснюється підготовка майбутніх фахівців з туризму. Зарубіжні дослідники (С. Cooper, R. Scales, J. Westlake, E. Juline Mills, Rob Law, M. Marrengula, J.S. Shivers, G. Smith, С. Cooper та ін.) також значну увагу приділяють питанням, пов'язаним з анімаційної діяльністю в рекреаційно-оздоровчій сфері.

Особливості зарубіжного досвіду з формування готовності майбутніх фахівців з туризму до анімаційної діяльності в рекреаційно-оздоровчій сфері розглянемо на прикладі таких країн, як: Великобританія, Польща, Кіпр, Китай.

Великобританія. В Великобританії (університет Суррея (University of Surrey), університет Лінкольна (University of Lincoln), університет

Эксетера (University of Exert), університет Стрэткліда (University of Strathclyde), Ліверпульський університет Джона Мура (Liverpool John Moors University)) здійснюють підготовка фахівців з туризму та готельного бізнесу.

Розглянемо досвід університету Сюррея, (University of Surrey), який здійснює підготовку студентів для здобуття ступеня бакалавра з міжнародного менеджменту, туризму. Для студентів першого року навчання всі модулі є обов'язковими, а саме: «Управління з туризму»; «Бізнес»; «Бізнес середовище»; «Туристична поведінка»; «Фінансовий облік»; «Принципи маркетингу»; «Бізнес-туризм», вони забезпечують необхідні знання та навички, які необхідні для початку діяльності [2].

Програма містить специфічні туристичні модулі, такі як: «Ділові фінанси»; «Туризм політики і розвитку»; «Професіональна етика»; «Управління організації людських ресурсів»; «Мандрівники і транспорт»; «Міжнародна стратегія бізнесу»; «Туризм та інновації», обов'язкові модулі («Методи дослідження»; «Методи прикладних досліджень»; «Проект прикладних досліджень (Дисертація)»; «Туризм та стратегія»; «Управління туризмом») та додаткові модулі управління («Перспективи в галузі управління туризму»; «Цифровий маркетинг та соціальні медіа в сфері туризму»). На другому курсі навчання студенти можуть прийняти участь в одному із міжнародних обмінів. Кожний 15-кредитний модуль необхідний для залучення 150 годин роботи студентів, які проводяться на лекціях, лабораторних та практичних заняттях, а також включають в себе самостійне дослідження або дослідження в невеличких навчальних групах.

Аналізуючи структуру освітньої програми університету Сюррея для підготовки бакалаврів з міжнародного менеджменту, туризму, зазначимо, що в ній, на жаль, немає навчальних дисциплін, які безпосередньо стосуються підготовки майбутніх фахівці з туризму до анімаційної діяльності в рекреаційно-оздоровчій сфері [2].

Польща. Напрямки підготовки «Туристика» та «Рекреація» активно розвиваються у всіх польських ВНЗ фізкультурно-туристичного профілю, як зазначає дослідниця Л.Г. Заневська. Вчена вказує, що навчальні заклади, які готують фахівців спортивно-оздоровчого туризму зазвичай об'єднуються у потужні інформаційні спілки, що дозволяє продуктивно й ефективно використовувати інфраструктуру, науковий потенціал, науково-методичні напрацювання кожного окремого навчального закладу, готувати фахівців різного кваліфікаційного рівня від техніків і бакалаврів

до магістрів, застосовуючи багаторівневу систему освіти й перепідготовки кадрів [1, с. 8].

Варшавська школа економіки (Warsaw School of Economics) здійснює підготовку магістрів в галузі міжнародного туризму, готельного господарства та послуг відпочинку. Термін навчання складає два роки [5].

Китай. Політехнічний університет гостинного и туристичного менеджменту (Hong Kong Polytechnic University's School of Hotel and Tourism Management) здійснює підготовку бакалаврів в галузі готельного менеджменту і управління туризмом терміном навчання чотири роки (табл. 1) [4].

Таблиця 1.

Фрагмент навчального плану підготовки бакалаврів в галузі готельного менеджменту і управління туризмом

Спеціалізовані предмети (6 предметів - 18 кредитів) Specialist Subjects (6 subjects - 18 credits)		
Код	Дисципліни	Кредити
НТМ2307	Принципи туризму(Principles of Tourism)	3
НТМ2308	Туризм і загальні науки (Tourism Social Sciences)	3
НТМ3208	Економіка туризму (Tourism Economics)	3
НТМ4316	Управління пунктом призначення (Destination Management)	3
НТМ4321	Політика туризму і планування (Tourism Policy and Planning)	3
НТМ4322	Управління туристичним бізнесом (Managing Tourism Businesses)	3

Також студенти повинні засвоїти знання, оволодіти вміннями та навичками у «Приватному секторі» (Private Sector) з таких дисциплін: «Управління пам'ятками відвідувачами» (Attractions and Visitor Management), «Управління авіакомпаніями» (Airline Management) та в «Загальному секторі» (Public Sector) - «Туризм Китаю» (China Tourism), «Міський туризм» (Urban Tourism) [4].

Кіпр. Університет Нікосії (University of Nicosia) здійснює підготовку студентів для здобуття ступеня бакалавра з менеджменту в сфері, туризму і рекреації []. Термін навчання складає чотири роки, протягом яких студенти здобувають знання і досвід, пов'язаний з туризмом, сферою

рекреації (тури і круїзи, музеї и пам'ятки, екскурсійні тури, туристичні маршрути, культурні і спортивні заходи, тематичні парки) і організацією подій. Наводимо фрагмент навчального плану підготовки бакалаврів з менеджменту в сфері, туризму і рекреації (табл. 2).

Таблиця 2

Фрагмент навчального плану підготовки бакалаврів з менеджменту в сфері, туризму і рекреації Університет Никосії (Кіпр)

Код	Дисципліни		Кредити
MGT-481	Human Resource Management	Управління людськими ресурсами	3
THOM-201	Internship I	Стажування	3
THOM-240	Managing Special Events	Управління особливими заходами	3
THOM-300	Conferences and Exhibitions	Конференції та виставки	3
THOM-310	Cultural Geography	Культурна географія	3
THOM-375	Casino Management	Управління казино	3
THOM-410	Service Quality Management	Управління якістю обслуговування	3
THOM-475	Senior Year Seminar	Головний семінар	3
TOUR-100	Airline and Travel Operations	Авіакомпанія та туристичні подорожі	3
TOUR-105	Introduction to Travel and Tourism	Вступ в мандрівництво та туризм	3
TOUR-110	Geography of Travel and Tourism	Географія мандрівництва та туризму	3
TOUR-200	Cruise Services and Management	Круїзні послуги управління	3
TOUR-215	Structure of Tourism	Структура туризму	3
TOUR-240	Leisure and Recreation	Відпочинок та розваги	3
TOUR-320	Destination and Visitor Management	Управління для відвідувачів	3
TOUR-335	Theme Parks and Attractions	Тематичні парки і пам'ятки	3

Зазначимо, що дисципліни «Управління особливими заходами» («Managing Special Events»), «Відпочинок та розваги» («Leisure and Recreation»), «Тематичні парки і пам'ятки» («Theme Parks and Attractions») відсутні в навчальних планах вищих навчальних закладів України [3].

Характеризуючи навчальні заклади в яких здійснюється підготовка бакалаврів з туризму, ми дійшли висновку, що назва отриманих ступенів та термін навчання в вищих навчальних закладах різняться у кожній країні. Є і спільні риси, а саме: всі студенти проходять практичну

підготовку в своїй країні та закордонних компаніях сфери туризму та готельного бізнесу на кожному році навчання. Цей досвід є позитивним для нашої країни та потребує додаткового фінансування для стажування студентів за кордоном.

Список використаних джерел:

1. Заневська Л.Г. Застосування інформаційних технологій у рекреаційно-туристській діяльності фахівців фізичного виховання: Автореф. дис... канд. наук з фіз. виховання і спорту: 24.00.02 / Л.Г. Заневська ; Харк. держ. акад. фіз. культури. — Х., 2007. — 20 с. — укр.
2. University of Surrey [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.surrey.ac.uk/>.
3. University of Nicosia [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.unic.ac.cy/>.
4. The Hong Kong Polytechnic University's School of Hotel and Tourism Management [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://hotelschool.shtm.polyu.edu.hk/eng/index.jsp>.
5. The Warsaw School of Economics [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.sgh.waw.pl/en/Pages/default.aspx>.

КУЛЬТУРНО-ІСТОРИЧНА СПАДЩИНА НАЦІОНАЛЬНИХ МЕНШИН ЯК СКЛАДОВА ТУРИСТИЧНОГО ПОТЕНЦІАЛУ РЕГІОНУ

Ігор Зінько

*Львівський національний університет імені Івана Франка,
Львів, Україна*

Важливою складовою посилення та урізноманітнення туристичного потенціалу регіону може бути врахування багатого та оригінального доробку народної культури та історичної спадщини національних меншин. Навіть малочисельні етнічні спільноти при добрій самоорганізації та ефективній політиці підтримки держави і органів регіонального та місцевого самоврядування здатні привнести неповторні елементи та яскраві фарби у туристичну палітру території. При цьому включення різних складових та жанрів фольклору та пам'яток національної культури та історії може розглядатися як у структурі побудови тематичних туристичних маршрутів, присвячених власне цьому

народів, так і в поєднанні з аналогічними надбаннями інших етносів, насамперед домінуючого тут титульного народу. Така практика дозволяє показати місцевим та іноземним туристам справжнє багатство та різноманітність туристичного потенціалу краю, продемонструвати зразки міжнаціонального взаєморозуміння та взаємовпливів традицій і культур. Мова може йти про синергетичний ефект у розвитку туристичної справи, коли переплетення історії, традицій та культур може давати несподіваний результат. До того ж такий підхід дає підстави подбати про залучення організаційних та фінансових можливостей туристичних фірм чи грантових можливостей зарубіжних країн та інвесторів, якщо їх безпосередньо чи опосередковано стосується та цікавить культурно-історична тематика того чи іншого народу, найчастіше, очевидно, власного. Відтак при добре організованому маркетинговому супроводі можна сподіватися на зростання потоків туристів з-за кордону, гідно репрезентувати туристичні можливості регіонів на виставках та ярмарках.

Національні меншини мають різні джерела походження. Окрему групу меншин становлять корінні народи, які не мають власної державності, або ж її втратили в історичному минулому, а відтак держава теперішнього проживання є їхньою батьківщиною, а тому саме вона повинна дбати про збереження і примноження культурно-історичного надбання цих народів та гідне його представлення на національному та міжнародному рівні. Яскравим прикладом тут може бути культурно-історична спадщина кримських татар та піклування про нього з боку нашої держави та керівництва АР Крим, що за теперішніх політичних реалій окупації півострова Росією не може піддаватися конструктивному обговоренню.

Другою чисельною групою національних меншин є народи, які мають в особі держав-сусідів свої історичні батьківщини. Доволі часто зони їхнього етнічного розселення з різних причин опинилися поза межами політичних кордонів, а відтак вони стали меншинами у новій державі, хоча й віддавна були корінними на даній території. Прикладами таких меншин в Україні можуть бути угорці на Закарпатті чи румуни у Чернівецькій та Закарпатській областях, росіяни в прикордонних районах Сумської та Луганської областей, поляки на Львівщині тощо. У цьому випадку культурно-історична спадщина таких народів тісно переплітається з надбаннями інших народів, передовсім українського, досить істотно підтримується відповідними інституціями з-за кордону та дипломатичними представництвами історичної батьківщини. Це аж ніяк не означає, що культура і традиції таких народів та пам'ятки їхньої історії

мають перебувати у сфері інтересів лише сусідніх держав чи використовуватися виключно для обслуговування іноземних туристичних груп з цих країн.

Ще одну групу становлять національні меншини так званого діаспорного походження, це нащадки тих, хто колись давно переселився в Україну з територіально віддалених держав, або ж теперішні переселенці. Вони, зазвичай, не мають територій компактного розселення, проживають по всій території держави дисперсно (більша частина росіян, євреї, вірмени тощо), хоча й можуть в окремих випадках творити чисельно значну і компакту групу населення (греки в Приазов'ї, болгари на півдні Бессарабії), інколи навіть більшу, ніж місцеві корінні народи та титульний етнос (росіяни в Криму). Культурно-історичні доробки народів діаспорного походження також активно підтримуються з-за кордону відповідними інституціями історичних батьківщин, однак і в цьому випадку необхідно конкурувати за органічне їхнє включення в надбання нашої держави та активне і творче його представлення з туристичною метою.

Доволі часто члени іноземних туристичних груп, замовляючи тематичні екскурсії, присвячені національній спадщині свого народу, перебувають у звичному для них полоні сформованих стереотипів та уявлень, вже наперед знають багато чого про об'єкти, які хочуть відвідати. Однак у ході екскурсії при вдалому поєднанні об'єктів культурно-історичного надбання інших народів вмілий екскурсовод може великою мірою посприяти хоча б частковій зміні попередніх стереотипів та пом'якшенню упереджень. Важливо, щоб показ цих об'єктів не мав різкого протиставлення, а тим більше деструктивного характеру і не спричинив конфліктного стану чи то всередині туристичної групи, чи між екскурсоводом і групою.

В західних областях України найбільш успішно для потреб туризму залучаються культурно-історичні надбання поляків у Галичині та угорців в Закарпатті, чому сприяє як багата та різноманітна спадщина, добре збережений стан багатьох об'єктів, так і ефективна, послідовна і виважена політика Польщі та Угорщина, постійна зарубіжна підтримка польських та угорських національних товариств. За останні роки туристичні потоки з цих країн неухильно зростали, хіба дещо скоротилися у зв'язку з війною на Сході України за минулі два роки. Однак навіть у цьому випадку існує ще багато невикористаних можливостей, здатних примножити туристичний потенціал регіонів, більш вдало формувати регіональну туристичну політику та розвивати співпрацю з партнерами з-за кордону.

При цьому можливості використання культурно-історичного надбання інших національних меншин розкриті значно менше і потребують активних і творчих зусиль.

ГЕОТУРИСТИЧНІ АТРАКЦІЇ ОЙЦОВСЬКОГО НАЦІОНАЛЬНОГО ПАРКУ (ПОЛЬЩА)

Юрій Зінько,

Львівський національний університет імені Івана Франка, Львів, Україна

Юзеф Партика,

Ойцовський національний парк, Ойцув, Польща

Ойцовський національний парк є найменшим з національних парків Польщі, але тут зосереджено дуже багато природних та історико-культурних атракцій. Парк має надзвичайно добрі умови для розвитку геотуризму. Він розташований у південній частині Краківсько-Ченстоховської височини (50°12' північної широти, 19°46' східної довготи) і охоплює середню частину Долини Прондніка довжиною 12 км (від Песковей Скали до Прондніка Коржкєвського), нижню і середню частини Сонсповскей долини довжиною 5 км та прилеглі фрагменти юрського підняття.

У районі розташування Ойцовського національного парку виходять на денну поверхню і відслонюються верхньоюрські вапняки потужністю близько 200 м, які утворилися внаслідок нагромадження значної кількості панцирів організмів, що жили у морі юрського періоду близько 150 млн. років тому. Вони мають переважно білий, світло-жовтий чи світло-сірий кольори. В околицях Ойцова є два типи вапняків – масивні і шаруваті. Скельні форми складені головню масивними вапняками, які вирізняються великою твердістю, щільністю і відсутністю включень кременів. Серед скам'янілостей найчастіше можна натрапити на губки. Розташовані між скелями території складені шаруватими вапняками з верств різної товщини – літологічно вони наближені до масивних, але вирізняються виразною шаруватістю і частими крем'яними включеннями. Серед скам'янілостей тут трапляються членистоногі і дуже рідко амоніти.

У палеогені на цій частині височини відбувались тривалі денудаційні процеси, які спричинили утворення тут розлогого, легко складчастого підвищення із середньою висотою близько 450 м н. р. м., названого

палеогеновою поверхнею вирівнювання. В околицях парку, головню від північно-західної сторони, край підвищення всіяний численними скелями-останцями, складеними стійкими масивними вапняками юрського віку, які у процесі перетворення височини не піддавалися процесам руйнування.

У пліоцені в південній частині Краківсько-Ченстоховської височини унаслідок сильної лінійної ерозії утворилася сучасна річкова мережа – води, що протікали з півночі на південь, виробили глибоко врізані яроподібні долини. Одночасно з розвитком долин внаслідок карстової діяльності підземних вод утворилися численні печери.

Льодовик, що лише раз дістався до підніжжя Карпат, вкрив територію височини глинами, пісками і гравійно-щебневим матеріалом, однак ці відклади здебільшого були винесені з долин. Під час молодших зледенінь (середньопольського і балтійського) нинішня територія національного парку перебувала під впливом холодного клімату. У кінці льодовикової епохи з півночі був нав'яний лес, який тепер вкриває височину плащем товщиною до 8 м. На ньому сформувалися родючі ґрунти. У голоцені відклалися у днищах рік мул, піски і гравійно-щебневі відклади. Голоценовими осадами є також травертини, які трапляються головню у долині Сонсповскей.

У рельєфі Ойцовського національного парку вирізняють дві головні групи форм – долинні і височинні. До першої групи належать яроподібні долини (глибиною близько 100 м), малі карстові долини (яри і крутосхилі долини), а також тераси, намивні і насипні конуси виносу; до другої – розсипані на височині юрські останці, оточені четвертинними відкладами.

Долини Прондніка і Сонспувки – це головні і постійно обводнювані карстові яри з крутими скелястими схилами і плоскими днищами, до яких впадають менші долини, найчастіше безводні. У місцях впадіння бічних долин часто утворюються характерні конуси виносу, які призводять до «спихання» потоків в долинах до протилежного берега (наприклад, конуси виносу Ямки, За Краковском Брамом, Коританя). Місця впадіння кількох долинок мають характерні скельні брами. Потоки Пронднік і Сонспувка живляться водами понад 20 щілинно-карстових джерел (місцева назва «вивержиска»), розташованих на рівні днищ долин, часто в коритах потоків чи поблизу них.

На узбіччях долин часто є цікаві вирівняні майданчики – фрагменти скельних терас, що пов'язані з черговими етапами розвитку долин. В Ойцові вони знаходяться на висотах близько 30–40 і 80 м над днищем Долини Прондніка, а у верхній частині долини – коло Песковой Скали (висота приблизно 12 і 40 м). Фрагменти згаданих скельних терас

утворюють мальовничі брами, скельні голки та інші скельні форми (наприклад, Краковська Брама, Ігла Деотими). На збережених терасових рівнях височіють руїни замків в Ойцові та Песковей Скалі.

Скелі Ойцовського парку мають цікаву форму і створюють неповторний краєвид. Серед найвідоміших можна відзначити такі як Скала Крижова, Скала Вернигори, Скала Пугача, Пільни Дул, Скали Похильце, Ламаньце, Ціхе, масив зі Скалами Башта і Коціца, Гродзіско, територія між Гродзіском і яром Пільни Дул, Збоче під Гродзіском, скелі Гури Коронней, Вдове Скали, група скель Дзюравец, Замкове, Над Траском, Скали Паненске, Скала Юнашувка, Скали Кавалерске, Скали Пралаткі, Забугає (Доліна Сонсповска), Скала Круковського та інші. У межах скель на території парку під охороною перебуває багата наскельна рослинність.

Під дією карстових процесів в Ойцовських долинах формувалася особливий краєвид. Особливою групою формуються зв'язані з вапняками і діяльністю скельних підземних вод, скельні сховища і печери. Краківсько-Честоховська височина є прикладом їх значної концентрації. До цього часу розвідано до 1000 печер і щілин (глибина 120 м), тобто малих печер. З них на територію парку припадає понад 400. До найбільших печер Ойцовського парку належать: Локетка (320 м), Цемна (230 м), Збуєвська (189 м), Окопи Велька Дольна (110 м), Сосновська (100 м), Краковська (96 м), Бяла (84 м), Козирна (90 м). Найдовшою печерою у південній частині височини є Вевчовська Чорна (950 м), розташована поруч з Ойцовським парком у долині Ключеводи. Найбільше печер знаходиться в ущелині Ямки, найменше – по боках долини Прондніка.

Безпосередня близькість Ойцовського національного парку до великого туристичного центра міста Кракова і його доступність сприяє інтенсивному туристичному руху, особливо у вихідні дні. Найвідвідуванішими місцями на його території є Брама Краковська, Злата гора, замок у Песковій Скалі, печери Локетка і Цемна, руїни Ойцовського замку, «Каплиця на воді», Шельмова гора, гора Окопи, джерела, Замковий парк, музей ім. В. Шафера з екоосвітнім центром.

Найатраційніший відрізок долини Прондніка – від Ойцова до Пескової Скали. Вздовж дороги, оточеної зеленню, трапляються історичні пам'ятки – старі будинки, млини. Збережений майже у первісному стані замок в Песковей Скалі є одним із найцінніших об'єктів архітектури доби Ренесансу в Польщі. Замок розташований на урвищі скелі над Прондніком. У його підніжжі височіє скеля «Мочуга (булава) Геркулеса» висотою 25 м, схожа на величезну палицю і обернена

вужчим кінцем додолу. Вона є цікавим прикладом дії карстових явищ і ерозії.

Печера Цемна (Темна) є одним із найстаріших у Польщі оселищ людини і найбільшим підземеллям такого типу на Краківсько-Ченстоховській височині (довжина 90 м). Скельний двір перед печерою, так званий Оброєц, є важливою археологічною пам'яткою – тут знайдено сліди стоянок мисливців з періоду палеоліту. Вважають, що цим нахідкам 120–115 тис. років. Серед віднайдених тут артефактів відзначимо групу камяних інструментів, які походили з періоду так званої культури мікоцько-прондніцької (70–54 тис. років до н.е.). В Обройцу знаходиться часткова реконструкція стоянки паліотичних мисливців. Піша траса до печери Цемної є однією з найцікавіших в Ойцові – звідси добре видно найкрасивіші місця у долині Прондніка. Пізніші археологічні стоянки з інших печер репрезентують культуру левалуасько-мустьєрську (близько 36 тис. років до н.е.) з періодом неоліту пов'язаний шахтовий видобуток кременю і його обробка в районі Ойцова.

Загалом, геотуристичні атракції парку є найпопулярнішими серед його відвідувачів і входять до складу усіх туристичних маршрутів. Територія Ойцовського національного парку добре облаштована для організації туристичного руху – тут є уся необхідна інфраструктура та інформаційно-освітнє забезпечення, промарковано маршрути, відповідно підготовлено об'єкти. Туристичний сезон триває від кінця квітня до початку листопада – за цей час парк відвідує близько 500 тисяч туристів. Як правило це люди, що приїхали з близьких місцевостей на сімейний відпочинок або туристи, що відвідують Краків.

ФОРМУВАННЯ ПРОФЕСІЙНОЇ КУЛЬТУРИ МАЙБУТНІХ МЕНЕДЖЕРІВ ТУРИЗМУ В ПОЗААУДИТОРНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ ВИЩОГО НАВЧАЛЬНОГО ЗАКЛАДУ

Анастасія Казьмерчук

*Житомирська філія Київського інституту бізнесу та технологій,
Житомир, Україна*

Досвід багатьох високорозвинених країн свідчить, що одним із провідних чинників економічного успіху є професійна підготовка спеціалістів у вищих навчальних закладах, рівень освіти яких має забезпечити ринок праці кваліфікованими, конкурентоздатними фахівцями. Сьогодні політика у сфері туризму, спрямована на розширення міжнародних, культурних зв'язків з іншими країнами та посилює проблему кадрового забезпечення. Це актуалізує проблему формування професійної культури майбутніх менеджерів туризму й вимагає вдосконалення процесу професійної підготовки.

Аналіз великої джерельної бази свідчить, що проблему культури особистості розглядають українські і зарубіжні вчені (В. Андрущенко, І. Ісаєв, Н. Крилов та ін.). Проблема формування професійної культури відображається у працях С. Анеліної, С. Вітвицької, Г. Васяновича, В. Мазіна, І. Михайличенка, І. Радомського та ін.

Розвиток України як незалежної держави, перспективи входження до Європейської співдружності, зростання внутрішнього та міжнародного туризму зумовлюють потребу в нагальній модернізації туристичної галузі, узгоджено із міжнародними стандартами, що відображається на нормативному рівні в законодавчих документах України «Про туризм» (1995), «Про курорти» (2000), Конвенції Державної цільової програми розвитку туризму та курортів на період до 2022 р. (2013 р) і ставить нові завдання перед системою вищої освіти, передбачає радикальне оновлення способів підготовки професіоналів для галузі туризму.

Реалізація концептуальних положень Болонського процесу передбачає створення європейського наукового та освітнього простору з метою самореалізації кожної особистості у професійній сфері. Однак, посилення ролі самостійної роботи та скорочення аудиторних годин, що передбачає Болонський процес, сприяють посиленню уваги до позааудиторної діяльності у вищому навчальному закладі.

Можливості використання позааудиторної діяльності у становленні висококваліфікованого спеціаліста знайшли своє відображення у наукових

дослідженнях А. Алексюка, М. Байнової, К. Байші, Л. Бобко, С. Вітвицької, В. Коваленко, Т. Ковальчука, О. Ковальчук, Л. Кондрашової, Л. Онучак, І. Сулим-Карлір, О. Чиж та ін.

Аналіз сучасної наукової літератури дозволяє виокремити декілька напрямів у теоретичному обґрунтуванні феномена професійної культури.

В. Сластьонін відзначає, що "культура – це завжди творчість із усіма характеристиками творчості, вона завжди розрахована на адресата, на діалог, а "засвоєння" її є процесом особистісного відкриття, створення світу культури в собі, співпереживання і співтворчість, де кожен знову знайдений елемент культури не перекреслює, не заперечує попередній шар культури" [7, с. 20].

В. Діденко виділяє конструктивний підхід, що розкриває діалектичний зв'язок педагогічних фактів і явищ з соціокультурними процесами в єдності з минулим, сьогоденням і майбутнім. Професійна підготовка в контексті окресленого підходу передбачає взаємозумовленість загальної та професійної культури, активне включення майбутніх спеціалістів у світ цінностей, технологій, прогнозування перспектив власного розвитку. Це можливо шляхом постійного подолання життєво важливих протиріч, самовизначення, самовдосконалення та збагачення своєї професійної культури [4, с. 77].

В результаті аналізу наукових праць можна уточнити наступне визначення. Професійна культура майбутнього менеджера туризму – це володіння особистістю системою наукових та практичних знань, умінь та навичок, професійних якостей та цінностей менеджера туризму, професійним мисленням, способом діяльності в сфері туристичного бізнесу та здатністю до творчої самореалізації у сфері професійної туристичної діяльності.

Фахівці з проблем педагогіки вищої школи (Л. Белікова, С. Вітвицька, Л. Кондрашова та ін.) [1; 3; 5] стверджують те, що поряд із розв'язанням завдань навчального процесу сучасний вищий навчальний заклад повинен створювати умови для задоволення потреб в організованому дозвіллі, насиченого інтелектуальною діяльністю, творчістю, спілкуванням, заняттями спортом тощо. Це свідчить про актуальність проблеми організації позанавчальної діяльності студентів є актуальною.

С. Вітвицька [3] розмежовує поняття "позааудиторна робота" і "позааудиторна діяльність". Позааудиторна робота характерна для адміністративно-прикладної педагогіки. В умовах особистісно-орієнтованого виховання йдеться про організацію позааудиторної діяльності студентів.

Позааудиторна навчально-виховна діяльність – це форма організації навчально-виховного процесу, яка не регламентується навчальним планом та програмами, здійснюється у позанавчальний час та включає форми, методи, засоби, що відповідають здібностям, схильностям та бажанням студентів та виконується як під керівництвом викладача, так і самостійно [2].

Позааудиторна діяльність включає позанавчальну діяльність та позааудиторну виховну діяльність. Виховна діяльність реалізує мету національного виховання і включає всі напрями виховання (патріотичне, моральне, трудове, фізичне, екологічне та ін.). Позанавчальна діяльність – це діяльність студентів щодо підвищення рівня знань та вмінь з фахових предметів.

Такий підхід дозволяє нам дати визначення позааудиторної діяльності. Позааудиторна діяльність це – діяльність студентів, що спрямована на підвищення професійної культури, розвитку та духовного збагачення студента, як особистості, яка відбувається у різних формах позанавчальної та виховної діяльності Місце позааудиторної діяльності у формуванні професійної культури майбутнього менеджера туризму, визначено такими державними документами: Законами України „Про освіту”, „Про загальну середню освіту”, „Про вищу освіту”; статутом вищого навчального закладу; положеннями про: студентське наукове товариство, студентський науковий гурток, проблемну групу; планами навчальної, виховної роботи вищого навчального закладу, природничо-економічного факультету та ін.

В сучасних умовах позааудиторна діяльність виконує роль єдиної ланки між теорією та практикою, між навчальним і виховним процесом у вищій школі, між вищими навчальними і загальноосвітніми закладами як під керівництвом викладача так і самостійно.

Дослідники виділяють декілька суттєвих характеристик позааудиторної діяльності.

По-перше, позааудиторна діяльність здійснюється у позанавчальний час, має відношення до сфери вільного часу і є особливою формою його організації. По-друге, позааудиторна діяльність відрізняється від навчальної за змістом і принципами організації. Навчальна діяльність характеризується нормативністю, оскільки регламентується навчальними планами, програмами, й надіндивідуальністю, обов'язкова для всіх і, за великим рахунком, ігнорує індивідуальні розбіжності. Позааудиторна ж діяльність відрізняється позанормативністю й індивідуальним характером. Це означає, що формування її змісту, форм і методів не регламентується й

зумовлене насамперед потребами й інтересами вихованців. По-третє, позааудиторна діяльність є особливим соціокультурним середовищем, яке створює умови для саморозвитку, соціальної самоідентифікації особистості, для реалізації нею власних природних задатків та здібностей [6]. Отже, можна зробити припущення, що позааудиторна діяльність є тим специфічним видом діяльності, який сприяє розвитку професійної культури майбутнього менеджера туризму й забезпечує високий рівень її сформованості.

Перспективи подальших досліджень полягають в розкритті сутності форм, видів та методів позааудиторної діяльності під час формування професійної культури майбутніх менеджерів туризму.

Список використаних джерел:

1. Беликова Л.Ф. Отношение студентов к внеучебной деятельности в вузе // Социол. исслед. – 2000. – №5. – С. 51 – 57.
2. Вишнякова С. М. Профессиональное образование : Словарь. Ключевые понятия, термины, актуальная лексика / С. М. Вишнякова. – М. : НМЦ СПО, 1999. – 538 с.
3. Вітвицька С. С. Педагогічна підготовка магістрів в умовах ступеневої освіти: теоретико-методологічний аспект: Монографія. – Житомир: Вид-во: ЖДУ імені І. Франка, 2009. – 440 с.
4. Диденко В. Н. Введение в педагогическую профессию : учеб. пособ. для студ. пед. учеб. заведений / Диденко В. Н. – Смоленск : [б. и.], 1999. – 198 с.
5. Кондрашова Л. В. Внеаудиторная работа по педагогике в педагогическом институте / Л. В. Кондрашова. – Киев; Одесса: Высшая школа. Глав. изд-во, 1988. – 160 с.
6. Овчаренко Г.Е. Педагогічні умови соціалізації студентів мистецько-педагогічних спеціальностей у позанавчальній діяльності: Автореф. дис. ... канд. пед. наук: 13.00.05 / Луганський національний педагогічний університет імені Тараса Шевченка. – Луганськ, 2005. – 22 с.
7. Слостенин В. А. Формирование профессиональной культуры учителя: учеб. пособ. / Слостенин В. А. – М. : Изд-во МПГУ, 1993. – 175 с.

ОСНОВНІ ПІДХОДИ ЩОДО ОЦІНКИ ІНВЕСТИЦІЙНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ ГОТЕЛЬНОГО ГОСПОДАРСТВА УКРАЇНИ

Вікторія Кізима

*Львівський національний університет імені Івана Франка,
Львів, Україна*

На сьогодні інфраструктура туризму Україна є надзвичайно привабливою для інвесторів завдяки потужному природному потенціалу, багатим рекреаційним ресурсам, великій кількості історико-культурних пам'яток. Враховуючи те, що готельне господарство є одним із основних індикаторів розвитку туристичного ринку і, водночас, інвестиційної сфери, готельне господарство України має усі передумови для створення сприятливого інвестиційного клімату та пошуку джерел фінансування спорудження нових і реконструкції чинних підприємств.

За зростання потреб національної економіки в додаткових обсягах інвестицій та через обмеженість можливостей вітчизняних інвесторів для реалізації інвестиційних проектів в Україні слід дедалі більше залучати іноземних капіталів.

За результатами щорічного рейтингового дослідження Міжнародної фінансової корпорації, група Світового банку “Ведення бізнесу - 2011” Україна поліпшила свою інвестиційну привабливість, просунувшись у рейтингу на дві позиції: з 147-го на 145-те місце. Це стало можливим завдяки поліпшенню становища за категоріями: “реєстрація підприємств” та “отримання дозволів на будівництво”, водночас погіршилася ситуація за категоріями: “реєстрація власності”, “доступ до кредитів”, “захист прав інвесторів” і “ліквідація підприємств”.

Інше дослідження опубліковано британською компанією Maplecroft і здійснюється для 196 країн світу вказує, що у рейтингу 2011 року порівняно з 2010 роком Україна перемістилася із 62-го на 74-те місце, опинившись між Буркіна-Фасо та Республікою Східний Тимор.

При складанні індексу Political Risk Atlas враховують 41 фактор, серед яких виокремлюють наявність збройних конфліктів, ситуацію з дотриманням законів і прав людини, рівень розвитку економіки та бізнесу, ступінь корумпованості та державного регулювання. Важливим є той факт, що за даними компанії Maplecroft в Україні, як і практично на всій території СНД, зберігається високий ризик для інвестицій приватного бізнесу.

Однак, залучення іноземних інвестицій в Україну, незважаючи на таку оцінку зберігає позитивну динаміку. Проаналізувавши країни, з яких поступає інвестиційний капітал в Україну, прийшли до висновку висновки, що основними країнами інвесторами, на які припадає майже 83% загального обсягу прямих інвестицій, є: Кіпр, Німеччина, Нідерланди, Російська Федерація, Австрія, Велика Британія, Франція, Швеція, Віргінські Острови, Британські та Сполучені Штати Америки.

Варто зазначити, що незадовільна диверсифікація джерел залучення прямих іноземних інвестицій в Україну від країн-інвесторів може бути ризиком залежності економіки України від політики кількох країн – основних інвесторів. У дослідженні найпривабливіших з точки зору інвестицій територій України спостерігається непропорційний розподіл обсягів залучення інвестицій між регіонами країни. Загалом інвестиційно привабливі регіони визначався за сукупністю показників економічного розвитку регіону та ринкової інфраструктури, показників, що характеризують розвиток фінансового сектору та людські ресурси тощо.

Відповідно до даних офіційні дані Держкомстату України лідерами інвестиційного рейтингу є наступні області: Дніпропетровська, Харківська, Донецька, Київська, Львівська, Одеська, Запорізька, АР Крим та м. Київ. Саме до даних регіонів надходить найбільше всього інвестицій – 89,7 % від всіх залучених прямих іноземних інвестицій. Зауважимо, що дані регіони, які на сьогодні вже є економічно розвинутими та найбільш привабливими для іноземних інвесторів. Проте, такий розподіл прямих іноземних інвестицій та інвестицій в основний капітал в регіональному розрізі не сприяє рівномірному соціально-економічному розвитку регіонів України та посилює подальше збільшення розриву у їх розвитку.

Варто зазначити, що відрив м. Києва від інших регіонів, таких як Харківська, Дніпропетровська, Одеська та Донецька області, що також мають достатньо високий рівень інвестиційної привабливості, виглядає досить переконливо. З'ясовано, що рейтинг м. Києва перевищує рейтинг вище зазначених регіонів, але

Загалом результати оцінки показників інвестиційного потенціалу в Україні в цілому дозволяє зробити висновок про те, що позитивна динаміка інвестицій спостерігається не для всіх територіальних районів України.

В контексті дослідження інвестиційного потенціалу готельної сфери в Україні, слід відзначити, що формування і розвитку інвестиційної системи, організації і управління її діяльністю показали, що не розроблені механізми взаємодії системи інвесторів готельного бізнесу з державними

органами управління. При цьому залишається невирішеним питання створення умов, стимулюючих участь в інвестиційних проектах готельної галузі і їх законодавча захищеність. Важливо відзначити, що при цьому, управління інвестиціями в готельному бізнесі дуже важливо сьогодні для ухвалення ефективних рішень, для побудови і якісного поліпшення економічного стану як готельного комплексу, так і усієї сфери відпочинку і ділового туризму.

Відповідно інвесторові, який вкладає капітал в готельну сферу в Україні необхідно враховувати особливості та тенденції розвитку даної сфери діяльності в кожному регіоні. Тому для інвестора одним з найважливіших напрямів досліджень на сьогодні має стати оцінка інвестиційної привабливості окремих галузей сфери послуг, зокрема готельного господарства. Зважаючи на вище сказане, виникає необхідність в різноманітній статистичній інформації та удосконаленні методів її обробки та аналізу.

Враховуючи ситуацію в економіці України, яка склалася на сьогодні набуває особливого значення оцінювання інвестиційної привабливості готельного господарства. З метою здійснення порівняльного аналізу та узагальнюючої оцінки інвестиційної привабливості регіонів важливим є використання багатовимірних показників, оскільки реалізація інвестиційного проекту в Україні пов'язана зі значним ступенем ризику.

Для успішної реалізації готельного проекту слід врахувати сукупність ряду ринкових факторів:

- попит на даний вид засобу розміщення;
- конкурентне середовище, в якому створюється підприємство;
- вартість землі під будівництво готелю, або ж її оренда;
- рівень комунальних платежів у конкретному районі;
- визначити максимально ефективний тип готелю, який задовольнятиме попит на готельні послуги найвигіднішим чином.

З огляду на це, приступаючи до створення нового готельного об'єкту, потрібно здійснити ряд заходів, які дають гарантію, що конкретний тип засобу розміщення є необхідним в даному регіоні, в конкретний період часу.

Визначення типу підприємства гостинності починається з дослідження стану ринку – аналізу інформації про поточний та минулий стан ринку, а також про тенденції потенційного конкурентного середовища. Слід враховувати той факт, що термін ефективної експлуатації готельного підприємства коливається в межах від 20 до 40 років.

Для визначення економічних тенденцій на найближче майбутнє необхідна довгострокова оцінка, яка визначатиме стабільність ринку, можливості його зростання, появу нових засобів розміщення на ринку готельних послуг конкретного регіону, а також стагнація ринку – відсутність активності в готельному секторі, а також аналіз ситуації, що може вплинути на економічний клімат.

Дослідження ринку готельних послуг базується на оцінці потенційного пропозиції і попиту. У нашому випадку створення готельного підприємства пропозиція - це наявність конкурентоспроможних коштів для будівництва готелю певної категорії та призначення в конкретному регіоні. Відповідно попит - кількість платоспроможних потенційних постояльців, які зупиняться у цьому готелі.

У більшості випадків на ринку готельних послуг прослідковується тенденція або надлишку пропозиції і відповідно зниження попиту, або, навпаки, брак пропозиції, що супроводжується підвищеним попитом на готельні послуги.

В наш час структура туристичної галузі і відсутність суттєвої внутрішньої конкуренція між готельними підприємствами сформували специфічні умови функціонування на ринку туристичних послуг. Для одних готелів стратегією їх подальшого розвитку є концентрація у вищому, делюкс-сегменті, для інших - у середніх і нижчих рівнях. Деякі компанії обирають стратегію пропозиції всіх типів розміщення, інші - тільки пропозиція послуг проживання.

Концепція вимог до готелів дуже змінилася останнім часом, сьогодні готель - це щось більше, ніж просто місце для ночівлі, це потужний механізм, що активно функціонує та розвивається, вимагаючи при цьому максимальної підтримки та більших інвестицій.

Інвестору для визначення типу ринку і його готовності прийняти новий засіб розміщення необхідно вивчити економічну базу регіону, у якому створюється готель, виявити в ньому наявність туристичних, рекреаційних чи інших ресурсів, які залучатимуть туристичні потоки відвідати регіон. Довгостроковий аналіз повинен передбачати вихід на ринок нового готельного підприємства таким чином, щоб навіть за умови, якщо в період коли планується виводити новий об'єкт в окремо взятому регіоні спостерігається підйом економіки не призвести до спаду завантаження готелів-конкурентів так і нового готелю.

Поряд з вивченням попиту і пропозиції на конкретному ринку при створенні готельного підприємства необхідно проаналізувати поєднання

показників у готелів-конкурентів, щоб виявити загальну для всіх закономірність.

Важливо детально дослідити регіон, в якому буде розташовуватися готельний об'єкт і проаналізувати:

- кількість транзитних поїздок і потенційних груп споживачів готельних послуг;
- віддаленість від транспортних магістралей різного типу;
- інфраструктуру вибраного місця розташування готелю;
- наявність поблизу підприємств харчування розважальних закладів;
- вплив фактору сезонності для транзитних поїздок;
- контингент відвідувачів;
- купівельну спроможність потенційних туристів;
- врахувати потенційне зростання кількості поїздок в даний регіон.

Із вище сказаного можна зробити висновок, що одним із найбільш актуальних питань діяльності підприємств індустрії гостинності в сучасних умовах господарювання, що відрізняються істотним рівнем економічних ризиків, є проблема низької оцінки інвестиційної привабливості даної галузі.

Комплексний підхід до розгляду даного питання в умовах сучасного економічного ринку можна здійснювати, спираючись на різні методологічні підстави. Проте, з нашої точки зору, тільки використання комплексного підходу може забезпечити інвестиційну привабливість підприємств готельного типу в Україні.

Список використаних джерел:

1. Боголюбов В.С., Бистров С.А. Економічна оцінка інвестицій в розвитку туризму. – К.: Academia, 2009. – 406 с.
2. Крапива С. В 2007 р. об'єм українського ринку організаційного туризму може бути 1 млрд. у.о. // Бізнес. – 2007. – №42. – С.18-19.
3. Севастьянова С.А. Регіональне планування розвитку туризму та готельного господарства / КноРус / 2010.
4. Про роботу готелів в Україні на кінець 2009 року на офіційному сайті Державного комітету статистики України [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>.

РЕКРЕАЦІЙНО-ТУРИСТИЧНА ПРИРОДНО-ГОСПОДАРСЬКА РІЗНОМАНІТНІСТЬ КАРПАТО-ПОДІЛЬСЬКОГО РЕГІОНУ УКРАЇНИ

Клавдія Кілінська

Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича

Чернівці, Україна

Інвестиційна привабливість рекреаційно-туристичної природно-господарської різноманітності (надалі – ПГР) узасаджена санаторно-курортним лікуванням, туристичним оздоровленням і знайомством з соціально-культурними пам'ятками, що є вкрай важливим для місцевого населення та населення з інших регіонів [2].

У 1939 році на території Карпато-Подільського регіону (надалі – КПР) функціонувало 69 санаторіїв із 7126 місцями [4]. Загальна кількість будинків відпочинку становила 7 (1215 місць). У 1950-х роках функціонувало 94 санаторії (10,0 тис. місць), 14 будинків відпочинку (1935 місць). Через десять років (1960-і роки) відбувся процес укрупнення санаторіїв (90) і збільшення кількості (13714) місць [5, 6]. Розбудова будинків відпочинку (17, 2680 місць) пов'язана з „напливом” рекреантів, які надавали перевагу лікуванню та відпочинку в горах рівнобіжно зі знайомством із природними умовами території та іншими видами оздоровлення. Цей процес у 80-х роках спонукав до інтенсивного будівництва пансіонатів і будинків відпочинку. На 1990-й рік територія КПР приймає рекреантів у 126-ти санаторіях (кількість місць– 36,1 тис.) та 19-ти будинках відпочинку на 3444 місця [6, 7].

Сьогодні переважна більшість санаторіїв та будинків відпочинку вміщують від 10-ти до 50-ти тис. осіб. Це мм. Трускавець, Моршин, Сколе (Львівська область), Яремча (Івано-Франківська область), селища Славське, Східниця, Верхнє Синьовидне, Великий Любінь, Брюховичі, Івано-Франкове, Немирів, Шкло (Львівська область), Чинадієве, Поляна (Закарпатська область), Ворохта (Івано-Франківська область), сс. Модричі, Опака, Гребенів, Корчин, Лисовичі, Смерічка, Розлуч (Львівська область), Сойми, Кваси, Голубине, Шаян (Закарпатська область), Микуличин, Татарів, Новий Мізунь, Мислівка, Шешори, Черче (Івано-Франківська область), Мигово, Горбово, Вижниця, Путила, Брусниця (Чернівецька область) та ін. Найбільшими на території Подільської височинної області є курорти-міста Немирів, Хмільник, в Українських Карпатах – Трускавець, Моршин, Верховина, та ін.

На території КПП функціонують бальнеологічні, кліматичні, екологічні курорти та курорти з кількома лікувальними властивостями. До бальнеологічних курортів належать Поляна, Сонячне Закарпаття, Немирів, Хмільник, Моршин, Трускавець, Верховина, Карпати, Квітка Полонини, Шкло, Синяк, Гірська Тиса, Свалява, Усть-Чорна, Скала-Подільська, Гусятин, Микулинці, Сатанів, Маків, Слобідка Сатанівська, Скоморохи. Основними видами лікування кліматичних курортів є фізіотерапевтичні процедури: сонячні та повітряні ванни, купання. Вони найкраще представлені у Закарпатській та Івано-Франківській областях. Екологічним курортом є Синевірська Поляна. До курортів з кількома лікувальними властивостями належать бальнеокліматичні – Верховина, бальнеогрязьові – Моршин, Трускавець.

Зріст зацікавленості до території КПП як до такої, що багата на місця відпочинку та розвитку рекреаційно-туристичної індустрії обумовлено тим, що практично у всіх ландшафтних районах є місцевості з певною рекреаційно-туристичною цінністю.

За останні роки рекреаційна географія КПП поповнилася новими видами відпочинку, лікування, туризму, різноманітними сферами послуг, які ще десять років тому не були відомі в Україні (В.Л. Петранівський М.Й. Рутинський, 2006 р.; М.Й. Рутинський, Ю.В. Зінько, 2006 р.). Маючи потужні запаси природних лікувальних властивостей, унікальні соціально-культурні об'єкти споглядання регіон вже сьогодні займає провідне місце в Україні за кількістю рекреантів. Рекреаційно-туристичний комплекс за значимістю та економічними показниками прирівнюється до промислового комплексу східної України. На перспективу, при вмілому керуванні та правильному виборі соціально-економічних стратегічних орієнтирів розвитку, він здатний значно підвищити матеріальний рівень регіону та підняти престиж української землі, що наділена цілющими умовами для лікування та відпочинку.

Основна більшість рекреантів надає перевагу району проведення відпочинку – сільський, міський; природним особливостям території, що наділені властивостями відновлення фізичних сил – зелений, екологічний, сільський; відпочинку за професійним спрямуванням – бізнес-туризм, банківський туризм, економічний туризм, історико-культурний туризм, тощо.

Історичні населені пункти та давні поселення доповнюють рекреаційну різноманітність території КПП. На її терені збереглися залишки давніх населених пунктів їх оборонні вали, скельні монастирі, печери з похованнями, костели, укріплення, цвинтарі, парки і палаци, інші

споруди. Комплекс унікальних об'єктів природного та господарського походження – печери слугують об'єктами спелеологічної туристичної діяльності. У фізико-географічному відношенні територія КПП належить до Подільсько-Буковинської та Передкарпатської карстових областей де зосереджено понад 130 карстових печер. Вони мають естетичне (зали-галереї багатоярусної будови) і лікувальне значення (Солотвино), використовуються як підземні спелеопалати, де проводиться лікування астми, бронхіту та інших захворювань.

Серед історико-культурної привабливості виділяються міста, що пов'язані з життям і діяльністю видатних людей, зокрема Данила Галицького, Ярослава Осмомисла, Івана Вишенського, Маркіяна Шашкевича, Івана Франка, Соломії Крушельницької, Ольги Кобилянської. Їх творчість слугує розвиткові літературно-меморіального туризму. До прикладу зазначимо, що в Українських Карпатах взято під облік більше 6-ти тисяч пам'яток історії, археології, мистецтва. На території КПП народилися, жили і працювали представники польської (А. Фредо, Г. Запольська), австрійської (К.Е. Ромер), угорської (Ш. Петефі, М. Мункачі), румунської (К. Емінеску), єврейської (Б. Шульц, Ш. Алейхем) культур, що є серйозним патріотичним і світоглядним стимулом для розвитку іноземного туризму.

Найтрадиційнішим наразі видом туризму є екскурсійно-пізнавальний. Популярними маршрутами є високогірні райони Українських Карпат, які щорічно приймають 40 млн. відпочиваючих і туристів та 60 млн. туристів, що здійснюють в гори одно- і дводенні поїздки та походи. В розпал сезону в горах перебуває 10 млн. туристів і 2 млн. екскурсантів вихідного дня. В межах Подільської височинної області атракційністю користуються унікальні в пізнавальному та науковому значенні Товтри (Медобори) [3].

Природно-заповідний туризм в контексті розвитку туризму виконує компромісну функцію. Він поєднує інтереси туристів в активному відпочинку на територіях природоохоронної категорії заповідності, стимулює до усвідомлення ними необхідності збереження цілісності і первинності навколишнього природного середовища. Ця філософська проблема практично реалізується на терені природоохоронних територій типу біосферний заповідник, національний природний парк і регіональний ландшафтний парк.

Природно-заповідний туризм наділений аспектами вивчення, моніторингу, охорони рідкісних, ендемічних і зникаючих видів біоти. На даний час до Червоної книги України занесено 455 видів рослинного

покриву і тваринного світу, що проростають та мешкають на території КІР. Це складає 49,3 % від загальної кількості видів рідкісної біоти Червоної книги України.

Територія КІР характеризується найвищими показниками видової різноманітності рослинного покриву (65-70 %), що занесені до Червоної книги України. Серед них на першому місці знаходяться судинні, на другому спорові, на третьому трав'янисті види і підлісок.

За відсотковими показниками видової структури тварин, що мешкають у лісах до загальної кількості видів тварин регіону, що занесені до Червоної книги України, територія КІР займає друге місце (65-75 %) після Волинського Полісся та Малого Полісся (понад 75 %). Переважають комахи, ссавці і плазуни [1].

Функціонально-правовий туризм відноситься до нових видів туризму. Він дозволяє знайомитися з формами і методами туристичного співробітництва держав – сусідів, відображає рівень усвідомлення спільності проблем і необхідності узгодження дій щодо їх розв'язання. Міжнародні угоди базуються на спільному вирішенні питань охорони природи та моніторингу. Прикладом, слугує природний заказник „Стужиця” у Закарпатській області, що став для багатьох країн Європи спільним об'єктом вивчення та формування перспективних міжнародних природоохоронних програм.

Українські Карпати наділені високим потенціалом рекреаційно-туристичної місткості. Площа використуваних та зарезервованих для рекреації ландшафтів складає 616,7 тис. га, а їх разова місткість (при екологічно допустимих навантаженнях) оцінюється в 1434,7 тис. осіб.

Показники обслуговування рекреантів наразі є оптимальними, але залишаються приблизними, тому що існуючий сервіс з врахуванням природно-ресурсного потенціалу й екологічних обмежень у 3-4 рази вищий. Наявні резерви освоєння рекреаційного потенціалу цілком достатні для забезпечення перспективного розвитку регіонального рекреаційного комплексу при умові зміни принципів його подальшого формування. За головні повинні бути виставлені а) екологічна безпека, б) інфраструктурне забезпечення, в) економічна ефективність рекреаційного освоєння.

Враховуючи світовий досвід рекреаційного природокористування наразі важливо зберегти існуючу регіональну модель рекреаційної різноманітності, яка є продуктом природи і вікової творчості етносу, своєрідною пам'яткою матеріальної і духовної культури соціуму, формує національну рекреаційну природно-господарську систему, що із покоління

в покоління зберігає матеріальні та духовні цінності природного ландшафту, характерність та не повторність історичного середовища, сакральність, святість місцевих пам'яток архітектури, культових закладів, релігійних храмів.

Список використаних джерел:

1. Кілінська К. Географія рідного краю / К. Кілінська // Навчально-методичний посібник. Випуск 5. - Чернівці. - Вид-во „Рута”, 2004. – 99 с.
2. Кілінська К. Еколого-прогнозна оцінка природно-господарської різноманітності Карпато-Подільського регіону України / К. Кілінська // Монографія. – Вид-во „Рута” - Чернівці: 2007 - 493 с.
3. Кілінська К.Й. Туристичні ресурси Карпато-Подільського регіону / К.Й. Кілінська // Вісник наукових досліджень. Серія ТУРИЗМ. Вип.1. - Тернопіль: 2006. - С. 56-65.
4. Народне господарство УРСР (статистичний довідник). // Державне видавництво „Народне господарство та облік”. - К.: 1935. - 664 с.
5. Народне господарство Української РСР у 1970 році. // Статистичний щорічник. – К.: Вид-во „Статистика”, 1971. – 565 с.
6. Народне господарство Української РСР в 1960 році. Статистичний щорічник // Державне статистичне видавництво. – К.: 1961. - 556 с.
7. Статистичний щорічник України за 1995 рік. – К.: Вид-во „Техніка” - 1996. - 576 с.

ІСТОРИКО-ГЕОГРАФІЧНІ ОСОБЛИВОСТІ ПАЛОМНИЦЬКО-РЕЛІГІЙНОЇ СИТУАЦІЇ У СТАРОДАВНЬОМУ СВІТІ

Андрій Ковальчук

*Львівський національний університет ім. Івана Франка,
Львів, Україна*

Паломницька подорож здійснюється до паломницьких об'єктів, які ми розуміємо як матеріальні релігійні об'єкти (культові та позакультові), а також – нематеріальні (сакральні) явища чи ефекти, що використовуються, можуть використовуватися чи використовувалися раніше у релігійній діяльності, переважно є святинями для віруючих та є доступними для їхнього відвідування. Культові об'єкти відомі вже у первісних суспільствах, – тому початки паломницьких подорожей сягають у доісторичні часи сучасної цивілізації. Можна припустити, що нині

неіснуючі цивілізації теж практикували паломництво, оскільки в них були розвинуті релігійно-паломницькі об'єкти.

Паломницькі центри як сукупність паломницьких об'єктів на компактній суміжній території за географією їх функціонування (зоною дії та зоною впливу) можна поділити на місцеві, регіональні та світові. Безсумнівно, що в ранні часи розвитку людства (десятки тисяч років тому) культові та релігійно-паломницькі об'єкти та центри мали локальне (місцеве) значення. Лише деякі із них поступово «виросли» до регіональних. Розглядаючи історико-географічні аспекти паломницького руху, можна зробити висновок, що у Стародавні часи вирішальний вплив мали саме регіональні паломницькі центри внаслідок своєї значимості не лише для окремого племені чи групи племен (як це притаманно для місцевих, географічно локалізованих паломницьких центрів чи об'єктів), а для цілого етносу та груп етносів. Паломницькі центри світового значення появились пізніше, виростаючи із регіональних завдяки збільшенню чисельності віруючих відповідних релігій та у зв'язку із їх (віруючих) географічною диференціацією.

Регіональні паломницькі центри відомі із середини IV тисячоліття до н.е. Саме тоді, а можливо й раніше, люди гуртуються у компактні щільно заселені міста. Тут виникають храмові комплекси, які відвідують не лише жителі даного міста, а й палігрими з його околиць чи, навіть, із сусідніх міст. Непропорційно великий вплив (порівняно із своєю невеликою територією) мали сакральні-храмові комплекси столиць перших держав. Дуже часто правитель держави був також верховним жерцем, або/і тісно «співпрацював» із кастою священнослужителів. Із храмового середовища виходили грамотні управлінці – урядовці даної держави. Тут формувалася державно-релігійна ідеологія, спрямована на упокорення народу, викликання у нього відчуття щастя жити у даній державі, могутність якої символізувалася власне монументальністю храмових комплексів. Часто храмові комплекси гармонічно поєднувалися із природними об'єктами: пагорбами, скелями, гаями, ріками тощо у мальовничі та візуально вражаючі сакральні ландшафти.

Відомі регіональні паломницькі центри були у густо заселених сільськогосподарських долинах великих річок теплового поясу: Тігру, Євфрату, Інду, Гангу, Хуанхе, Янцзи, Нілу, Йордану та ін. Наприклад, близько 3500 років до н.е. храмові комплекси було збудовано у центрах давніх міст Месопотамії, найвідомішими із яких були: Вавилон, Ур, Урук, Ашшур, Ніневія... Близько 2350 р. до н.е. відомі перші релігійно-церемоніальні центри у Трої, місцезнаходження якої більшість

дослідників дислокують на західному узбережжі Анатолії. На кінець IV – II тисячоліття до н.е. припадає розквіт будівництва сакральних-релігійних елементів: храмів, гробниць, пірамід у Єгипті (Мемфіс, Абу-Сімбела, Гіза, Фіви, Абідос та багато інших поселень).

Поза межами Азії (разом із африканським Єгиптом) регіональні паломницькі центри цивілізацій є значно молодшими, оскільки є молодшими й самі цивілізації (як причина та як наслідок виникнення паломницького руху). Наприклад європейська (західноєвропейська) цивілізація зародилася значно пізніше: із прийняттям християнства пів тисячі років після його виникнення, – як писав німець Г.Гете (H.Goethe) у II пол. XIX ст.: «Європа народилася у паломництві, а християнство є її рідною мовою». Для порівняно малочисельних стародавніх народів Європи, Африки, Америки, півночі Азії, Австралії й Океанії тисячоліттями раніше притаманні місцеві (локальні) паломницькі центри, що відображали племінну релігійну діяльність. Їх святилища, прикрашені наскельними рисунками функціонували ще 25 тис. років тому. Лише набагато пізніше у цих частинах світу появилися регіональні паломницькі центри.

Перші цивілізації Нового Світу (Північна і Південна Америки) виникли лише близько 1500 р. до н.е. Ольмекська, сапотекська та інші цивілізації, пізніше (I тисячоліття після Христа) – теотіуканська та цивілізація майя мали паломницькі центри у вигляді храмових комплексів, навколо яких розросталися передмістя. Найвідомішими поселеннями того періоду є Гопвел, Пуебло-Боніто, Галл-Лейк (Північна Америка); Теотіуакан, Чічен-Іца, Копан (Мексика); Кауачі, Уарі, Наска, Тіауанако (Анди); Маражо, Паковал (гирло Амазонки). Згодом (у середньовіччі) на їх місці виникли нові державні утворення, найвідоміші із яких мали ацтеки та інки. Храми, піраміди, мегаліти, поховання та інші збережені культові об'єкти автохтонних народів Америки донині є їхніми паломницькими об'єктами та хвилюють увагу сучасних туристів.

Тисячоліття на переломі до н.е. і після Христа знаменуються чіткою кристалізацією регіональних релігій із їх подальшою диференціацією на етнічні (національні) та світові. Чи не найпершими релігіями, що поширилися по Середземномор'ю були етнічно-національні релігії «торгівельно-мандрівних» народів. Перш за все представників мінойської та мікенської культур (приблизно 2000 – 1200 років до н.е.), а пізніше – фінікійців та (слідами фінікійців) – давніх греків. Фінікійці, вийшовши із прибережної смуги Палестини, колонізували острови та узбережжя Західного Середземномор'я: Балеарські, Сардинію, Мальту, захід Сицилії,

південне узбережжя Іберії (Піренейського півострова) та північне узбережжя Африки, заснувавши могутню торгівельну державу – Карфаген. Регіональними релігійними центрами стали пунічні (фінікійські) поселення: Бібл, Тір, Сідон, Арад (узбережжя Палестини); Кітіон (о. Кіпр); Лептіс (суч. Лівія); Карфаген, Утіка, Гадрумет (суч. Туніс); Гіппон (суч. Алжир); Караліс (Сардинія); Лілібей (Сицилія); Лінкс (суч. Марокко); Гадес, Абдера, Ебес (суч. Іспанія) та ін.

Перші колонізаторські експедиції греків відомі із середини VIII ст. до н.е. Греки, проживаючи на півдні Балканського півострова та заході півострова Мала Азія заснували свої поселення у Східному Середземномор'ї, навколо Чорного моря («обсіли Чорне море як жаби ставок»), на Сицилії та Апеннінському півострові. Помимо священних гаїв, гір та храмів, центрами паломництва еллінів були провісники долі – оракули, до яких зверталися царі й бідняки. Головні та найвідоміші священні оракули знаходилися у середній Греції (Дельфи), в Епірі (Додона) та у Карії у Малій Азії (Дідима). Із походами Александра Македонського грецька мова, культура та релігія поширилися аж до меж Індії. Таким чином прадавні пунічна (фінікійська) та елліністична (давньогрецька) релігії із місцевих швидко переросли у регіональні релігії. При великому бажанні їх можна назвати навіть світовими релігіями, що охоплювали значну частину тодішнього відомого світу.

Інша етнічно-національна релігія – іудаїзм поширилася по світу із примусовим чи добровільним розселенням їх носіїв – євреїв. Ще у 586-538 рр. до н.е. євреїв було примусово виселено до Вавилону. Іудейський храм в Єрусалимі став найважливішим паломницьким об'єктом всіх іудеїв аж до його зруйнування римлянами у 70 р. н.е. Відтоді процес єврейської міграції сприяв перетворенню іудаїзму із регіональної на світову релігію. До середини I тис. після Христа іудаїзм поширюється не лише в Азії (Палестина, Месопотамія, Мала Азія) та Африці (Єгипет, Карфаген, Ефіопія), а й активно проникає в Європу (Греція, Рим, Іспанія). Згодом іудеї переселяються й у Новий світ. При нинішніх класифікаціях релігій ми відносимо іудаїзм до національних, а не до світових релігій внаслідок малої чисельності їх віруючих (10-16 млн. за різними даними), які проте розкидано проживають по всьому світу.

Проте значно більші масштаби процесу перетворення регіональних паломницьких центрів у світові демонстрували глибокоазіатські релігії: індуїзм, даосизм, конфуціанство, синтоїзм, зороастризм, буддизм. Сам процес був багатообіцяючий, проте лише остання із перелічених релігій стала світовою. Сучасний індуїзм хоча й випереджає буддизм у кількості

віруючих (орієнтовно 1 млрд. проти 0,5 млрд. відповідно), але значно поступається йому за територіальним охопленням, «замкнувшись» переважно на півострові Індостан. Протягом всього процесу свого розвитку буддисти проводили активну місіонерську діяльність. Зародившись як секта індуїзму біля південного підніжжя Гімалаїв, буддизм отримав підтримку від царя Ашоки (III ст. до н.е.) та поширився у його імперії Маур'їв на більшу частину сучасних Індії, Пакистану, Бангладеш, Афганістану. Найвідоміші буддистські ступи (храми та об'єкти паломництва) знаходилися переважно у північно-східній Індії. Поширення нової релігії на захід не мало успіху через войовничість перських культурно-релігійних ідеологій. Натомість східні (китайські, тибетські, індокитайські) світогляди сприймали не лише буддистські, а й індуїстські вчення. Індуїзм зародившись раніше, дещо відставав від буддизму за своїм поширенням. Наприклад, у Бірмі, Камбоджі та на о. Ява зображення Будди появляються орієнтовно у 500 р., а спорудження індуїстських храмів починається щойно на 700 р. Також джайнізм, що зародився у VI ст. до н.е. в іншій північноіндійській державі, хоч і поширився по всій Індії (особливо у її західній частині), майже не проникав за її межі, внаслідок особливостей свого віровчення.

Відомими паломницькими центрами буддизму у ході його історичного проникнення на схід стали: Бодггая, Санчі, Саматг, Аджанта, Карлі (Індія); Лумбіні, Кусінагара, Лхаса (Гімалаї та Тибет); Анурадгапура та Полоннарува (Цейлон); Рангун, Пегу, Проме, Паган (Бірма); Ангкор і Сукхотай (Кампучія); Боробудур (о. Ява); Дуньхуан і Ваньфосю (Сіньцзянь); Пекін, Утайшань, Хуаншань, Уманшань, Путошань, Янданшань (Китай); Кьонджі (Корея); Нара, Кіото (Японія). Причому, якщо безпосередній сусід Індії – королівство Паган (суч. М'янма) стало буддистським, то східніші Кхмерська імперія (суч. Камбоджа і частина Таїланду) та королівство Чампа (суч. південний В'єтнам) відзначалися сильними індуїстськими впливами. Частина із вище перелічених релігійних центрів були святинями не лише для буддистських, а й для індуїстських паломників (наприклад, Ангкор чи Ангкор-Ват). Більшість із вищеназваних центрів діють донині як паломницькі та релігійно-туристичні.

Цікава особливість: всі славетні пророки, засновники чи реформатори більшості із вищеназваних азійських релігій проживали у VI ст. до н.е. Імперії, що перебували на стадії становлення, мали потребу у релігіях, спрямованих на об'єднання різноманітних племен та етносів із їхніми політеїстичними віруваннями. Тому такі релігії охоче

підтримувалися владою: династією Чжоу у Китаї (конфуціанство, даосизм); династією Маур'ї в Індії (буддизм) тощо. Це також дуже добре розуміли у Римській імперії, що зростала навколо Середземного моря. Зороастризм, що зародився, набув популярності у Персії (Ірані) та був підтримуваний перськими, а пізніше – сасанідськими правителями, швидко поширювався у Римській державі у формі мітраїзму. Крім Персії, зороастризм ставав панівною релігією у Середній Азії, північно-західній Індії (суч. Пакистан), Афганістані, Месопотамії, Закавказзі. Мітраїстськими центрами стали такі міста Римської імперії як Рим, Остія, Капуя, Болонья, Модена (Італія); Лептіс-Магна, Ламбезіс, Волубіліс (Африка); Емеріта-Августа (Іспанія); Лондіній, Дева, Ебурак, Верковіцій (Британія); Августа-Треверів, Колонія-Агріппіна, Аргенторат, Кенігсгофен, Брігецій (Бельгіка та Германія); Епідавр, Сердіка, Нови, Тиргушор (Балкани та Подунав'я); Альба-Юлія (Дакія); Сідон (Фінікія) та ін. Мітраїзм у межах власне Римської імперії не був популярний у сільській місцевості, а також у Греції, Єгипті, Палестині, Галлії, Малій Азії, тобто там, де мали сильні позиції давні регіональні релігії: елліністична, фараонська, іудейська, друїдська, культ Соля Аквуса та місцеві племінні релігії. Але перелічене вище дає нам право стверджувати, що зороастризм (чи із мітраїзмом, чи й без нього) перетворювався на ще одну світову релігію. Прийняття християнства державною релігією у Римській імперії зупинило просування зороастризму на європейські терени, а поява нової світової релігії – ісламу звела зороастризм до становища секти.

Цікавою також є географія поширення християнства. Зародившись у Палестині християнство поширювалося спершу серед греків та інших неіудеїв. Місіонерські подорожі св. Ап. Павла (46-57 рр.), його послання до віруючих та загалом активна діяльність сформувала Християнську Церкву такою як ми зараз її знаємо. У релігієзнавстві навіть існує термін «паулунізм», що позначає інтерпретацію християнського вчення цим іудеєм Савлом – римським громадянином із Тарса. Вже за століття від народження Ісуса Христа великі християнські громади ми спостерігаємо в Італії (Рим, Помпеї), Палестині (Дамаск, Пелла, Вифлеєм), Греції (Афіни, Коринф, Берей, Філіппи), а найбільше – у південно-західній частині Малої Азії (Пергам, Філадельфія, Смірна, Ефес, Тіатіра, Лаодікея, Іконій, Лістра, Дерба та ін.). Недаремно цей куточок сучасної Туреччини цікавий не лише пляжним, а й релігійним туризмом. На час започаткування св. Оленою паломництва у Палестину (див. [1]) християнство охопило значні простори Малої Азії, Греції, Палестини, Африки (Александрія, Карфаген,

Кірена із значними околицями), а в у Західній Європі – лише Рим з околицями, Марсель, Ліон, Трір, Кельн [2, с.44]. Християнство у Галлії (Франції) ширилося із півдня на північ та досягло Британських островів. Пізніше місіонери із Ірландії та Англії поверталися на південь і на схід проповідувати. Значно пізніше (VIII-X ст.) християнство охопило Німеччину та східніші країни. Найпізніше в Європі були охрещені скандинави, литовці та московіти.

Список використаних джерел

1. Ковальчук А. Чому ми святкуємо день туризму 27 вересня або маловідомі факти з історії паломництва / Ковальчук Андрій // Географія, економіка і туризм: національний та міжнародний досвід / Матеріали VII міжнар. наук. конференції. – Львів: Видавничий центр ЛНУ ім. Івана Франка, 2013. – С. 216-223.
2. Паркер Д. Історія світу. Атлас / Джеффри Паркер; пер. з англ. Н.Сивак, О.Ходзінська. – К.: ДНВП «Картографія», 2008. – 192 с.; іл.

ПИТАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ В ТУРИСТИЧНІЙ СФЕРІ

Володимир Ковешніков

*Національний університет харчових технологій,
Київ, Україна*

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

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

готель в Афінах, що отримав даний сертифікат. Такі інновації сильно зміцнили конкурентні позиції підприємства.

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

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

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

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

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

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

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

системи Alean не потрібно спеціального програмного забезпечення, тому що вона заснована на стандартних технологіях мережі Internet.

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

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

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

Компанії з краще розвиненими і найбільш успішними стратегіями краще здатні усвідомити свої сильні та слабкі сторони. Для них актуальним стає необхідність виявлення ключових стратегій, в яких використовуватимуться інноваційні технологічні ресурси всієї фірми. Безсумнівно, успішний ініціатор буде наділений певним престижем, але ініціатива не в кожному випадку є передумовою для успіху.

Необхідно зазначити що вчені різних сфер не завжди плідно працюють разом. Комунікаційні канали між керівництвом і дослідниками також найчастіше бувають незрозумілими; стандарти послідовного виконання і механізми контролю не завжди бувають визначені.

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

туризму» (Акапулько, Мексика), а також діяльність інших міжнародних об'єднань та асоціацій у сфері наукового туризму і технологій.

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

Список використаних джерел:

1. Ковешніков В.С. Мальська М.П. Роглев Х.Й. Організація готельно-ресторанної справи / Навч. посібник - К.: Кондор - Видавництво, 2015. - 752 с.
2. Квартальнов В.А. Туризм /Учебник/ - М.: Финансы и статистика, 2002. - 320 с.
3. Пазенок В.С. Туризмология. Теоретический образ туризма / Научное издание - К.: Академия туризма Украины, 2012. - 270 с.
4. Котлер Ф. Маркетинг. Гостеприимство. Туризм. - М. ЮНИТИ.: 2003. - 1063 с.

АКТУАЛЬНІ ПРОБЛЕМИ РОЗВИТКУ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ

Оксана Конарівська, Ольга Коротун

Національний університет водного господарства та природокористування, Рівне, Україна

В сучасних умовах господарювання ринок туристичних послуг виступає невід'ємною складовою розвитку національної економіки країни. Головною передумовою виникнення ринку туристичних послуг була потреба населення у змістовному проведенні дозвілля. Сьогодні у світі розвинутий ринок туристичних послуг – це ознака соціально-економічного рівня розвитку тої чи іншої країни. Аналіз ситуації на вітчизняному ринку туристичних послуг засвідчує повільний і нестійкий його розвиток. Причиною нерозвинутого ринку туристичних послуг є низка проблем у цій сфері, які потребують ретельного вивчення.

Дослідженням проблем розвитку ринку туристичних послуг в Україні займалися такі українські вчені: О.О. Любіцева, Т.І. Ткаченко, С.Ю. Цьохли, Л.М. Шульгіна та ін.

Незважаючи на велику кількість публікацій з означеної проблематики, дослідження проблем, що найбільшою мірою впливають на

розвиток ринку туристичних послуг, потребують подальшого глибокого дослідження.

У попередніх дослідженнях ми надали розгорнуте визначення поняттю "ринок туристичних послуг", під яким розуміємо систему економічних відносин між туристами (покупцями) і туроператорами (продавцями), а також туристичними агентами (торговими посередниками) та їх контрагентами з приводу купівлі-продажу туристичних товарів і послуг у даний час і у даному місці, які забезпечують функціонування даного ринку шляхом виконання економічних, ринкових, організаційних, стимулюючих та інформаційних функцій.

Перед тим як перейти до розгляду проблем розвитку ринку туристичних послуг України, визначимо його роль в економіці країни [1, с. 74]:

- врівноважувати попит і пропозицію туристичних продуктів, забезпечувати збалансованість туристичної сфери;
- надавати сигнали підприємствам сфери туризму за допомогою зворотних зв'язків: які туристичні продукти, в якому обсязі та в якій структурі слід надавати;
- очищувати туристичний комплекс і його економіку шляхом вимивання неконкурентоспроможних виробників, заміни застарілих туристичних продуктів новими.

Науковці В. Хаустова і Є. Горбатова виділяють велику кількість проблем, що притаманні ринку туристичних послуг, зокрема: відсутність відповідних законодавчих заходів, сприятливої податкової політики та інвестиційного клімату для інтенсивного розвитку в'їзного та внутрішнього туризму в регіонах, належного розвитку туристичної інфраструктури, некомерційного просування областей України як туристичного напрямку на міжнародному та внутрішньому туристичних ринках, а також відсутністю створення умов для підвищення туристичної активності населення [2, с. 184].

С. Ю. Чучмарьова розглядає десять основних проблем розвитку ринку туристичних послуг в Україні [3, с.171-173]:

1. Неефективне та нераціональне використання природних ресурсів.
2. Відсутність чіткої стратегії розвитку індустрії туризму.
3. Недостатньо розвинена інфраструктура, погана система транспортного обслуговування туристів та населення.
4. Низька якість надання туристичних послуг.
5. Низький рівень якості українських шляхів.

6. Проблеми з рекламою вітчизняних курортів.
7. Технологічна відсталість туристичної галузі.
8. Низький рівень кваліфікаційних вимог до підготовки і перепідготовки кадрів.
9. Недосконалість нормативно-правового поля, що регулює туристичну галузь в Україні.
10. Відсутність необхідних інвестицій для розвитку туризму – як внутрішніх (через тривалу економічну кризу), так і іноземних (через несприятливий інвестиційний клімат).

Виходячи з проведеного дослідження, можна визначити головні проблеми, що гальмують розвиток ринку туристичних послуг в Україні за такими видами:

1. Нормативно-правові (недосконалість і суперечливість законодавчо-нормативної бази та податкової системи).

2. Економічні (складне економічне становище, зниження платоспроможності основної частини населення, підвищення цін на послуги, що входять до складу туристичного продукту).

3. Управлінські (недосконалість системи державного управління, оскільки туристичні організації підпорядковані різним відомствам, що ускладнює їх координацію; відсутність чіткої стратегії розвитку ринку туристичних послуг).

4. Освітні (відсутні інноваційні проекти та наукові дослідження з питань розвитку, планування та прогнозування туризму в країні).

5. Матеріальні (нерозвиненість матеріально-технічної бази індустрії гостинності та сфери послуг).

6. Фінансові (відсутність необхідних інвестицій для розвитку туризму).

7. Логістичні (відсутність якісних доріг і сполучень між готельними, розважальними підприємствами, які б забезпечували комфортне проживання, ресторанными, що здійснюють обслуговування і харчування туристів).

Вважаємо, що для забезпечення дієвості ринку туристичних послуг необхідно здійснити заходи державного впливу, які б усунули системні проблеми ринку туристичних послуг в Україні. Це і буде предметом наших майбутніх досліджень.

Список використаних джерел:

1. Нездоймінов С. Г. Туризм як фактор регіонального розвитку : методологічний аспект та практичний досвід : монографія / С. Г. Нездоймінов. – Одеса : Астропринт, 2009. – 304 с.
2. Хаустова В. Є. Оцінка якості цільових програм розвитку туристичної галузі в регіонах України / В. Є. Хаустова, Є. Ф. Горбатова // Проблеми економіки. – 2014. – № 4. – С. 183-196.
3. Чучмарьова С. Ю. Проблеми розвитку туристичного ринку України / С. Ю. Чучмарьова // Проблеми та перспективи розвитку економіки і підприємництва та комп'ютерних технологій в Україні : збірник тез доповідей XI науково-практичної конференції, 30 березня – 4 квітня 2015 року / Міністерство освіти і науки України, Національний університет «Львівська політехніка», Інститут підприємництва та перспективних технологій. – Львів, 2015. – С. 170–173.

МОЖЛИВОСТІ І ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІВЕНТИВНОГО ТУРИЗМУ НА РІВНЕНЩИНІ

Сергій Коротун, Маргарита Яковишина

*Національний університет водного господарства та
природокористування,
Рівне, Україна*

У житті сучасної людини значне місце відведене подорожам. На даний час основним споживачем туристських товарів та послуг є середній клас. Це найширша верства населення у цивілізованому суспільстві.

За даними ЮНВТО за 2015 рік 53% усіх світових мандрівок склали подорожі з метою відпочинку і розваг [3]. В структурі організації дозвілля під час туристичної подорожі суттєва частка припадає на подієвий (івентивний) туризм. Зважаючи на багатовікову історію нашої держави та збереження давніх українських традицій даний вид туризму є перспективним для кожного регіону України. Крім збереження багатьох різноманітних традицій, наша держава має і значні природні ресурси, що створює великий потенціал для розвитку фестивального туризму.

Наявність різноманітних мальовничих ландшафтів (і поліських, і лісостепових), багата історія Рівненщини та чимало збережених історико-культурних об'єктів сформували значні рекреаційні і подієві ресурси для

організації туризму у даному регіоні. Нижче наводимо основні існуючі та перспективні фестивалі та інші туристичні масові заходи даного регіону:

1. Етнофестиваль "Бурштиновий шлях", основним елементом якого є вузькоколійна залізниця "Антонівка-Зарічне" довжиною 106 км, яка перетинає єдиний великий дерев'яний залізничний міст в Україні, побудований ще у 1906 році. Проводиться щорічно у смт. Володимирець.

2. Етнофестиваль "Новомалинська Любава". Місце проведення – с. Новомалин Острозького району біля руїн Новомалинського замку (територія національного природного парку "Дермансько-Острозький").

3. Мистецький соціально-екологічний фестиваль "Біле озеро".

4. Фестиваль "Горлиця", який відбувається у с. Маринин Березнівського району (територія регіонального ландшафтного парку "Надслучанський").

5. Фестиваль народної творчості "Зелене Купало в літо упало", який відбувається на свято Івана Купала у м. Корець.

6. Слов'янський фольклорний фестиваль "Коляда", що проводиться в період різдвяних свят у культурно-археологічному центрі "Пересопниця" (Рівненський район).

7. Всеукраїнський фестиваль гумору "Лауреат Нобельської премії", який відбувається щорічно в с. Нобель Заріченського району (територія регіонального ландшафтного парку "Припять-Стохід").

8. Молодіжний рок-поп фестиваль "Тарас Бульба". Відбувається щорічно у м. Дубно під мурами Дубенського замку.

9. Міжнародний молодіжний фестиваль традиційної народної культури "Древлянські джерела".

10. Міжнародний фестиваль ковальського мистецтва "Металеве серце України". Проводиться у Рівному в рамках святкування Дня міста.

11. Фестиваль козацтва в Берестечку, основними завданнями якого є вшанування битви 1651 року, в якій козацько-селянське військо Богдана Хмельницького розгромили поляки. Проводиться у с. Пляшева Радивилівського району

12. Спортивна-патріотична гра «Гурби-Антонівці», яка відбувається щороку на початку травня у лісовому масиві між селами Антонівці та Гурби - на великого бою УПА з військами НКВС. [1, 2].

13. Веломарафон "Поліська Січ", присвячений 75-річчю заснування "Олевської республіки" і бойового шляху УПА "Поліської січі" під командуванням Тараса Бульби-Боровця. Був проведений вперше 18-20 червня 2016 року. Понад 200 учасників з 15 областей та 37 міст України.

Це маршрут, який має великий потенціал і в перспективі може вийти на міжнародний рівень.

14. Велофестиваль і веломарафон "100 миль Дермансько-Острозьким національним природним парком". Був проведений вперше 27-28 серпня. Захід являв собою дводенний туристичний фестиваль. Паралельно, тим самим маршрутом відбувався одноденний ґрунтовий веломарафон.

Великим потенціалом для організації подієвого туризму на Рівненщині володіє селище Клевань, яке здобуло першість у Всеукраїнському конкурсі "Неймовірні села України 2016". Такі перспективні туристичні об'єкти, як Клеванський замок та "Тунель кохання", знаходяться саме на території села Клевань, що в околицях міста Рівного.

Серед важливих туристичних подій, варто згадати соціальний туристичний проект 2016 року "Всеукраїнський велопробіг "Вишиваний шлях". У межах Рівненської області маршрут пролягав територією Дермансько-Острозького національного природного парку, м. Остріг, с. Межиріч.

Пріоритетним завданням популяризації туризму серед населення має бути розробка регіональних, всеукраїнських та міжнародних туристичних маршрутів. Робота у даному напрямку у регіоні інтенсивно проводиться, на жаль, поки що за рахунок ентузіастів, без значної фінансової підтримки держави.

Великий етнокультурний і історичний потенціал для залучення туристів мають і такі об'єкти Рівненської області, як Тараканівський форт, Дубенський замок, тощо.

На думку авторів, одним з найбільш перспективних масових заходів, за умови впровадження вдалої маркетингової стратегії, є етнофестиваль "Новомалинська Любава", про який згадувалось вище. Дермансько-Острозький національний природний парк, на території якого проводився етнофестиваль, є на даний час поки що єдиним національним природним парком на Рівненщині. Новомалинський фестиваль має значний потенціал у розвитку як регіонального, так і міжнародного туризму. По-перше, це територія національного природного парку, яка сприяє розвитку екотуризму, а руїни Новомалинського замку і відносно гарно збережена каплиця досить вдало доповнюють чарівні краєвиди, які викликають неабияке захоплення у туристів. По-друге, дорога до Новомалина проходить через Межиріч, де можна побачити мальовничий Свято-Троїцький чоловічий монастир, що дозволяє сформувати насичену цікаву екскурсійну програму. По-третє, поруч з руїнами на р. Збитинка

знаходиться Новомалинське водосховище, за кілька метрів від берега в якому знаходиться досить цікавий видовищний об'єкт - відкрита гідротехнічна споруда (шахтний водоскид), що додає цій території освітньо-пізнавального значення. На наш погляд, на майбутнє, під час проведення фестивалю варто запланувати демонстрацію презентації про роботу та будову водоскиду, можливо й інших гідротехнічних споруд, але у адаптованій легкодоступній для сприйняття формі. Даний захід популяризуватиме науку, і може, навіть, проходити у форматі наукових пікніків. Крім того, ми вважаємо, що такий контраст, як демонстрація сучасних технологій та етнокультурного життя минулого, дозволить залучити туристів із різними смаками та сформувати цікавий унікальний туристичний продукт. Втілення цієї ідеї може взяти на себе Національний університет водного господарства та природокористування, який має потужну науково-практичну базу.

Отже, можна стверджувати, що туристичні ресурси Рівненщини мають великий потенціал для розвитку подієвого туризму в регіоні. Ефективним засобом збереження етнокультурної спадщини, формування високої екологічної свідомості населення та збільшення інтенсивності туристичних потоків на території Рівненщини можуть бути етнофестивалі та веломарафони.

На даному етапі історії розвитку туризму відкритим питанням залишається питання збільшення його доступності.

Список використаних джерел:

1. Коротун С.І. Етнофестивалі - рушійна сила розвитку туризму на Рівненщині / С. І. Коротун, М. С. Яковишина // Перспективи розвитку сільського та екологічного туризму в Україні: збірник тез I Міжн. наук.-практ. конфер., Березне, 20-21 травня 2016 р.: тези доп. / Гром. орг. "Рівненський центр маркетингових досліджень". – Рівне: Вид. О.Зень, 2016. – С. 36-38.
2. Яковишина М.С. Перспективи розвитку етнотуризму на Рівненщині/ М.С.Яковишина, Д.С.Семенюк // Розвиток українського етнотуризму: проблеми та перспективи: Зб. матер. IV Всеукр. наук.-практ. конф. молодих вчених, Львів, 25 лютого 2016 р. / Міністерство освіти і науки України, Львівський інститут економіки і туризму. - Львів: ЛІЕТ, 2016. - С. 292-299.
3. UNWTO e-library / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284418145>

ТУРИЗЪМ И РЕГИОНАЛНО РАЗВИТИЕ

Вилиян Кръстев

Економически университет Варна,

Варна, България

С най-голямо значение за акумулиране на реална сила в туризма на регионално и локално равнище се откроява процесът на стратегическо планиране на дестинацията [4]. Този процес дава възможност на субектите, изразяващи туризма, да реагират по адекватен начин на конкуренцията за пазари, инвестиции, кадрови ресурси и др., сдобивайки се с конкурентоспособност. Стратегическото планиране на дестинацията позволява да се осъществи в различен хронологичен диапазон (кратко-, средно- и дългосрочно) и детерминирана функционална насоченост (*стратегия на ръст; стратегия на стабилизация; стратегия на съхранение*), с отчитане зависимостта на факторите на вътрешната и външната среда. Сред главните фактори се открояват преди всичко онези, изграждащи геоикономическата система на дестинацията: обществена инфраструктура; нормативно-правна регламентация; инвестиционна привлекателност; комплексност на туристическия продукт; кооперативна зависимост между стопанските субекти; имидж на дестинацията и др.

Процесът на стратегическо планиране на туристическата дестинация включва: *ситуационен анализ* (обща оценка на функционирането и ефективността на регионалната туристическа система); *разработване на стратегически сценарии* (песимистични, оптимистични, реалистични); *определяне на приемлив сценарий и инструменти за реализация на стратегията* (практическо съгласуване на стратегическото планиране с регионалната власт и субектите на туризма). Вероятността за успешно реализиране на стратегията зависи от степента на съгласуване на интересите на различни, ангажирани в туризма, субекти, което стимулира създаване на регионални обединения и съюзи [4].

Преследването на ефективен резултат в стратегическото планиране на регионалното развитие на туризма извежда на преден план *кълстерните образувания*. Те обикновено възникват по инициатива на регионални власти, обществени организации или бизнеса, но дължат ефективността в развитието си на пространственото проявление на пазарните сили между субекти с изразена географска близост (ефект на мащаба). По такъв начин кълстерите създават конструктивна основа за рационално взаимодействие между частния сектор, държавната

администрация, научните учреждения на определена територия [3]. Преимуществовата на клъстера пред другите форми на туристическа организация се свеждат до формиране на специфична пазарна среда, в която се откриват възможности за сътрудничество (коопериране) между различни субекти. Ефектът от това взаимодействие се сдобива с по-висока рентабилност и производителност на труда като следствие от по-високата координация на съвместните действия. Освен това се постига съвместно използване на обслужващата инфраструктура, повишава се равнището на подготовка на кадри и мотивацията на заетите, и се увеличава темпът на разпространение на иновациите. Реализацията на тези конкурентни преимущества способства съществено за повишаване на икономическата ефективност на производството. В зоната на формиране на регионалните клъстери се стимулира създаване на специален режим на данъчно облагане и инвестиции, както и на обслужващи и координиращи структури.

Туристическият клъстер се състои от определена група субекти с подчертана географска близост, които, взаимодействащи си на кооперативен принцип, представляват териториално-туристически комплекс. Субектите, съставляващи клъстера, са обикновено обединени от единен туристически процес на обслужване на посетителите на дестинацията или участват в предлагането на общ туристически продукт. Съобразно създаването от взаимодействието им преимущества се засилва конкурентният геополитически потенциал на туристическото място. Клъстерът играе решаваща роля при формиране на туристически центрове (своеобразни полюси на силата), понеже стимулира развитие на иновационна среда, способстваща за повишаване на конкурентоспособността на мястото [2].

Един от най-емблематичните примери за успешно работещи туристически клъстери на регионално равнище е системата от национални паркове (НП) на САЩ. Статутът ѝ на най-развита и най-посещавана екотуристическа система в света се е сдобил с устойчиви конкурентоспособни характеристики, благодарение на инициативи от клъстерен характер. В началния етап на клъстерообразуване ключова роля за стимулиране на туризма изиграват железниците, чието сътрудничество се ангажира и със строителство на средства за подслон в близост до националните паркове. При някои от тях (НП „Глейшър”, щат Монтана) се пристъпва до решаване и на етносоциални проблеми (индианския резерват „Блекфит”) чрез съвместно участие на федералното правителство с редица частни и обществени организации. Заради приграничното си

положение още през 1932 г. „Глейшър” става първият международен НП в света, който се обединява с канадския „Вотертон Лейк” в Международен парк на мира. Днес този парк си партнира с редица организации по управление на територията, сред които обществени, частни земевладелци, нетърговски (екологични, природозащитни) организации и др. Всички те са обединени в многоаспектно използване на ландшафтите на националните паркове и опазване на цялостния им природен комплекс [4].

Партньорско сътрудничество на националните паркове в САЩ се осъществява и с местни общини при съставяне на планове за съвместно земеползване, какъвто е примерът с НП „Зайон”. В парка действат дори горски стопанства, които извършват санитарна сеч, а сградите с над 100-годишна история се ползват за офисни помещения и са част от антропогенния му ландшафт. На територията на други национални паркове (НП „Марш-Билингс-Рокфелер”, щат Върмонт) са съхранени действащи земеделски ферми, които свидетелстват за историята на стопанско усвояване на тези земи, служейки като пример за съхранение на автентичните културни ландшафти.

Аналогични клъстерни елементи в организацията и инициативата за създаването му се наблюдават при НП „Новоорлеански джаз” (щат Луизиана), който е насочен към увековечаване на джазовото музикално изкуство в тази част на САЩ. Този парк, нямайки отчетливи териториални граници, си сътрудничи директно с град Ню Орлиънс – легендарната столица на джаза, посредством различни организации и частни предприемачи. За балансиране на интересите на регионално равнище, към управлението (Службата на националните паркове) са привлечени много местни жители [4]. Цялата тази съвкупност от механизми за поддържане на висока привлекателност и туристическа ефективност на националните паркове на САЩ е само един от многобройните примери, доказващи необходимостта от създаване на туристически клъстери.

В случаите на неправилно проектиране в организацията на туристическата дейност се наблюдава обратен ефект – загуба на конкурентоспособност и изпадане в „капаните” на регионалното развитие. А. Ю. Александрова посочва три основни капана в регионалното развитие на туризма: точковия подход в организацията, пораждащ фрагментация на териториалната структура на туризма; различното възприемане на туристическия продукт между производители и потребители, предизвикващо съдържане на туристическия интерес към дестинацията; разрива между проектирания туристически продукт като автентично

впечатление за дестинацията и стереотипните представи на туристите за нея [1].

Список источников:

1. Александрова, А., О. Ступина. Туристское регионоведение. Москва: Кнорус, 2014, (176 с.).
2. География туризма (под ред. А.Ю. Александровой). Москва: Кнорус, 2009 (592 с.).
3. Ковалёв, Ю. Факторы развития кластерных инициатив в туристской сфере. // Региональные исследования, Том 25, №4–5, 2009, с. 23–31.
4. Майоршина, С. Национальные парки США в начале XXI века. // Региональные исследования, Том 13, №3, 2007, с. 38–43.
5. Тарасёнок, А. Геоэкономика туризма. Минск: Новое знание, 2011 (272 с.).

ОСНОВНІ ТЕНДЕНЦІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СУЧАСНИХ ФОРМ ТА ВИДІВ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Руслана Кривенкова, Марія Ханзерук

ДВНЗ «Ужгородський національний університет»

Ужгород, Україна

Наша держава має об'єктивні передумови для інтенсивного розвитку сучасних різноманітних форм та видів туризму. Цьому сприяють особливості географічного положення, рельєфу території, сприятливий клімат, багатство природного та історико-культурного потенціалів, збереження самобутності народного мистецтва і традицій.

Потрібно підкреслити, що Україна володіє значним туристичним потенціалом, який у розвинутих країнах є важливим джерелом підвищення добробуту населення. Однак сучасний туристичний бізнес у нашій державі розвивається з переважною орієнтацією на виїзний туризм. Велика кількість діючих в Україні туристичних фірм віддає перевагу перевезенням українців за кордон у «новомодні» курорти і тільки невелика їхня частина працює на залучення іноземних гостей.

А. Виноградська зазначає, що «розвиток рекреаційно-туристичного комплексу України є напрямком розвитку національної економіки і культури, важливим фактором підвищення міжнародного престижу країни, джерелом соціально-економічного розвитку регіонів, важливою умовою збереження історико-культурної спадщини» [1, с. 27].

Якщо інтерпретувати класичну латинську сентенцію «Коли говорить зброя, замовкають музи» у сучасному розвитку туризму в Україні, то вона може звучати так: «Коли говорить зброя, туризм підраховує збитки». Однак нестабільність певних регіонів держави може навіть стимулювати розвиток ринку туристичних послуг у регіонах, віддалених від зон бойових дій (наприклад, у Закарпатській та Волинській обл.).

Коли економіка країни слабка, варто спиратись на ті галузі, які можуть дати прибуток і не вимагають особливих капіталовкладень. Однією з таких галузей є саме туризм, адже індустрія туризму неодноразово потрапляла в скрутне становище і часто виходила з нього ще з кращими показниками, ніж до кризи. Можна згадати уряди країн, де рекреаційна галузь є основою економіки і які намагаються надавати максимальну підтримку туристичному бізнесу. Зокрема, у Туреччині та Єгипті було знижено рівень оподаткування, введено пільгові тарифи на комунальні послуги, що дозволило додатково зробити доступнішими туристичні ресурси.

Щодо основних тенденцій та перспектив розвитку іноземного (в'їзного) туризму, то він залишається пріоритетним видом туризму для України як вагомий чинник поповнення державної скарбниці та створення додаткових робочих місць. Для його розвитку доцільно оптимально розповсюджувати рекламу на міжнародному туристичному ринку.

Як констатує С. Сисоева: «Україна має понад 4,5 тис. закладів розміщення туристів і відпочиваючих на 620 тис. місць, але вони потребують модернізації та реконструкції відповідно до міжнародних стандартів, підтримання в належному стані потребують і рекреаційні зони, пам'ятки культури та архітектури України, інші об'єкти туристичних чи екскурсійних послуг» [3, с. 351].

На фоні масштабів розвитку світового туризму Україна особливо не відрізняється. Причини цього варто шукати в складній соціально-економічній ситуації в державі, відсутності ефективної стратегії стимулювання туристичної індустрії та розвитку галузі туризму як на національному, так і регіональному рівнях.

З метою всебічного задоволення потреб іноземних туристів у туристичних послугах, збільшення валютних надходжень основна увага повинна зосереджуватись на розвитку саме внутрішнього туризму.

Потрібно акцентувати увагу також на можливості законодавчого введення на території певних регіонів (наприклад, Карпатського регіону, Шацьких озер, с. Вилкове Одеської обл., м. Кам'янця-Подільського тощо) спеціального режиму інвестиційної діяльності з метою залучення

зовнішніх інвестицій у розвиток туристичної індустрії на цих перспективних територіях. До потенційних інвесторів можна віднести, до прикладу, представників численної української діаспори.

Варто зосередитись на розвиткові сільського туризму, який європейські експерти називають «напрямом ХХІ ст.» [4, с. 11]. Для його розвитку недостатньо тільки красивої української природи, а потрібні й діючі закони. Світова практика показує, що розвиток інфраструктури сільського туризму не потребує значних фінансових витрат. Українські Карпати є тим ареалом, де він повинен розвиватись якнайшвидше. Територія України має значну ресурсну базу та всі передумови для розвитку цього виду туризму. Незайнятість сільського населення дає великий резерв трудових ресурсів, який може бути залучений у сферу сільського зеленого туризму. Селянин-фермер в межах сільського туризму може організувати: активний, гастрономічний, культурно-етнічний, хобі-туризм та екотуризм. Іноземці матимуть змогу подивитись на особливості українських національних традицій, побут, культуру, майстерність ремісників та ін.

Один із ініціаторів та організаторів розвитку сільського туризму в Україні, голова правління Спілки сприяння розвитку сільського зеленого туризму в Україні В. Васильєв зазначає, що «сільський зелений туризм здатен задовольнити потреби як любителів пасивного, так і прихильників активного відпочинку. У цьому сенсі він є універсальним і це теж йде йому на користь» [4, с. 10].

Прикладом є наші сусіди – Польща, Словаччина, де показник зайнятого сільського населення в агротуризмі протягом десяти років зріс від 1% до 10% [4, с. 10]. Однак, якщо на Заході сільський туризм – це найдешевший вид відпочинку, то наші власники агроосель намагаються продати свій продукт якомога дорожче. Через це такі власники стають неконкурентними [4, с. 10]. У більшості держав ціни базуються на витратах, тому, якщо ми хочемо бути конкурентними, то повинні привабити ціною, яка відповідає якості.

Створення в Україні високорентабельної сфери сільського туризму, здатної виробляти та реалізовувати якісний, конкурентоздатний в умовах міжнародного туристичного ринку продукт, дозволить: 1) збільшити туристичний потенціал країни; 2) зберегти та забезпечити раціональне використання культурно-історичних та природно-рекреаційних ресурсів; 3) забезпечити доступність туристських ресурсів для всіх верств населення та максимально задовольнити потреби у туристських послугах; 4) підвищити ефективність взаємодії державних та приватних структур у

сфері сільського туризму; 5) сприяти розвитку малого та середнього бізнесу.

Недостатній розвиток саме агротуристичного продукту та його повільне просування на туристичних ринках потребує нагального вирішення. Необхідно прийняти нормативні документи, які регулюватимуть діяльність різних форм сільського туризму а також забезпечення організаційної та матеріальної підтримки з боку держави нового виду послуг на селі – агротуризму. Збагачення та урізноманітнення відпочинкових пропозицій, підвищення рівня комфорту агроосель, посилення інформаційно-рекламної діяльності у галузі сільського туризму зумовить збільшення кількості іноземних туристів в Україні.

Останнім часом в усьому світі прискореними темпами розвивається діловий туризм, оскільки він є одним з найбільш прибуткових і має велике значення, з економічної точки зору, для приймаючої країни. Багато вітчизняних готелів у своїй рекламі стверджують, що вони здатні надати всі послуги, необхідні діловим туристам. Однак, як констатує О. Головка, «менше 20% українських готелів сьогодні відповідають вимогам світових стандартів за рівнем комфорту» [2]. Для цього потрібно здійснити реконструкцію діючих готелів та покращити рівень обслуговування відповідно до світових стандартів.

Напрямок державної туристичної політики повинна бути підтримка галузей і виробництв, що є постачальниками товарів та послуг для підприємств туристичної індустрії. Особливу увагу також слід приділити відродженню і підтримці місцевих ремесел, фольклорних та культурних традицій, народних звичаїв, щоб туристи змогли відчувати український колорит.

Українським містам варто більше працювати на перспективу залучення як туристів-співвітчизників, так і туристів з сусідніх держав (наприклад, білорусів, поляків та ін.). Окрім вже популярного фестивального туризму, необхідно більше орієнтуватись на розвиток конференц-туризму, рекреаційного, велосипедного, лікувально-оздоровчого, релігійного, гастрономічного, гірськолижного видів туризму тощо.

Також слід згадати і про водний туризм, який має багаторічні традиції. Для розвитку його інфраструктури в Україні варто розглянути питання створення парусного спорту та сучасної яхтинг-індустрії, яка б включала яхт-центри загальноприйняті у міжнародній практиці.

Наша держава має значні перспективи розвитку сучасних форм та видів туризму. Реалізація економіко-правових, організаційно-

координуючих заходів сприятиме створенню конкурентоспроможного туристичного ринку в Україні. Для цього потрібно розвинути сільський, водний, діловий, конференц-туризм, хобі-туризм та ін. Це потребує значних капіталовкладень за умови «грамотного» планування та ефективної реалізації проєктів, а також поширення інформації про Україну та її туристичні можливості на міжнародному туристичному ринку.

Список використаних джерел

1. Виноградська А. М. Зростання авторитету України туристичної / А.М. Виноградська / Український промисловець. – 2000. – №4. – С. 26–31.
2. Організація готельного господарства: навч. посіб. / За ред. О. М. Головка. – К.: Кондор, 2012. – 338 с. – Режим доступу: <http://webcache.googleusercontent.com/search?q=cache:rWd3h1aemJQJ:irbis-nbuv.gov.ua>
3. Сисоєва С. О. Державне регулювання туристичного бізнесу в Україні / С.О. Сисоєва // Ефективність державного управління: зб. наук. праць. – 2014. – вип. 40. – С. 350–355.
4. Туризм сільський зелений: наук.-популяр. журнал // Гол. ред. М. Халимоненко. – 2002. – № 11. – С. 10–13.

ІНФРАСТРУКТУРА ТА ЇЇ РОЛЬ У РОЗВИТКУ ГЕОГРАФІЇ ТУРИЗМУ

С. Кузик, П. Кузик

*Львівський національний університет ім. Івана Франка,
Львів, Україна*

Інфраструктура – важливе поняття у суспільно-географічній науці та відносно нове у географічній термінології. Воно походить від лінгвістичного змісту латинських слів *infra* - «нижче від» і *structura* – «побудова», що означає основа, фундамент.

Термін «інфраструктура» вперше розглядається у працях економістів: Х. Зінгер, А. Янглос, П. Розенштейн-Родан, В. Красовський, К. Андрущенко. Так, останній дане поняття зводить до того, що інфраструктура виступає як складова частина загальної будови економічного життя, котрі мають допоміжний характер, забезпечуючи ефективну діяльність економічної системи загалом. Серед вчених-

географів – О. Шаблій, І. Маєргайз, С.Юрченко інфраструктуру розглядають як сукупність галузей, що мають зазвичай міжгалузевий характер і спрямовані на обслуговування господарства загалом або найбільших господарських сфер, комплексів, вузлів.

У секторальному складі інфраструктури, а саме: виробничої, ринкової, науково-технічної, соціальної, економічної, військової важливе місце займає туристична.

Чимало науковців розглядають туристичну інфраструктуру у вигляді сукупності підприємств, установ, закладів, діяльність яких спрямована на задоволення потреб людей в оздоровленні й відпочинку, а також шляхів сполучення, транспорту і об'єктів розміщення туристів, що забезпечують їхнє стабільне функціонування.

На думку молодого вченого І. Рудакевича, туристична інфраструктура – це сукупність транспортних, гастрономічних, екскурсійних, торговельних, фінансових та інших послуг, котрі надають туристам. Ми розглядаємо туристичну інфраструктуру як цілісну систему, що складається з двох підсистем туризму – соціальної та виробничої, взаємопов'язаних і взаємообумовлених відносно обслуговуючого суб'єкта. У свою чергу інфраструктура певною мірою формує туристичні регіони, сприяє туристичній спеціалізації та профілю господарювання, адже завдяки наявності інфраструктурних зв'язків між окремими об'єктами визначають якість обслуговування туристів на внутрішніх і міжнародних турмаршрутах. Функції інфраструктури туризму пов'язані зі забезпеченням переміщення, проживання, харчування, екскурсійного обслуговування туристів і задоволення їхніх культурних, комунальних, комунікаційних та інших потреб.

Складовими елементами інфраструктури туризму постають первинні й вторинні підприємства сфери послуг. Первинні – туристичні фірми, колективні – готелі, мотелі, пансіонати, туристичні бази, кемпінги, будинки відпочинку, ботелі, фотелі й індивідуальні засоби розміщення (власне житло, орендоване помешкання приватних осіб, житло, яке надають безоплатно родичі або знайомі).

До вторинних підприємств сфери послуг належать засоби транспортного сполучення, підприємства торгівлі та харчування, відділення зв'язку, пункти обміну валюти, комунально-побутові підприємства, культурно-глядацькі заклади, контрольно-рятувальні служби тощо.

Для обслуговування туристів можна використовувати і загальні підприємства. Серед таких інфраструктурних підприємств туризму чільне

місце посідає сувенірне виробництво, яке ґрунтується на створенні й популяризації мистецьких зразків і враховує національні особливості території, де прокладені туристичні маршрути.

Список використаних джерел:

1. Андрющенко К. А. Розвиток виробничого інфраструктурного комплексу в національній економіці: науково-теоретичні засади, методологічні основи, механізми економічного регулювання: монографія / К. А. Андрющенко. – К. : ТОВ «ДКС Центр», 2014. – 420с.
2. Кузик С. П. Теоретичні проблеми туризму: суспільно-географічний підхід : монографія / С. П. Кузик. – Л. : ЛНУ ім. І. Франка, 2010. – 254с.
3. Рудакевич І. Р. Геопросторові аспекти підготовки туристичної інфраструктури міста Тернополя до «Євро - 2012» / І. Р. Рудакевич // Наук. зап. Тернопіль. нац. пед. ун-ту. – Т., 2011. – Вип. 1. – С. 113 – 118 (Серія : географія)
4. Юрченко С. А. Інфраструктура мира : учеб. пособ. / С. А. Юрченко . – Х. : Изд-во ХНУ им. В. Каразина, 2006. – 328 с.
5. Шаблій О. І. Нові тенденції геопросторової організації інформаційного суспільства / О. І. Шаблій // Географічна наука і практика : виклики епохи : матеріали між нар. наук. конф., присвяченої 130-річчю географії у Львівс. ун-ті (м. Львів, 16-18 травня 2013 р.) : у 3 т. – л. : ЛНУ ім. І. Франка, 2013. – Т. 1. – С. 25-30.

ОСОБЛИВОСТІ ЗАСТОСУВАННЯ ІНСТРУМЕНТІВ СТРАТЕГІЧНОГО АНАЛІЗУ МОЖЛИВОСТЕЙ РОЗВИТКУ РЕКРЕАЦІЙНО-ТУРИСТИЧНИХ ГОСПОДАРСТВ

Евеліна Кульчицька, Іван Дідович
*Національний лісотехнічний університет України,
Львів, Україна*

При здійсненні управління розвитком рекреаційно-туристичної діяльності необхідно враховувати, що зовнішнє середовище рекреаційно-туристичних господарств, як і будь-яких інших підприємств, є швидкозмінним, що вимагає швидкої реакції з боку керівників. Для аналізу можливостей розвитку та визначення стратегій розвитку рекреаційно-туристичної діяльності можна застосовувати такі інструменти стратегічного аналізу як: SWOT-аналіз, SPACE-аналіз, PEST-

аналіз, STP-аналіз, GAP-аналіз, метод аналізу LOTS, PIMS-аналіз, вивчення профілю об'єкту, стратегічна модель М. Портера, матриця BCG, матриця «GE/McKinsey», матриця І. Ансоффа, модель Shell/DPM, модель Hofer/Schendel, модель ADL/LC, збалансована система показників (BSC), матриця ризиків, полікритеріальна діагностика розвитку підприємств, непрямий метод тощо. Зазначені методи є загальновідомі, але в залежності від сфери застосування можуть мати свою специфіку та бути модифіковані.

Абревіатура *SWOT* утворена з перших літер англійських слів: *Strengths* (сили), *Weaknesses* (слабкості), *Opportunities* (можливості), *Threats* (загрози). Аналіз базується на зіставленні ринкових можливостей і загроз (зовнішнє середовище) із сильними і слабкими сторонами діяльності підприємства (внутрішнє середовище) [2, 5]. У результаті можна виділити варіанти стратегій розвитку рекреаційно-туристичного господарства, для реалізації яких є зовнішні і внутрішні можливості. Особливу увагу потрібно приділити аналізу наявних рекреаційно-туристичних ресурсів підприємства, оцінці рекреаційного потенціалу територій, на яких буде здійснюватись чи здійснюється рекреаційно-туристична діяльність, а також визначенню фактичного рівня використання цього потенціалу. Доцільно також приділити увагу оцінці еколого-економічно допустимого рекреаційного навантаження, методика визначення якого представлена у праці [3]. Існуючі можливості та загрози можна визначити в результаті проведення маркетингових досліджень, що передбачають аналіз факторів макро- (економічні фактори, демографічні, природні, політико-правові, соціально-культурні та науково-технічні, у тому числі існуючі інноваційні технології у рекреаційно-туристичній сфері) та мікросередовища (аналіз споживачів рекреаційно-туристичних послуг, конкурентів, посередників, постачальників та контактних аудиторій) функціонування підприємства.

Метод SPACE-аналізу є похідним від SWOT-аналізу й застосовується для оцінки сильних та слабких сторін діяльності невеликих підприємств за такими групами критеріїв: фінансова сила підприємства, конкурентоспроможність підприємства, привабливість галузі, стабільність галузі. На основі вивчення ключових критеріїв у складі кожної групи складається матриця спрямованої стратегії в системі координат SPACE та будується вектор позиції підприємства, що оцінюється. Положення вектора визначає тип рекомендованої стратегії (консервативна, захисна, конкурентна, агресивна) для зміцнення конкурентних позицій [1, с. 150].

PEST-аналіз (іноді позначають як STEP) - це маркетинговий

інструмент, призначений для виявлення політичних (P - political), економічних (E - economic), соціальних (S - social) і технологічних (T - technological) аспектів зовнішнього середовища, які впливають на діяльність підприємства. Однак в умовах діяльності рекреаційно-туристичних господарств необхідно застосовувати такий різновид PEST-аналізу як PESTLE – аналіз, який розширений двома факторами (Legal - правовий і Environmental - екологічний). Аналіз екологічного фактору є особливо важливим для розвитку екологічного туризму, оскільки успіх його розвитку залежить від якості навколишнього середовища, адже туристи цінують саме її першоствореність.

Абревіатура *STP* утворена з перших літер англійських слів: *Segmenting* (сегментація), *Targeting* (вибір цільового ринку) та *Positioning* (позиціонування). За допомогою цього аналізу визначають цільові ділянки ринку (сегменти чи ніші), на яких конкретне підприємство зможе реалізувати свої порівняльні переваги і нівелювати відносні недоліки (щодо конкурентів) [5, с. 14].

Методологія GAP-аналізу дає можливість на основі дослідження фактичних і потенційних потоків прибутку від виробництва і реалізації рекреаційно-туристичних послуг виділити прогалини ринку, які можна заповнити новими послугами.

Метою методу аналізу LOTS є розроблення заходів для найбільш повного задоволення вимог споживачів рекреаційно-туристичних послуг. Сутність застосування методу полягає в ґрунтовному, послідовному обговоренні на різних рівнях проблем рекреаційно-туристичного господарства за такими напрямками [1, с. 154]: ідентифікація існуючого положення; можливості, закладені в стратегію діяльності; реальність і ступінь досягнення довгострокових цілей; методи та об'єкти, що будуть задіяні в ході аналізу; формування і використання кадрового потенціалу; оцінка реалізації планів розвитку; організація менеджменту; аналіз звітності. Під час обговорення цих проблем розробляються різні стратегічні моделі ведення рекреаційно-туристичного господарства.

Метод вивчення профілю об'єкта полягає в ідентифікації та кількісній оцінці (за єдиною відносною або бальною шкалою) характеристик, які визначають ступінь лояльності споживачів рекреаційно-туристичних послуг до підприємства.

Стратегічний підхід американського вченого М. Портера дозволяє виявити та оцінити конкурентні переваги конкретних підприємств чи видів діяльності залежно від частки ринку, яку вони займають, і рівня їхньої рентабельності. На підставі аналізування п'яти конкурентних сил

моделі М. Портера (загроза появи нових конкурентів, загроза появи продуктів-замінників, вплив споживачів, вплив постачальників, рівень конкуренції) здійснюють вибір однієї із стратегій розвитку (диференціації, лідерства за витратами, фокусування тощо) [5, с. 15].

Матриця BCG — це відображення позицій конкретного бізнесу у двокоординатному стратегічному просторі, одну координату якого використовують для вимірювання темпів зростання ринку відповідного продукту (вертикальна вісь), а другу — для вимірювання відносної частки продукції підприємства на ринку цієї продукції (горизонтальна вісь). Зіставляючи відомі чи прогнозовані частки ринку і темпи їхнього зростання для кожного виду продукції підприємства, оцінюють ефективність його виробництва та реалізації і визначають варіанти стратегії подальшого розвитку підприємства.

У праці [3] представлено результати портфоліо-аналізу основних видів діяльності НПП «Сколівські Бескиди», зробленого за допомогою модифікованої матриці Бостонської консультативної групи (БКГ). Вертикальна вісь, темпи приросту продукції відображає міру привабливості видів діяльності. Горизонтальна вісь — питома вага надходжень від певного виду діяльності у загальних обсягах реалізації товарів і послуг підприємства.

Модифікованою матрицею BCG є також матриця «GE/McKinsey» (матриця ринкової привабливості та конкурентних позицій), яку запропонували консалтингова компанія «McKinsey» і компанія «General Electric» («GE») у США. На відміну від останньої ця матриця є вже багатофакторною. У матриці «McKinsey—GE» фактор «Відносна частка ринку», що відображається у матриці BCG, перетворюється на багатофакторне поняття «Конкурентоспроможність підприємства» (вертикальна вісь), а фактор «Темп зростання ринку» — на «Привабливість ринку» (горизонтальна вісь). Як наслідок, матриця складається вже не з чотирьох, а з дев'яти квадрантів і характеризує довгострокову привабливість ринку та конкурентну позицію стратегічного господарського підрозділу підприємства на ньому [5].

Збалансована система показників (BSC) — це система стратегічного управління підприємством на підставі вимірювання та оцінки ефективності його діяльності за набором показників, дібраних так, щоб врахувати всі істотні (з погляду стратегії) аспекти діяльності підприємства (фінансові, маркетингові, виробничі тощо) [5].

Полікритеріальна діагностика розвитку підприємств ґрунтується на обчисленні інтегрального показника рівня розвитку підприємств, який

своєю чергою визначається через рівень масштабності та рівень якості розвитку [5].

Непрямий метод - це аналітичний інструмент, що містить мінімальну кількість показників у системі аналізування та оцінювання, до числа яких входять показники динаміки, що забезпечують об'єктивність оцінки, наочність тлумачення числових значень показників та зручність оперування. Непрямий метод оцінювання рівня розвитку підприємств побудовано з урахуванням рівня потенціалу та середнього темпу зміни валового доходу, що дає змогу графічно зобразити сфери розвитку підприємств [5].

Для детальнішого аналізу напрямків розвитку рекреаційно-туристичної діяльності доцільно також використовувати: PIMS-аналіз (Profit Impact of Market Strategy) [1, с. 154], що полягає в аналізі рівня впливу обраної стратегії на величини прибутковості; матрицю «Продукт – ринок» І. Ансоффа [2], що описує використання можливих стратегій в умовах розширення ринку; модель Shell/DPM [6], за допомогою якої здійснюють порівняння галузевої привабливості і конкурентоспроможності; модель Hofer/Schendel [6], яка описує цикл розвитку ринку товару чи послуги та передбачає отримання певних стратегічних висновків на основі аналізу еволюції ринку; модель ADL/LC [6], за допомогою якої проводять аналіз життєвого циклу галузі тощо.

Список використаних джерел:

1. Економічний потенціал підприємства : навчальний посібник / за заг. ред. проф. О.Ф. Балацького, проф. О.М. Теліженка. – Суми : Університетська книга, 2014. – 724 с.
2. Корецький М.Х. Стратегічне управління. Навчальний посібник / Корецький М.Х., Дегтяр А.О., Даций О.І. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 240 с.
3. Кульчицька Е.А. Еколого-економічні засади рекреаційно-туристичної діяльності на території лісового фонду: дис. ...канд.. екон. наук: 08.00.06 / Кульчицька Евеліна Антоніївна. – Львів, 2013. – 284 с.
4. Петрович Й.М. Стратегічне управління конкурентоспроможністю промислового підприємства: монографія / Й.М. Петрович, О.В. Кривешко, І.О. Ступак; за наук. ред. д-ра екон. наук, проф., заслуженого діяча науки і техніки України Й.М. Петровича. – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2012. – 228 с.
5. Фещур Р.В. Прийняття проектних рішень: навч. посібник / Р.В. Фещур, В.П. Кічор, А.І. Якимів, І.Є. Тимчишин, В.С. Янішевський, Т.В. Лебідь, В.Ю. Самуляк, І.В. Когут, С.В. Шишковський; за ред. Р.В. Фещура. – Львів: Видавництво Львівської політехніки, 2013. – 220 с.

ПІЛАТЕС-ТУР – ПОПУЛЯРНИЙ ВИД ФІТНЕС-ТУРИЗМУ

Галина Куречко

*Львівський національний університет імені Івана Франка,
Львів, Україна*

Фітнес-туризм набирає все більшої популярності. На сьогоднішній день – це цілком доступна послуга, яка надається спеціалізованими компаніями і фітнес-клубами. Саме фітнес-тур відповідає всім вимогам сучасного відпочинку. Він дозволяє не тільки відпочити, а й максимально подбати про своє здоров'я, скорегувати деякі нюанси не тільки ваги, але і звичок, дізнатися більше про здоровий спосіб життя, про те, що буде легко і просто використовувати в повсякденному житті. Фітнес-тури поділяються на: вузькоспрямовані та комбіновані або стандартні. Різниця лише в тому, що вузькоспрямовані фітнес-тури вирішують одну, максимум дві задачі і групи підбираються відповідним чином. Комбіновані фітнес-тури передбачають більш насичену програму, а також більш широкий спектр пропонованих заходів. Незважаючи на різноспрямованість, більшість з них покликані вирішувати такі завдання:

- оздоровлення організму;
- корекція ваги;
- вироблення правильних рухових навичок;
- поліпшення обмінних процесів і підняття імунітету.

Найкращий результат приносять вузькоспеціалізовані фітнес-тури, бо саме вони пропонують вирішення конкретно поставлених завдань і проблем. Прикладом таких турів є пілатес-тури.

Пілатес сьогодні набирає все більшої популярності, адже бути здоровим, сильним і красивим знову в моді. Пілатес - це спеціальний комплекс фізичних вправ, спрямований на всі групи м'язів. Тренд "пілатес" не втрачає своєї актуальності з кінця 90 - х, і сьогодні він є улюбленим видом фітнесу голівудських красунь, таких, як Камерон Діаз, Дженніфер Лопес і Мадонна. Головними завданнями пілатесу є виправлення постави та зменшення болі у спині, збільшення рухливості суглобів, нормалізація ваги, досягнення внутрішнього спокою,

покращення самопочуття, підвищення настрою тощо. Основними принципами пілатесу виступають:

- концентрація (необхідність зосередження на рухах, розуміння, які м'язи здійснюють даний рух, натомість усвідомлення тіла як єдиного цілого);

- м'язевий контроль (залучення м'язів у роботу і контроль над ними без зайвого напруження, що передбачає інтуїтивне розуміння власного тіла, необхідність прислухатися до нього);

- централізація (створення "центру сили" шляхом розвитку м'язів черевного пресу, нижньої частини спини, стегон та сідниць з метою підтримки хребта та нерухомості тазу);

- візуалізація (використання візуальних образів являється найбільш ефективним способом впливу на анатомічну систему);

- плавність (природній ритм і плавність рухів сприяє поступовому збільшенню динамічності виконання вправ без втрати контролю);

- точність (точна і ефективна робота м'язів забезпечується правильною технікою виконання вправ без збільшення кількості повторів, що дозволяє запобігти надмірного навантаження на суглоби та перетренованості м'язів);

- правильне дихання ("грудне" дихання, метод очищення кровотоку через насичення легень киснем, що активізує роботу всіх систем організму та дозволяє контролювати рухи під час занять);

- регулярність (відіграє важливу роль у досягненні результатів).

Під час пілатес-туру дійсно кожен може повноцінно тренувати своє тіло, адже можливість травм від такого тренування мінімальна. Він підходить людям будь-якого віку і рівня фізичної підготовки. Відмічається також значний ефект в нормалізації психо-емоційного стану тих, хто займається. Пілатес-тури - це не просто відпочинок, це повне звільнення від стресу, позбавлення від негативних бар'єрів і психологічних проблем. Це також прекрасна можливість поєднувати відпочинок на пляжах з заняттями пілатесом. Переважна більшість програм призначені для людей, які не займаються пілатесом постійно - тобто для початківців або просто людей, що піклуються про своє здоров'я. Пілатес-тури сприяють здоровому способу життя: організм починає сам відмовлятися від надмірностей і шкідливих звичок - алкоголю, куріння, шкідливої їжі і тд. Відкриваються внутрішні резерви організму, досі йому самому невідомі, формується позитивне сприйняття дійсності та оточуючих людей .

Як правило, пілатес-тур включає в себе щоденні тренування з досвідченими інструкторами, можливість занять як з усіма, так і за індивідуальним графіком, відпочинок у колі однодумців, екскурсії та SPA-процедури. Якщо в учасника туру є хронічні захворювання, проблеми з хребтом, або він недавно переніс операцію або був травмований, то про це необхідно попередити викладача ще до початку поїздки. Деякі тури навіть припускають можливість складання індивідуальної програми занять, за якою можна продовжувати займатися вдома. Тривалість таких турів повинна бути від семи до чотирнадцяти днів. Але краще, щоб пілатес-тур тривав не менше 10 днів, адже лише в цьому випадку організм матиме достатньо часу як для адаптації, акліматизації, так і для активного тренування. Кількість тренувань на день – два або три. Для тих, хто не може дозволити собі довго відпочивати, але хоче в короткі терміни відновити сили після робочого тижня та нормалізувати стан організму для подальшої продуктивної роботи розроблені короткотривалі програми на 2-3 дні. Так звані пілатес-вікенди.

Найбільш популярними напрямками пілатес-турів є морські узбережжя. Країнами, які пропонують в цьому плані найбільш якісні послуги, є Туреччина, Італія, Іспанія, Франція. Є й більш далекі маршрути - наприклад, в Таїланд або Індію. В Україні в основному такі тури проводяться в Карпатах. Основним критерієм тут є розмір бюджету, бо чим екзотичніша країна, тим дорожче коштує тур.

Отже, фітнес-туризм – це ідеальне поєднання подорожей, відпочинку та здорового способу життя. Пілатес-тур – це відпочинок в колі однодумців, який поєднується з програмою тренувань та раціональним харчуванням. В результаті чого досягається оздоровчий ефект, нормалізація психо-емоційного стану та загальне покращення самопочуття.

ГЕОГРАФІЯ ТА ДИНАМІКА РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНИХ МІСЦЕВОСТЕЙ У СХІДНИХ БЕСКИДАХ В 1921-1939 РР.

Кюріні-Поплавскі Лукаш

*Інститут географії, Педагогічний університет ім. КНО,
Краків, Польща*

Рутинський Михайло

*Львівський національний університет імені Івана Франка,
Львів, Україна*

У 1921-1939 рр. у Східних Бескидах набув масовості відпочинково-курортний, літникарський та туристичний рух. Завдяки цьому істотно ускладнилася й набула сучасних рис територіальна організація курортно-відпочинкових місцевостей цього регіону [1, 4, 5]. У гірських та передгірних районах у міжвоєнний період функціонували у складі місцевих адміністрацій спеціальні туристичні підрозділи, які дбали про розбудову інфраструктури та ринкову промоцію рекреаційних можливостей повітів і окремих населених пунктів, тісно співпрацювали з громадськими туристичними товариствами і адміністраціями курортів [2, 3].

Таблиця.

Чисельність туристів (1937 р.) та місткість нічліжної бази (1939 р.) w десяти найпопулярніших карпатських регіонах Польської Республіки.

L.p.	Nazwa regionu (wg Leszczyckiego 1939)	Frekwencja turystów	Szacunkowa pojemność
1	Podtatrze	72 000	100 000
2	Krynica i dolina Popradu	50 000	55 000
3	Rabka i Raba Wyżna	26 000	30 000
4	dolina Prutu	20 000 (26 800*)	23 000
5	Beskid Śląski	15 000	20 000
6	Pieniny	12 000	15 000
7	dolina Oporu	11 300 (17 400*)	15 000
8	okolice Bielska i Bystrej	10 000	12 000
9	okolice Iwonicza i Rymanowa	10 000	12 000
10	okolice Makowa Podhalańskiego i Sucheje Beskidzkiej	7 500	10 000

* дані за 1938 р.

У міжвоєнний період ХХ століття територіальним стрижнем і усталеною «візиткою» курортно-відпочинкових місцевостей Східних Бескидів стала долина Прута (ділянка Ворохта – Делятин). У 20-30-і рр. щороку в її межах займалися гірським активним (піші і нартярські виправи) та етнокультурним туризмом, оздоровлялися в курортних санаторіях і пансіонатах, відпочивали в численних оселях-літниськах і т. зв. «вакаційних колоніях» для шкільної і студентської молоді від 300 тис. до 1 млн. осіб [3]. Для задоволення дедалі наростаючого напливу рекреантів була навіть запроваджена низка спеціальних туристичних сезонних (вакаційних і нартярських) потягів з Варшави, Львова та Станіславова.

У межах названої ТРС сформувалися і тісно взаємодіяли між собою такі поліфункціональні курортно-відпочинкові центри:

- Делятин – бальнеологічний курортний заклад, 5 готелів, кілька десятків вілл, сумарний нічліжний фонд до 1000 ліжкомісць,
- Дора – 36 гостьових об'єктів (нічліжний фонд до 1000 ліжкомісць),
- Яремче – бальнеологічний курортний заклад, 260 гостьових об'єктів (нічліжний фонд до 3000 ліжкомісць),
- Ямна – 101 гостьовий об'єкт (нічліжний фонд до 1500 ліжкомісць),
- Микуличин – 193 гостьові об'єкти (нічліжний фонд до 2000 ліжкомісць),
- Татарів – 31 гостьовий об'єкт (нічліжний фонд до 1000 ліжкомісць),
- Ворохта – 41 гостьовий об'єкт (нічліжний фонд до 3500 ліжкомісць).

Другою за масовістю рекреаційних потоків курортно-відпочинковою ТРС Східних Бескидів у міжвоєнний період ХХ століття стала Сколівсько-Славська ТРС. На відміну від Яремчансько-Ворохтинської Сколівсько-Славська ТРС була зорієнтована, головним чином, на задоволення потреб місцевих рекреантів зі Львова та інших міст Львівщини. Зимовою «столицею» даної ТРС виступало Славське, в якому функціонувало понад півтора десятка пансіонатів і нартярських баз, школа гірськолижного спорту та інфраструктура для занять ним. Зі Славського розходилося понад два десятки промаркованих лижних маршрутів. Тут слід зазначити, що в першій половині ХХ століття гірські походи на бігових лижах різної категорії складності і тривалості користувалися у тогочасному суспільстві більшою популярністю, ніж банальні спуски з г. Тростяну чи інших спеціально підготовлених вершин. Найбільшу категорію складності мали лижні походи на г. Пікуй з подальшим спуском на Закарпаття, що стали

можливими завдяки спеціальній міжурядовій угоді про малий транскордонний туристичний рух між Польською та Чехословацькою республіками.



Рис. 1. Географія основних центрів масового туризму в 1925–1938 рр. у Східних Бескидах у межах Станіславівського та Львівського воєводств.

Містечку Сколе у Сколівсько-Славській ТРС відводилася роль літньої «столиці». Тут функціонували водооздоровчий та кілька відпочинкових пансіонатів, обладнаний річковий пляж, близько двох третин осель надавали літникам послуги сільського туризму. Зі Сколе розходилася мережа популярних масових туристичних маршрутів до визначних природних та історико-культурних об'єктів (Тустань, Скелі Довбуша, скельний монастир біля с. Розгірче, г. Парашка, водоспад Кам'янка тощо), а розгалужена мережа лісових вузькоколіюк пропонувала не менш захоплюючі маршрути на віддалені плаї, вершини й етнографічні поселення Тухольщини.

У значні центри літницького руху у міжвоєнний період ХХ століття сформувалися такі поселення Сколівсько-Славської ТРС як Верхнє Синьовидне, Корчин, Гребенів, Коростів, Плав'є, Тухля, Тухолька, Рожанка, Лавочне.

У 20-30-і рр. ХХ століття завдяки масовій цілеспрямованій агітації населення Польської Республіки склалася мода на подорожі в економічно занедбаніші східні землі, і передусім в етнографічно найколеритніші терени Гуцульщини [3]. Внаслідок цього понад три четверті її населених пунктів набули офіційного статусу літницьк і переживали будівельно-рекреаційний «бум». По всій Польщі в агенствах туристичної спілки «Orbis» з неабияким успіхом реалізувалися тури в такі новомодні курортно-рекреаційні центри Гуцульщини як Косів, Космач, Яблунів, Брустурів, Кути, Гринява, Жаб'є, Криворівня, Буркут та ін. Інші терени Українських Карпат перебували, образно кажучи, у «рекламному затінку» і тому обслуговували на порядок менші рекреаційні потоки з поближніх міст Станіславівського, Львівського й Тернопільського воєводств (див. Рис. 1, 2). Тим не менше, саме в 20-30-і рр. ХХ століття склалися сприятливі передумови для динамічного розвитку цілої низки «малих» карпатських курортів, розташованих поза межами двох провідних транспортно-рекреаційних ареалів, охарактеризованих вище.

Статусу повноцінних курортів набули в цей період такі карпатські поселення як Сянки (олімпійський центр зимових видів спорту), Розлуч і Підлюте (бальнео- й кліматотерапевтичний профіль).

Насамкінець декілька зауваг щодо стрижневого осердя територіальної структури курортно-відпочинкових місцевостей Східної Галичини – мережі класичних бальнеологічних курортних центрів, яка сформувалася ще в попередній період австро-угорського врядування. В умовах бурхливого розвитку десятків нових рекреаційно-відпочинкових центрів вони не лише зберегли свою популярність, а й продовжували динамічно розбудовуватися й утримувати планку лідерства за обсягами рекреаційних потоків [5].

Пояснення цього феномену криється в тому, що в тогочасному класовому суспільстві престиж відпочинку на класичних *бальнеологічних* курортах був на порядок вищим, ніж літницарство. Класичні (тобто такі, що зберігали елементи давнього аристократичного лоску) підходи до організації курортного сервісу і курортного дозвілля різко вирізняли бальнеокурортні центри від решти відпочинкових поселень з їх провінційно-сільською атмосферою та обмеженими можливостями культурного дозвілля й спілкування у колі достойників.

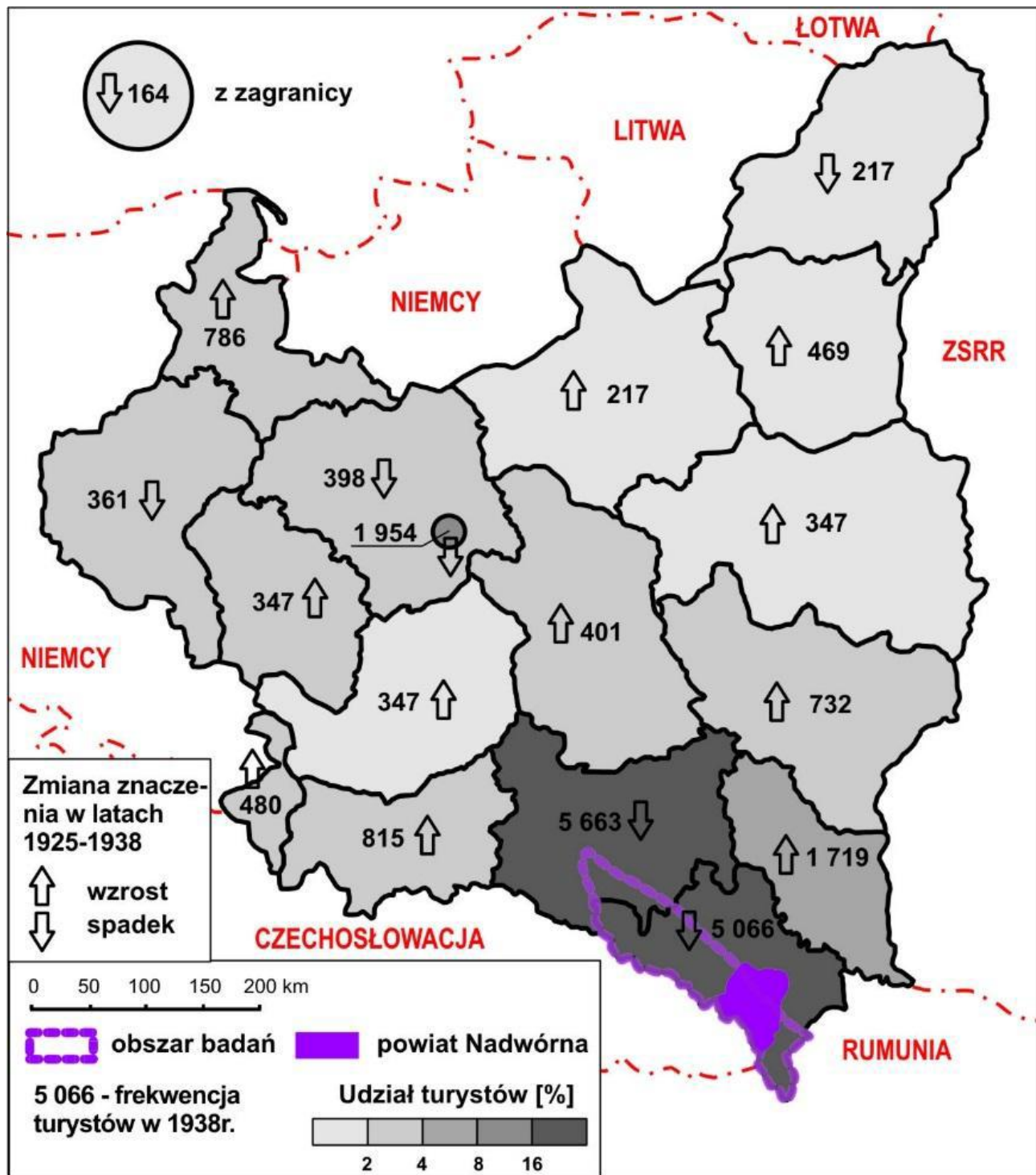


Рис. 2. Динаміка масштабів розвитку масового туризму в 1925–1938 рр. у воєводствах Польської Республіки (у т. ч. у Східних Бескидах у межах Станіславівського та Львівського воєводств)

Саме такими центрами вакаційного дозвілля і родинного спілкування представників здебільшого вищих соціальних верств тогочасного суспільства (аристократія, офіцерські чини, чиновники, юристи, підприємці та творча інтелігенція) у 20-30-і рр. ХХ століття були провідні східногалицькі бальнеокурорти Трускавець, Моршин, Вел.

Любінь, Немирів, Шкло, Черче, Косів (курорт д-ра Гарнавського) і Делятин.

Список використаних джерел:

1. Kurek W., Faracik R., Mika M., Pawlusiński R., Pitrus E., Ptaszycka-Jackowska D. Turystyka – Warszawa : PWN, 2007.
2. Leszczycki S. Ruch uzdrowiskowo letniskowy w Polsce // Komunikaty Studium Turyzmu U. J. – Kraków, 1938. – Nr. 8.
3. Leszczycki S. Wytyczne gospodarki uzdrowiskowo letniskowej w Karpatach // Komunikaty Studium Turyzmu U. J. – Kraków, 1938. – Nr. 12.
4. Заставний Ф. Д. Україна. Природа, населення, економіка / Ф. Д. Заставний. – Львів: Априорі, 2011.
5. Рутинський М. Й., Стецюк О. В. Туристичний комплекс Карпатського регіону України: монографія / М. Й. Рутинський, О. В. Стецюк. – Чернівці: Книги – XXI, 2008.

**РЕКРЕАЦІЙНО-ТУРИСТИЧНИЙ ПОТЕНЦІАЛ НПП
«СКОЛІВСЬКІ БЕСКИДИ» ТА ПРИЛЕГЛИХ ДО НЬОГО
ТЕРИТОРІЙ**

Оксана Леневиц

*Інститут екології Карпат НАН України,
Львів, Україна*

Володимир Рожак

*Львівський національний університет імені Івана Франка,
Львів, Україна*

Національний природний парк «Сколівські Бескиди» (надалі Парк) є найбільшою природоохоронною установою в структурі природно-заповідного фонду загальнодержавного значення у Львівській області. Парк площею 35 684 га був створений Указом Президента України №157 в 1999 році на території Сколівського, Турківського та Дрогобицького районів [2].

З огляду на природні ресурси [4], розвиток інфраструктури [1] та транспортну доступність [7] Парк в контексті рекреації займає вдале розташування. Поблизу його масивів локалізовані території із сформованою функціональною та територіальною структурою гірськолижних і туристичних центрів Славська та Сколе [6], - та

бальнеологічні курорти Трускавець і Східниця [8]. Навколо цих центрів та курортів сформувалися рекреаційні зони (рекреаційні вузли), тому створення Парку сприяло збільшенню їхньої площі, а відтак й зростанню кількості послуг для відпочиваючих та рекреантів [5].

Унікальні гідромінеральні ресурси Трускавця та Східниці сформували на півночі Парку курортно-рекреаційну зону. Ця зона в основному формується навколо м. Трускавець та смт. Східниця, де в 1970 р. розвідано великі запаси мінеральних вод типу «Нафтуса» [2]. На основі цих унікальних джерел було споруджено значну кількість санаторних та оздоровчих закладів (пансіонатів, санаторіїв і профілакторіїв). Із загальної кількості санаторіїв у Львівській області половина з них знаходиться у Трускавці [3].

Води типу «Нафтусі», також виявлені біля смт. Верхнє Синьовидне, сіл Корчин, Крушельниця, Ямельниця, Підгородці, Урич в Сколівському районі, на околиці села Новий Кропивник в Дрогобицькому районі [8]. Вище перелічені населені пункти в подальшому мають значні перспективи для розвитку бальнеологічної рекреації, що сприятиме розширенню курортно-рекреаційної зони «Трускавець – Східниця».

Інша рекреаційна зона поблизу Парку сформувалася завдяки особливостям гірської місцевості Сколівських Бескид. Середньовисотні гори висотою до 800-1200 м н.р.м. сприяють гірськолижному виду спорту та пішохідному туризму, а долини річок з широкими терасами й похилими схилами надаються для спорудження туристичних та відпочинкових закладів.

У південній та південно-західній частині Сколівського району на прилеглих до Парку територіях сформувалися рекреаційно-туристичні зони зимової форми рекреації, орієнтованої переважно на аматорський та професійний гірськолижний спорт – «Славське – Волосянка», «Гисовець – Орявчик» та гірськолижний комплекс Плав'є «Плай» [5].

Основним центром туристично-рекреаційної зони «Славське – Волосянка» є смт. Славське, розвиток якого розпочався в 60-х роках ХХ ст. Славське, як популярний гірськолижний центр, разом із прилеглими до нього населеними пунктами Волосянка, Грабовець, Н. Рожанка, сформували зону зимового виду відпочинку [5]. В межах цієї зони функціонують 2 канатно-крісельні дороги та 18 бугельних витягів. Їхня пропускна здатність становить від 230 до 900 осіб/год (бугельні витяги) та 320-400 осіб/год на канатно-крісельних дорогах. Значний перепад висот (130-550 м), а також крутизна схилів г. Тростян (1232 м), г. Погар (841,2 м), г. Менчіл (1065 м), г. Високий верх (1242,8 м) зумовили формування

лижних трас з різним рівнем складності. Протяжність лижних трас в туристично-рекреаційній зоні в середньому становить 1 000 – 2 000 м, а ширина їх сягає 80-200 м. Більше половини лижних трас сконцентровано на схилах г. Тростян, з яких 6 відповідають міжнародним стандартам. Певною особливістю цієї відпочинкової зони є те, що тут прокладена найдовша двокрісельна канатна дорога довжиною 2 710 м. В літку крісельний витяг також працює для потреб відпочиваючих [1].

Туристична інфраструктура в зоні «Славське – Волосянка» розвинена відносно добре. В межах цієї зони функціонує понад 200 приватних закладів для розміщення рекреантів. В основному це приватний сектор (близько 70 %) - садиби, котеджі, їх місткість переважно становить 10-14 осіб/добу. Решту частини з приватного сектору становлять готельно-відпочинкові та туристичні комплекси, готелі, пансіонати, бази відпочинку, їх місткість є різною від 20-30 до 45-60 місць [1].

Туристично-рекреаційна зона «Тисовець – Орявчик» розвивається навколо навчально спортивної бази зимових видів спорту міжнародного значення «Тисовець». Основні лижні траси цієї зони прокладені на схилах гір Тисовець (1064 м), Магури (1121 м) та Звенів (1088 м). В цій відпочинковій зоні діє одна канатно-крісельна дорога довжиною близько 2 100 м (1 500 м + 600 м з пересадкою) та 5 бугельних витягів довжиною від 350 до 800 м, з перепадами висот 60-240 м. Пропускна здатність канатно - крісельної дороги становить більше 210 осіб/год, а для бугельних витягів - 200-350 осіб/год. Для початківців лижного катання прокладена окрема траса [1]. З огляду на те, що Тисовець був колись відомим, як центр зимових видів спорту міжнародного значення, тут є траси для бігових лиж та лижні трампліни, де тренується олімпійська збірна.

Віддаленість від міжнародної траси Київ-Чоп та відсутність залізничної колії «пригальмовують» розвиток туристичної інфраструктури в цій зоні відпочинку. Тут налічується до 20-40 закладів для відвідувачів, в основному це приватний сектор (садиби, котеджі – на 10-20 місць) і тільки незначну частину займають готелі місткістю понад 40 осіб. Слід зазначити, що туристична база «Тисовець» хоч і налічує незначну кількість котеджів проте може прийняти більше 150 осіб/добу [1].

Гірськолижний комплекс «Плай» в с. Плав'є Сколівського району є відносно новим об'єктом, який було створено у 2007 році. Тут діють 2 чотиримісні крісельно-канатні-дороги, протяжністю 1 000 м кожна та бугельний витяг (350 м). Загалом, на схилі г. Довжка (1056,0 м) із

перепадом висот 260 м прокладено 6 лижних трас різного рівня складності протяжністю до 1 200 м.

Впродовж 9 років на території гірськолижного комплексу «Плай» створилась повноцінна інфраструктура для відпочинку не лишень в зимовий, але й в літній період. Для проживання відпочиваючим гірськолижного комплексу «Плай» пропонується 4 готельні заклади (3 готелі та 1 мотель). У цілому гірськолижний комплекс «Плай» відрізняється від інших курортів регіону цілісною інфраструктурою і сучасним оснащенням. Крім того, тут відкрито музей, де зібрано та представлено народні експонати з Бойківщини та Гуцульщини [1].

У східній та південно-східній частинах Парку зосереджена туристично-рекреаційна зона «Сколе – Славське», яка забезпечує умови для реалізації літньої форми рекреації. Зокрема, слід зазначити, що в цій зоні передбачено активний спосіб відпочинку (піший туризм), оскільки основним видом туристично-рекреаційної діяльності є походи в гори. Тут сконцентровано більше 80 % пішохідних маршрутів Сколівського району [2]. В основному пішохідну мережу формують еколого-пізнавальні та туристичні маршрути, що прокладені до унікальних природних об'єктів Сколівських Бескидів [4]. Найбільш відомими та відвідуваними є маршрути на гору Парашку, Лопату, Ключ та Маківку. Із еколого-пізнавальних стежок: стежки до водоспаду, що на р. Кам'янка, «Стежками легендарної Тустані» та озеро Журавлине, що є одним з особливих екосистем Парку. Прокладені еколого-пізнавальні стежки та маршрути переважно одноденні і беруть свій початок в населених пунктах, які мають добре транспортне сполучення та відносно непогано розвинену туристичну інфраструктуру.

Основна частина проєктованих маршрутів Сколівського району зосереджена в межах Парку. Так, з міста Сколе та прилеглих до нього населених пунктів (Корчина, В. Синьовиднього, Коростова, Гребенова), які межують з Парком, беруть початок більше 10 еколого-пізнавальних маршрутів [2]. За мережами Парку мережа пішохідних маршрутів формується навколо смт. Славське, сіл Тухлі, Лавочного, Волосянки та Рожанки [6].

Окрім приватного сектору (садиби, котеджі) місткістю 10-20 місць, готельно-відпочинкових закладів більше 40 місць у туристично-рекреаційній зоні «Сколе – Славське» в теплий період року функціонують дитячі туристичні бази. Так, в межах виділеної зони, в с. Кам'янка знаходиться дитяча туристична база «Карпати» місткістю 68 місць, с. Коростів – бази відпочинку «Казка» на 60 місць, «Водограй», «Старт»,

«Промінь», с. Тухлі «Берегиня» 80 місць, у смт. Славську - база відпочинку «Полонина» місткістю 42 осіб, с. Гребенів «Черемшина» - 40 осіб [1].

Активність пішохідного туризму та рекреації переважно розпочинається в кінці весни і триває до другої половини осені. Основними туристами-рекреантами є міське населення (Львів, Стрий), що приїжджають сюди на вихідні. Приїжджі мають можливість не тільки пізнати красу та велич Бескидів, здійснивши походи у гори, але й відпочити в рекреаційних зонах відпочинку. На території Парку функціонує 6 рекреаційних зон відпочинку: «Павлів потік», «Водоспад на р. Камянка», «Тустань», «Явори», «Манмансталь», «Колодка». Рекреаційна місткість відпочинкових зон становить 570 до 2 900 осіб. Значним попитом, ці рекреаційні зони «користуються» у теплий період року, що зумовлено значною близькістю до водних об'єктів, лісових ділянок, галявин тощо. Для ночівлі туристи-рекреанти можуть скористатися послугами кемпінгів, локалізованих переважно вздовж автомобільної траси Київ – Чоп, або ж гірськими притулками, що діють в Парку. Ці, притулки знаходяться поблизу рекреаційних зон відпочинку «Водоспад на р. Камянка» та «Тустань», загальна місткість яких становить до 100 осіб. Тут є спеціально облаштовані місця для паркування автомобілів, розкладання наметів та розведення багаття. Загалом, в межах Парку, туристи розкласти намети можуть з дозволу адміністрації Парку у спеціально відведених місцях [1].

На основі природних ресурсів Передкарпаття та Карпат в межах Парку та його околиць сформувалися дві потужні рекреаційні зони: курортно-рекреаційна та туристично-рекреаційна із літньою та зимовою формами..... Курортно-рекреаційна зона «Трускавець-Східниця» розташована в північній частині Парку. В південно-східній частині Парку сформувалася в основному пішохідна, туристично-рекреаційна зона «Сколе-Славське». За межами Парку зосередженні основні рекреаційно-туристичні зони зимових видів відпочинку: «Славське-Волосянка» (південна частина....), «Тисовець-Орявчик» і гірськолижний комплекс «Плай» (південно-західна частина....).

Список використаних джерел:

1. Електронний ресурс <http://www.karpaty.info.ua>
2. Електронний ресурс <http://www.skole.org.ua>
3. Колективні засоби розміщування та туристична діяльність у Львівській області у 2014 році // Головне управління статистики у Львівській області. Статистичний бюлетень. – Львів. 2015. – 33 с.

4. Крамарець В.О. Об'єкти неживої природи НПП «Сколівські Бескиди» та їх використання у рекреаційній діяльності / В.О. Крамарець, Я.І. Дубина, М.І. Коханець // Науковий вісник НЛТУ України: Заповідна справа і охорона. – 2004. – Вип. 14.8. – С. 201-207.
5. Мандюк Н. Територіальна та функціональна структура гірськолижного туризму Карпатського регіону України / Н. Мандюк // Вісник Львів. ун-ту. Серія геогр. 2013. Вип. 43. Ч. I. – С. 221-226.
6. Рекреаційна Сколівщина. – Львів: Вид-во «Норма», 2005. – 15 с.
7. Рожко І. Транспортна зумовленість розміщення рекреаційних закладів в Українських Карпатах / І. Рожко // Вісник Львів. ун-ту. Серія геогр. 1999. – Вип. 24. – С. 65-68.
8. Федунь О.В. Бальнеологічні ресурси Передкарпаття / О.В. Федунь. – Львів, 1999. – 168 с.

ВИДОВА СТРУКТУРА ТУРИЗМУ НА ТЕРИТОРІЇ ЧЕРКАСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Катерина Литвиненко, Андрій Манько

*Львівський національний університет імені Івана Франка,
Львів, Україна*

Територія Черкаської області багата на пам'ятки, які сприяють розвитку туризму в регіоні. Але для того, щоб сприяти цьому розвитку створюються різноманітні програми. Найпопулярнішою з усіх є «Золота підкова Черкащини».

«Золота підкова Черкащини» - це державна програма, метою якої є розроблення і здійснення комплексу науково-методичних, архітектурно-реставраційних, культурно-просвітницьких та фінансово-економічних заходів для забезпечення збереження, використання та популяризації пам'яток, розвитку історико-культурних заповідників та інших історичних та культурних центрів, відкриття нових туристичних маршрутів та створення сучасної туристичної інфраструктури.

Найпопулярнішим маршрутом для турів є Чигирин та його околиці. Майже всі туристичні агенції, які створюють тури по Черкаській області, обов'язково включають в програму об'єкти саме цієї місцевості.

Крім існуючих маршрутів, повинні розроблятися нові, ще більш цікаві. Якщо сприймати маршрут як бренд, то недостатньо лише географічної прив'язки. Відомі маршрути Черкаси-Умань, Черкаси-

Кам'янка, Черкаси-Канів, Черкаси-Чигирин, Черкаси-Корсунь-Шевченківський можна презентувати більш творчо, аби зацікавити туристів. «Маршрут козацької слави» - Чигиринщина, «Тарасів край» - Канівщина, «Край натхнення і кохання» - Кам'янка, «Паркове мистецтво Черкащини» - Уманська Софіївка, «Каньйони Черкащини», «Монастирі Черкащини» та ін.

Є ідеї щодо створення нового етнографічного комплексу під назвою «Тарасівка» на земельній ділянці, що розташована на березі Канівського водосховища. В «Тарасівці» хочуть збудувати діючі будинки, які передаватимуть дух історичної епохи та відобразатимуть український побут, звичаї та традиції. Зокрема, тут буде створено гончарську, ковальську, пекарську садибу та ряд інших, з усією атрибутикою та колоритом того чи іншого традиційно українського ремесла. Однією з найцікавіших має стати садиба спроектована Т.Шевченком, яку він планував побудувати в Каневі. Таким чином туристи матимуть змогу не лише почути, а й побачити та відчути дух тієї епохи, в якій жив та творив Великий Кобзар. Таку ідею запропонував приватний підприємець міста Канева – Ігор Сухобрус.

Проаналізувавши досліджену інформацію, можна сказати, що культурно-історичний туризм досить розвинений. Розроблені різні маршрути та тури, які показують найцікавіші пам'ятки, але ці маршрути потребують нового погляду, вдосконалення, а також інвестицій, які б допомогли реалізувати ідеї, які вже існують.

Нині в Черкаській області формується розуміння екологічного (сільського або зеленого) туризму як специфічної форми відпочинку на селі з широкою можливістю використання природного, матеріального і культурного потенціалу регіону. Екотуризм у більшості країн розглядається як невід'ємна складова частина комплексного соціально-економічного розвитку села та як один із засобів вирішення багатьох сільських проблем.

Черкаська область має надзвичайний потенціал та унікальні можливості для розвитку зеленого туризму, створення тематичних сіл та функціонування зелених агросадиб. В цьому переконаний директор Департаменту інвестиційно-іноваційної політики та зовнішньоекономічних зв'язків Віталій Хиля.

З 855 населених пунктів Черкаської області 824 – це села, які мають свою унікальну історію, чудовий природний ресурс та власні особливості, які при належному оформленні можуть зацікавити туристів. Селяни Черкаського краю уже розпочали роботу в цьому напрямку. Перші зелені

агросадиби та тематичні села уже є на території Придніпров'я у Чигиринському, Смілянському, Кам'янському та Черкаському районах .

Представник проекту «Сільське мікропідприємництво. Пошук нових фінансових джерел» та Міжнародної ГО «Інститут демократії ім. П. Орлика» Оксана Колісник говорить, що минулого року в області почала запроваджуватися ідея створення мережі тематичних сіл. У 2014 році вона почала впроваджуватися у шести населених пунктах, а на кінець цього року їх кількість зростає до 14. Ідеєю для створення такого туристичного об'єкту може стати будь-яка пам'ятка історії в селі або ж його традиційний промисел.

У селі Межиріч Канівського району успішно актуалізували найстарішу археологічну пам'ятку – стоянку мисливців на мамонтів, вік якої близько 15 тисяч років. Відтепер у це тематичне село до «Мамонтландії» із задоволенням приїздять діти за. Ще одним успішним прикладом є «Зерноленд» в Івківцях, що знаходиться в Чигиринському районі. Тут туристи можуть не тільки побачити усі етапи переробки зерна у борошно, а й взяти безпосередню участь у цьому процесі.

До кінця року на території області мають запрацювати ще декілька тематичних сіл у Гельмязеві Золотоніського району, Хмільному, в Канівському районі, а також у Кам'янському, Чигиринському та Черкаському районах. Для успішної реалізації проекту варто лише ретельно попрацювати над ним не залучаючи при цьому великої кількості ресурсів. Цікаві конкурси, майстер-класи, ігри – ось основні вимоги до сучасних тематичних сіл.

Сучасному туристу цікаво не лише помилуватись краєвидами, а й дізнатись більше про природу певної місцевості, про її історію. Саме тому важливо розробити та впровадити мережу екологічних стежок – «зелених» маршрутів. Екологічна стежка є територією, що характеризується своєрідними природними, історичними та культурними особливостями. В Черкаському регіоні розроблено ряд екологічних стежок та проводяться заходи по облаштуванню нових. Один з таких шляхів прокладений в березні 2012 року, який має назву «Холодноярський ліс». Похід цією стежкою дає можливість побачити не лише типові та рідкісні види рослин і тварин, а й дізнатись більше про історію стародавнього скіфського городища. Наразі ведеться активна робота з розробки нових маршрутів та пошук можливостей їх облаштування .

Отже, органи обласної влади сприяють тому, щоб розвивати зелений туризм, підтримують ідеї по створенню агросадиб, для людей, які цікавляться відпочинком в екологічно чистих місцевостях. Розвиток

такого виду туризму спонукає до покращення благоустрою сільських садиб, вулиць, в цілому сіл; стимулює розвиток соціальної інфраструктури. Суттєву роль відіграє розвиток екотуризму у підвищенні культурно-освітнього рівня сільського населення. Також вони отримують робочі місця, що підтримує економічну ситуацію в районі.

Варто сказати, що в області є всі умови для розвитку лікувально-оздоровчого туризму, адже тут присутні рекреаційні ресурси, які можуть використовуватись і використовуються для лікування. Характеристику природно – рекреаційних ресурсів Черкаської області доцільно розпочати з кліматичних, оскільки саме вони визначають просторову організацію відпочинку.

Найпопулярнішими в регіоні є унікальні кліматичні курорти Соснівка та Прохорівка. Бальнеологічні ресурси включають в себе лікувальні властивості мінеральних вод, грязей та озокериту.

Відповідно до узагальнених результатів геологорозвідувальних робіт і даних фізико-хімічних досліджень, у Черкаській області є мінеральні води малої, середньої і високої мінералізації. Відомі прояви мінеральних вод натрієвого типу в районі с. Мошни, у місті Золотоноша, Драбівському районі. Мінералізація цих вод коливається від 1,7 до 27 г/дм³.

Слід зазначити, що на правобережжі р. Дніпро в південно-східній частині Черкаської області безпосередньо в районі с. Леськи, Худяки, Думанці розповсюджений перспективний водоносний горизонт у алювіально-флювіогляціальних відкладеннях.

Великою популярністю користується Тальнівська мінеральна вода гідрокарбонатна натрієво-магнієво-кальцієва. У Звенигородському й Маньківському районах Черкаської області в межах Українського кристалічного щита мають досить широке поширення підземні мінеральні радонові води.

Отже, цей вид туризму є хоч не досить поширеним в області, але має перспективи для розвитку. Для цього потрібне устаткування та інфраструктура, яка б дозволила використовувати лікувальні ресурси в такому обсязі, щоб про них дізнались не тільки жителі області, а й України в цілому.

Інші види туризму

- Паломництво – ще один привід для відвідування Черкаської області. Найвідомішим паломництвом, звичайно є приїзд хасидів до міста Умань, для того, щоб відвідати могилу цадика Нахмана. року Масове паломництво розпочинається десь за 4 дні до свята Нового року – Рош Гашана. У 2015 року в селище Суботів відбулося перше

у своєму роді паломництво до святинь Холодного Яру під назвою “Холодноярська проща”.

- Гірськолижний туризм – розвивається в Звенигородському районі в с. Водяники. Тут є траси і для новачків, і для досвідчених гірськолижників. Цей курорт зовсім не великий, загальна протяжність трас складає 2000 м. Але з кожним роком він вдосконалюється та пропонує відпочиваючим все більший обсяг послуг, що в свою чергу збільшує кількість туристів.
- Спортивний туризм – в області є федерація спортивного туризму. Мета федерації полягає в тому, щоб популяризувати спортивний туризм, впроваджуючи його як одну з найпривабливіших форм активного відпочинку у повсякденне життя людей для зміцнення їх здоров’я та гармонійного розвитку, залучення до туризму усіх верств населення, особливо молоді.

Отже, як ми бачимо в Черкаській області є досить багато напрямків та різновидів туризму, які варто було б розвивати на загальнодержавному рівні. Їх потрібно популяризувати та інвестувати, щоб увагу до Центральної України привертав не тільки Київ, а й Черкаси, які і є центром держави.

ЗАЙНЯТІСТЬ НАСЕЛЕННЯ У РЕКРЕАЦІЙНО - ТУРИСТИЧНІЙ СФЕРІ – ОСНОВА РОЗВИТКУ МАЛОГО ТА СЕРЕДНЬОГО БІЗНЕСУ

Любомир Лопушняк

Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича

Чернівці, Україна

Вивчення питання зайнятості населення у рекреаційно-туристичній сфері (надалі – РТС) України чи її окремих регіонів сьогодні повинно розглядатися на рівні створення, функціонування та розвитку малого та середнього бізнесу. До прикладу зазначимо, що за показниками міжнародний туристичний бізнес у казну країн світу вкладає близько 6 % світового валового національного продукту, близько 8 % світового експорту, доходи від нього поступають лише доходам від експорту нафти, нафтопродуктів і автомобілів, 7 % сумарних капіталовкладень, 11 % світових споживчих витрат і 5 % всіх податкових надходжень [9].

Згідно ВТО, прийом закордонних гостей в 3 рази вигідніший від експорту електроніки, пшениці чи газу [10].

У розвинених країнах світу соціально-економічне значення туристичного бізнесу полягає в тому, що в його обслуговуванні задіяні переважно підприємства малого і середнього бізнесу (наприклад, в США їх кількість складає близько 95 % всіх підприємств. У більшості випадків вони функціонують незалежно одне від одного при наявності лише мінімально необхідного координаційного механізму.

Окрім підприємств індустрії туризму, обслуговуванням туристів займаються багато інших організацій дотичних до РТС, під час туристичного сезону їх діяльність значно активізується, що впливає на зайнятість і збільшення доходів місцевого населення. До таких організацій відносять: пункти оренди легкових автомобілів; автогосподарства, які надають транспорт для екскурсій; таксомоторні парки; магазини; ресторани, кафе, бари тощо; фотоательє; підприємства сфери дозвілля; підприємства зв'язку [7].

Особливе місце туристичній індустрії відводиться у створенні робочих місць. В готельному господарстві розвинених країн середній показник зайнятості становить 3 особи персоналу на 10 туристів і чим вище категорія готелю, тим більше затрати праці (в готелях категорії „5 зірок” на обслуговування 1200 гостей зайнято близько 600 осіб персоналу). При цьому витрати на створення одного робочого місця в 20 разів менші, ніж у промисловості, а оборотність інвестиційного капіталу в 4 рази вища, ніж в інших сферах економіки, що важливо для розвитку малого бізнесу, оскільки, як відомо, він володіє, у більшості випадків, обмеженими фінансовими ресурсами [6]. У розвинених країнах одне робоче місце в туристичній сфері веде до створення ще 5-8 робочих місць в інших сферах економіки [4]. Про ситуацію в Карпатському регіоні який можна порівняти з деякими районами Швейцарських Альп, свідчить наступний приклад: весь карпатський туристичний бізнес щорічно заробляє стільки ж скільки один великий швейцарський курорт. Недостатньо використовується для залучення туристів унікальна історико-культурна спадщина західного регіону. Досвід розвинених країн доводить, що гірські регіони, через розвиток індустрії відпочинку, яка у більшості випадків забезпечується підприємствами малого і середнього бізнесу. Інші сфери при цьому відіграють роль доповнюючи, дозволяючи розширити сферу праці, використовувати поряд з рекреаційним інші види природних ресурсів – лісові й окремі мінерально-сировинні, переробні тощо.

Необхідно наголосити на значних регіональних диспропорціях в розвитку РТС Карпатського регіону; чітко вираженій сезонності (літній і зимовий період) рекреаційної діяльності; низькій завантаженості санаторно-курортних і відпочинкових закладів; не досконалому механізмі кредитування та надання пільг бажаючим придбати путівки, доставці путівок та забезпеченні квитками на транспортні засоби тощо.

У Карпатському регіоні креативним і актуальним є зелений туризм, через який можна вдосконалити соціальну сферу села, закріпити і працевлаштувати молодь, покращити життя мешканців при збереженні самобутніх ознак які притаманні сільській місцевості. Для його розвитку є необхідні передумови, так як значна кількість рекреаційних і туристичних ресурсів зосереджена в сільській місцевості (при цьому житловий фонд сіл нашої країни нараховується 6,2 млн. житлових будинків, з яких 99,9 % перебуває у приватній власності [1]. Духовна спадщина українського народу, в якій поєднуються народні обряди, звичаї, народна творчість, промисли, народна архітектура, український побут і ремесла, при раціональному використанні можуть стати основою РТС.

Для розвитку малого і середнього бізнесу у гірських регіонах України з боку держави доцільним є надання пільгових кредитів і державних гарантій для отримання кредитів підприємствам туристичної індустрії; забезпечення пільговою, ресурсною, в тому числі лізинговою підтримкою; налагодження зв'язків з іноземними країнами з метою створення спільного туристичного продукту, здорова конкуренція, залучення міжнародної готельної мережі, операторів туристичної індустрії, які встановлять світові стандарти на українському ринку.

Розвитку малого і середнього бізнесу і, відповідно, РТС, повинні сприяти соціально-економічні, демографічні, соціально-психологічні, екологічні, політичні [5], ресурсні [11], а також матеріально-технічні і природно-географічні чинники [3]. Ю.А. Веденін і Є.А. Котляров визначили, що для розвитку РТС в тому чи іншому регіоні необхідним є поєднання рекреаційних ресурсів з рекреаційними потребами населення [2]. Всі чинники розвитку РТС регіону взаємопов'язані між собою і розглядати їх необхідно комплексно.

Кулик М.В., узагальнюючи чинники розвитку РТС, класифікує їх за змістом, динамікою розвитку, напрямом впливу, характером впливу на розвиток рекреаційної сфери та як такі, що важливі на ринку рекреаційних послуг [8] (табл. 1).

Класифікація чинників розвитку рекреаційно-туристичної сфери в регіоні (за М.В. Куликом, 2012 р.)

<i>Класифікаційна ознака</i>	<i>Чинники</i>
За змістом	Економічні соціальні екологічні політико-правові
За динамікою розвитку	Статичні (ресурсні, географічні, кліматичні, історико-культурні) динамічні
За напрямом впливу	Зовнішні (прямого та опосередкованого впливу) внутрішньо територіальні
За характером впливу на розвиток рекреаційної сфери	Активізації (екстенсивні та інтенсивні) стримуючі (гальмування)
Чинники ринку рекреаційних послуг	Попиту пропозиції

Відносно території Івано-Франківської області малий і середній бізнес повинен займати значно більшу частку у структурі економіки, аніж сьогодні. Попри те, що в області давно діє мережа бізнес-центрів, інфраструктура підтримки бізнесу недостатня для його успішного розвитку. Важливим аспектом напряму є також запровадження в регіоні систем управління якістю доквіллям та ін. на підприємствах, установах, організаціях.

Основними статтями розвитку РТС, що матимуть значимість для зайнятості населення у господарському комплексі області є подальший розвиток інфраструктури підтримки бізнесу, зокрема, мережі бізнес-інкубаторів; підтримка конкурентоспроможності бізнесу; підвищення якості та конкурентоспроможності промислової продукції, що виробляється на підприємствах області.

Список використаних джерел:

1. Бандур С.І. Соціально-економічний розвиток України: сучасні трансформації та перспективи / С.І. Бандур, Т.А. Заєць, В.І. Куценко та ін. – Вид. 2-ге; допов. і переробл. -Черкаси: Брама-Україна, 2006, - С. 260.
2. Веденин Ю.А. Динамика территориально-рекреационных систем / Веденин Ю.А. – М.: Наука, 1982. – 260 с.
3. Герасименко В.Г. Основы туристического бизнеса / В.Г. Герасименко – Одесса: Черноморье, 1997. – С. 58.

4. Долішній М. Місце рекреаційно-туристичного комплексу в розвитку сфери послуг і формування ринку праці України / М. Долішній, О. Гулич // Вісник ТАНГ. - 2005. - №5-2. - С. 175.
5. Євдокименко В.К. Регіональна політика розвитку туризму (методологія формування, практика реалізації / В.К. Євдокименко // Розміщення продуктивних сил і регіональна економіка. - Львів, 1997. - С. 15.
6. Кияк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні / В.Ф. Кияк - Чернівці: „Книги – XXI”, - 2003. - С. 29.
7. Коляда О.В. Туристична сфера як пріоритетний напрям діяльності малого бізнесу. / О.В. Коляда // Економіка. Управління. Інновації. - 2012. - № 1. С. 35.
8. Кулик М.В. Класифікація чинників розвитку рекреаційної сфери регіону / М.В. Кулик // Вісник Чернівецького торговельно-економічного інституту. - 2012. - Випуск 1. – С. 24-26.
9. Пинда Р. Міжнародний туризм та напрями його розвитку в Україні / Р. Пинда // Вісник ТАНГ. - 2005. - № 5. - С. 39.
10. Фліссак А. Досвід розвитку ринку туристичних послуг ФРН і можливості його використання в Україні / А. Фліссак, К. Фліссак // Вісник ТАНГ. – 2005. - № 5-2. - С. 202.
11. Шмагина В.В. Рекреация и туризм в системе современных приоритетов социально-экономического развития / В.В. Шмагина, С.К. Харичков. – Одесса: Институт проблем рынка и экономико-экологических исследований НАН Украины, 2000. – С. 39.

ТУРИСТИЧНА ОСВІТА В КЛАСИЧНИХ УНІВЕРСИТЕТАХ УКРАЇНИ

Ольга Любіцева

*Київський національний університет імені Тараса Шевченка,
Київ, Україна*

Вища освіта в Україні сформувалась на базі академій (Києво-Могилянська академія, 400 років тому) та університетів (Харківський університет імені В.Н.Каразіна – понад 200 років, Львівський університет імені Івана Франка – з XVII ст., Київський університет імені Тараса Шевченка – понад 180 років, Чернівецький університет імені Юрія Федьковича – 140 років, Одеський університет імені І.І.Мечникова – понад 150 років, Дніпропетровський університет імені Олесь Гончара – біля 100 років). Тобто університетська освіта сформувалась переважно протягом XIX ст. і ці університети мають тяглу історію і сформовані

традиції підготовки фахівців, що й визначає сучасний імідж цих університетів в системі вищої освіти країни.

Модель, на якій зараз розвивається класична освіта, була запропонована О.Гумбольдом у ХІХ ст. і зреалізована на прикладі Берлінського університету. Ця модель для свого часу стала революційною, оскільки відійшла від традиційного на той час підходу, закладеного середньовічними університетами. Новий університет був спрямований на поєднання освіти з науковими дослідженнями і спрямований не тільки на передачу існуючого знання (за традиціями середньовіччя), а й на здобуття нового знання і студенти мали широко до цього залучатися. Саме такий підхід був застосований вже в університетах, які виникали протягом останніх двохсот років на теренах України в її найбільших культурних центрах.

Сьогодні виділяють чотири моделі університетів: відкритий, суспільно-відповідальний, сформований на основі традицій, університет-корпорація. Класичні університети України сформовані на основі тяглих традицій, які поєднують історично сформовану культуру (викладання, наукових досліджень, спілкування) з цілями розвитку навчального закладу як одного з провідних у підготовці національної наукової і громадської еліти. Тобто, саме класичні університети в сучасній системі підготовки кадрів в Україні мають зберігати і примножувати науковий і освітній потенціал, закладений попередніми сторіччями.

Формально основи туристичної освіти в нашій країні була закладені також в класичних університетах в середині 1970-х років: у тоді Симферопольському (Таврійському) та Київському імені Т.Г. Шевченка державних університетах і це можна вважати закономірним, оскільки в класичних університетах науковий пошук в різних галузях знань є складовою життя самого університету. Наслідком такого пошуку є розширення об'єктно-предметної сфери наукового знання. Так, з розширення предметно-об'єктної сфери географічної науки сформувалась рекреаційна географія і географія туризму, на базі яких для організації туризму в країні і розпочалась підготовка фахівців.

Значне розширення кількості ВНЗ, які готують кадри для туризму відбулося з середини 1990-х років, а особливо після 2004 р., коли був прийнятий перший державний галузевий стандарт вищої освіти напряму (тоді) «туризм». Сьогодні підготовку кадрів для туризму здійснюють класичні університети, економічні (наприклад, Харківський, Київський), педагогічні (Луганський, імені М.Драгоманова), технологічні (Черкаський, Мукачівський), у сфері культури (Київський національний

університет культури і мистецтв) і агробізнесу (Національний університет біоресурсів і природокористування України), галузеві (Київський національний торговельно-економічний університет, Національний університет харчових технологій), а також спеціалізовані саме в туризмі (Київський університет туризму, економіки і права, Львівський інститут економіки і туризму). Всього підготовку бакалаврів здійснюють 103 ВНЗ та магістрів – 32. Тобто, маємо потужну систему підготовки кадрів для туризму, яка включає рівні підготовки «бакалавр», «магістр» з двома спеціальностями: 241.«готельно-ресторанна справа» та 242.«туризм» в галузі знань 24.«сфера обслуговування». З існуючого стану справ виникають такі питання: 1) чи всі аспекти діяльності в такій синтетичній за сутністю діяльності як туризм охоплюються зазначеними спеціальностями? 2) чи відповідає потребам сучасного туризму така ситуація з підготовки кадрів? 3) якими є перспективи розвитку туристичної освіти в світлі сучасних законодавчих рішень і чи відповідають вони загальним напрямкам розвитку вітчизняної освіти?

Щоб відповісти на ці та інші питання, пов'язані з туристичною освітою, в першу чергу треба дати відповідь на питання «що таке туризм як об'єкт наукового вивчення»? Чи може бути наука «про туризм», чи вивчення туризму – це технологічна підготовка фахівців середньої виконавської ланки? Відповідь на це питання є ключовою у подальшому розвитку туристичної освіти і туристичної науки. Саме класичні університети, маючи традицію поєднання освіти з науковими дослідженнями, мають в першу чергу зосередити свою увагу на вирішенні цього питання: чи можливою є наука про туризм – туризмологія? (туристка, туризмознавство). Що є предметом такої науки? Якою є (чи може бути) її методологія. А головне – базові методи дослідження?

За сьогоdnішнім станом туризму в системі підготовки кадрів він віднесений до технологій (сфера обслуговування). За цією логікою, тоді можна обмежитися підготовкою бакалаврів, спрямувавши їх діяльність на вивчення технологій розробки, просування, реалізації турпродукту та організації обслуговування туристів. У провідних ВНЗ, які довели свою спроможність до наукового пошуку, сконцентрувати підготовку нечисленних магістрів, спрямувавши їх на дослідження туристичного ринку і його складових з метою вивчення та прогнозування попиту, його галузевого та територіального розподілу в залежності від дії глобальних і локальних факторів. Чи потрібний в системі підготовки кадрів для туризму третій, докторський, рівень? Чим мають займатися доктори

філософії в галузі туризму (чи – з туризмології?) за відсутності науки про туризм?

У ситуаціях, коли у вітчизняній практиці виникають дискусійні питання, ми часто звертаємось до зарубіжного досвіду. У даному разі ми маємо такий досвід – Велика Британія, США, Японія, Гонконг, інші країни. Підготовка PhD з туризму відбувається в різних комбінаціях – у поєднанні з рекреаційним, готельним бізнесом, управлінням спортом і здоровим харчуванням тощо. Тобто, в напрямку формування триступеневої вищої освіти в галузі туризму маємо сформулювати туристичну науку, на розвиток якої має бути спрямована підготовка докторів філософії.

Першим кроком на цьому шляху є розробка стандартів вищої освіти зі спеціальності «туризм». Сформована відповідно дії Закону України «Про вищу освіту» у 2016 р. Науково-методична комісія у складі 9 осіб напрацювала проект Стандарту вищої освіти України першого (бакалаврського) і другого (магістерського) рівнів у галузі знань 24. Сфера обслуговування спеціальності 242. «Туризм», які зараз проходять технічні процедури. Законом України «Про вищу освіту» (ст.10), визначено, що стандарт вищої освіти є сукупністю вимог до змісту і результатів освітньої діяльності ВНЗ і наукових установ за кожним рівнем вищої освіти в межах кожної спеціальності і використовується для оцінювання якості змісту та результатів освітньої діяльності ВНЗ/наукових установ. Стандартом встановлюються наступні вимоги до освітньої програми: обсяг кредитів ЄКТС, перелік компетентностей випускника, нормативний зміст підготовки студента, сформульований в термінах результатів навчання, форми атестації, вимоги до внутрішнього забезпечення якості вищої освіти та вимоги до професійних стандартів у разі їх наявності. Тобто, вимоги до стандарту – формування компетентностей випускника, а кожен ВНЗ в межах свого розуміння сутності туризму і оцінки ситуації на туристичному ринку і на ринку праці в цій галузі, формує освітні програми і навчальні плани. Робоча група розробників стандарту заклала в основу формування компетентностей фахівця з туризму суто наукову мету, сформульовану в об'єкті вивчення, який вбачається дуалістичним, як і сама туристична діяльність. На рівні підготовки бакалавра туризму об'єкти вивчення: 1) туризм як суспільний феномен, складна соціо-еколого-економічна система, яка охоплює різноманітні природно-географічні, соціо-культурні, екологічні, економічні, організаційно-правові аспекти; 2) туризм як сфера професійної діяльності та бізнес в індустрії туризму (процеси формування, просування, реалізації та

організації споживання туристичного продукту, послуг суб'єктів туристичної діяльності). На рівні магістра наукова складова залишається, а прикладна змінюється, ускладнюється і розширюється: туризм як сфера професійної діяльності - з організації та управління туристичним процесом на різних ієрархічних рівнях; з дослідження, аналізу та прогнозування напрямків розвитку туристичного ринку, його сегментів, суб'єктів туристичної діяльності; - з туристичної освіти. Такий же підхід закладається до формування стандарту підготовки PhD з туризму, коли основний зміст цієї підготовки має бути спрямований на формування науковця і викладача.

Зазначені вимоги можна витримати тільки за умови формування і розвитку туристичної науки. Сьогодні вона знаходиться (це можна констатувати як доконаний факт) на рівні формування, маючи значні наукові доробки в різних сучасних галузях знань: в географії, економіці, соціології, педагогіці, де наявні докторські дисертації, в яких розглядаються важливі питання формування туристичної науки і розвитку наукової туристичної термінології. Але етап інституціонування туристичної науки вбачається складним і потребує спільних зусиль. Саме тут має проявитися роль класичних університетів як флагманів формування фундаментальних наукових досліджень. Наукові досягнення професорсько-викладацького складу як класичних, так і інших ВНЗ, зафіксовані в монографіях, статтях у вітчизняних і зарубіжних періодичних виданнях, підручниках і посібниках, виступах на українських і міжнародних наукових форумах різного рівня, спрямовані на формування туризмології (туризмознавства) мають дати результат нової якості у вигляді нового наукового напрямку.

СПАРТЫЎНЫ ТУРЫЗМ: АД EURO-2012 ДА EURO-2016. Футбольныя заўзятары ў святле новых сацыяльных рэаліяў і трэндаў

Уладзімер Люкевіч
Дзяржаўны ўніверсітэт у Брэсце
Брэст, Беларусь

Самыя буйныя спартыўныя спаборніцтвы на еўрапейскім кантыненте адназначна звязваюцца з правядзеннямі першынстваў Еўропы па футболе. На працягу XXI стагоддзя яны вызначаюцца не толькі тымі

паказальнікамі, якія непасрэдна датычацца гульнявых аспектаў, але кожныя чатыры гады фіксуюцца ўсё новыя рэкордныя дасягненні адносна фінансавых і эканамічных прыбыткаў як арганізацыі, што праводзіць гэты турнір, - у дадзеным выпадку – UEFA, - так і краінаў, на тэрыторыі якіх адбываюцца матчы. Калі прасачыць, як выглядае дынаміка ўзрастання даходаў арганізатараў чэмпіянатаў Еўропы па футболе за апошнія дваццаць чатыры гады, то гэта можа быць зафіксавана наступным чынам.

За некалькі дзесяткаў апошніх гадоў сацыяльная мабільнасць чалавецтва неймаверна павялічылася. Узрастанне заробкаў насельніцтва Еўропы дазваляе зараз сярэднестатыстычнаму жыхару кантынента наведваць цікавыя для прагляду спаборніцтвы амаль у кожнай краіне. Сродкі камунікацыі, разгалінаваная сістэма месцаў для пражывання, адсутнасць праблемаў з харчаваннем ствараюць спрыяльныя варункі для актыўнага правядзення вольнага часу. У такой сітуацыі спартыўны турызм ператвараецца ў важнейшы кампанент буйных міжнародных спаборніцтваў.

Табліца 1.

Прыбыткі арганізатараў чэмпіянатаў Еўропы па футболе

год	краіна правядзення	колькасць удзельнікаў	прыбытак, млн.еўра
1992	Швецыя	8	40,9
1996	Англія	16	147,3
2000	Бельгія і Галандыя	16	229,9
2004	Партугалія	16	855,2
2008	Аўстрыя і Швейцарыя	16	1350,9
2012	Польшча і Украіна	16	1390,9
2016	Францыя	24	1930,0

Крыніца: гл.: 3

Аналіз падставовых складальнікаў спартыўнага турызму непарыўна звязаны з шэрагам неабходных кампанентаў, якія ў абавязковым парадку павінны быць улічаныя ў перспектыве рэалізацыі выездаў на тыя імпрэзы, што выклікаюць зацікаўленасць заўзятараў.

Чатыры польскія гарады, што атрымалі права на правядзенне матчаў EURO-2012, разам выдаткавалі на арганізацыйныя патрэбы каля 47,5 млн. еўра. Але адначасова да іх бюджэтаў у сувязі з правядзеннем турніра

трапіла каля 11,7 млн. еўра ад UEFA і спонсараў, што складала блізка адной чацьвёртай коштаў. Праект турніру для Варшавы, Гданьску, Познані і Уроцлава не застаўся стратным, бо вельмі высокімі выявіліся прыбыткі ад турызму, што дасягнулі амаль 366 млн. еўра, з чаго, як ацэньвае Польшкі інстытут турызму, дзве траціны дадзенай квоты складаюць выдаткі замежных заўзятараў, якіх прыехала больш за 677 тыс. з 123 краінаў свету. Такі пазітыўны вынік фінансавага балансу выклікаў ахвоту кіраўніцтва кожнага з гарадоў да таго, каб прэтэндаваць на права правядзення матчаў EURO-2020, якое, як ужо вядома, адбудзецца ў 13 краінах Еўропы [гл.: 5].

У сувязі з правядзеннем матчаў на польскіх стадыёнах знаходзілася шмат сусветна вядомых асобаў з галіны палітыкі, культуры, шоў-бізнэсу і, зразумела, спорту. Так, напрыклад, у Гданьску на трыбунах стадыёну можна было ўбачыць прэзідэнта Італіі Джорджыя Напалітана, канцлер Германіі Ангеле Мэркель, тагачаснага прэзідэнта Польшчы Браніслава Камароўскага, прэм'ера гэтай жа краіны Данальда Туска, легендарнага лідэра Польшчы Леха Валенсу, шэфа UEFA Мішэля Пляціні, кіраўніка Польскай федэрацыі футбалу Збігнева Бонека, славутага трэнера Жазэ Мурыньё, спявачку Шакіру і інш. [гл.: 6].

Што датычыцца першынства ў Францыі, то зацікаўленасць EURO-2016 з боку заўзятараў пераўзыйшла ўсе аптымістычныя прагнозы. Толькі папярэднія запыты на білеты дасягнулі лічбы больш за 11 млн. Найбольш тут вызначыліся французы – 40,6%, далей – ангельцы і немцы – па 13,9%. Разам 51 гульні чэмпіянату наведалі 2,4 млн. асобаў [гл.: 1]. Агульны прыбытак ад правядзення чэмпіянату Еўропы ацэньваецца ў 1,93 млрд. еўра, павелічэнне даходаў складае на 34% больш, чым у 2012 годзе. Гэтую лічбу можна растлумачыць наступным чынам. Па-першае, значна ўзрасла колькасць удзельнікаў турніру, а гэта азначае, што аўтаматычна больш было праведзена гульняў і прывяло да пашырэння аўдыторыі гледачоў. Па-другое, рэкордныя сумы, - больш за мільярд еўра, - прынес продаж тэлевізійных правоў. Акрамя таго, 480 млн. еўра прынеслі спонсарскія праекты, а таксама 400 млн. еўра ўдалося зарабіць на білетах і праграме гасціннасці [там сама]. Неабходна дадаць, што ў Францыі маюцца даўнія і моцныя традыцыі ў сферы турызму, што пацвярджаюць дадзеныя Сусветнай турыстычнай арганізацыі ААН. Напрыклад, па выніках 2014 года гэтую краіну наведала 83,7 млн. аматараў падарожжаў, якія заплацілі за разнастайныя паслугі каля 45 млрд. еўра. Гэта чацьвёрты вынік пасля ЗША, Іспаніі і Кітаю. [гл.: 3]. Зразумела, што такое становішча толькі паспрыяла павелічэнню лічбы футбольных заўзятараў.

Важным элементом спортивного туризма з'яўляюцца цэны на білеты матчаў чэмпіянату. На EURO-2016 на замову было падрыхтавана больш за 1 млн. білетаў рознай вартасці. Самыя танныя – ад 25 еўра на гульні чацьвёртай катэгорыі на трыбуну за брамай галкіпера на групавым этапе. Але за прагляд фіналу неабходна было заплаціць ужо ад 895 еўра як за сустрэчу першай катэгорыі на цэнтральную трыбуну [гл.: там сама].

Пражыванне пад час буйных спортыўных мерапрыемстваў заўсёды выклікае спрэчныя пытанні. У 2012 годзе цэны ў гатэлях Познані выраслі ў сярэднім на 84%, а рэкорд коштаў прыйшоўся на матч паміж камандамі Італіі і Ірландыі, калі цэны падскочылі на 154%. Прычым, маніпуляванне аплатамі за начлегі пачалося задоўга да пачатку чэмпіянату Еўропы. Лічылася, што заўзятары змогуць заплаціць кожны выстаўлены рахунак, аднак у рэчаіснасці гэтага не адбылося. Познаньскі “Sheraton”, напрыклад, перад першынствам прапаноўваў толькі пакоі “люкс” за прыблізна 831 еўра, але ўжо пад час правядзення матчаў там можна было засяліцца ў стандартны нумар у цане каля 101 еўра. Дарэчы, гатэлі найчасцей выбіралі італьянцы, а ірландцы і харваты шукалі больш танную альтэрнатыву, у тым ліку фанкэмпі. У самым вялікім з іх побач са стадыёнам у кульмінацыйны момант знаходзілася каля 3 тыс. заўзятараў [гл.: 6].

У Францыі ў дні матчаў гатэлі ў Ніццы былі запоўненыя на 100%, у Лілі – на 95%. У іншых гарадах гэты паказальнік быў крыху ніжэйшы, але ўсяроўна вельмі высокім [гл.: 2].

Да прадстаўнікоў спортыўнага турызму можна паспрабаваць далучыць таксама і непасрэдных удзельнікаў чэмпіянату Еўропы, г.зн. афіцыйныя дэлегацыі нацыянальных зборных, што атрымалі перамогу ў кваліфікацыі да фіналу. Усе каманды абралі месцам свайго пражывання чатырох- і пяцізоркавыя гатэлі на тэрыторыі краіны-гаспадыні. Самае дарагое размяшчэнне – у зборнай Англіі, кожны нумар у гатэлі катэгорыі “дэлюкс” абыходзіўся ў 635 еўра за ноч. Самая ашчадная ў гэтым плане – зборная Швейцарыі. Чатырохзоркавы гатэль каштаваў 110 еўра ад асобы за суткі. На прыкладзе зборнай Расіі можна падлічыць, у якую суму абыходзіўся побыт усёй дэлегацыі на працягу групавых матчаў. Для гэтай каманды знаходжанне адной асобы ў гатэлі разлічвалася ў суме 312 еўра. Расійская дэлегацыя складалася з 23 гульцоў, а таксама 23 супрацоўнікаў трэнерска-адміністрацыйнага штабу. У выніку агульныя выдаткі за 15 дзён пражывання для гэтай групы ацэньваліся ў 215,3 тыс. еўра [гл.: 3]. Прыкладна можна падлічыць, што побыт усіх 24 камандаў абышоўся недзе ў суму большую за 5 млн. еўра.

Спартыўны турызм акрамя названых вышэй пытанняў нясе прыбыткі гаспадарам буйных імпрэзаў у сістэме арганізацыі масавага харчавання. Ні Польшча з Украінай, ні Францыя не наракалі на гэтую сферу. Пад час правядзення EURO-2012 толькі ў Варшаве за 25 дзён функцыянавання фан-зоны лічба наведвальнікаў ацэньваецца ў колькасці каля 1,5 мільёнаў асобаў. Госці з’елі сотні кілаграмаў каўбасак і запеканак, выпілі сотні літраў піва і іншых напояў. Турысты бавіліся ў гэтым месцы да позняга вечару. Польская сталіца выдатна выкарыстала свой шанец для рэкламы. Па падліках гарадскіх уладаў, на падобную прамоцыю ў сродках масавай інфармацыі неабходна было б выдаткаваць больш чым 36 млн. еўра [гл.: 6]. У суме фан-зоны ў Польшчы наведала больш заўзятараў, чым прынялі гаспадары папярэдняга чэмпіянату ў Аўстрыі і Швейцарыі [гл.: 4]. Падобная тэндэнцыя ў сферы харчавання і спажывання напояў захавалася і ў Францыі. Лідэр мясцовага рынку кампанія “Kronenbourg”, якая належыць дацкаму канцэрну “Carlsberg”, прадала пад час чэмпіянату на 40 млн. літраў піва больш (павелічэнне на дзве трэці), чым звычайна ў чэрвені-ліпені. У 10 французкіх фан-зонах пабывала каля 3,6 млн. заўзятараў, у тым ліку 285 тыс. асобаў сачылі за паўфінальным матчам Францыя – Германія [гл.: 1]. Трэба падкрэсліць, што прыбыткі арганізатараў чэмпіянату ў значнай ступені забяспечваюць замежных госці. Пргназавалася, што іх будзе каля 40%, але на самой справе яны складалі 60% ад усіх заўзятараў на стадыёнах. Праўда, фан-зоны ў Францыі хоць і карысталіся адпаведным поспехам, але не заўсёды былі запоўненыя. Зацікаўленасць імі ў параўнанні з папярэднімі чэмпіянатамі паменшылася. Не выключана, што пік папулярнасці дадзенага фармату ўжо прайшоў, і арганізатары наступных спаборніцтваў павінны задумацца над стварэннем якога іншага праекту [гл.: 2].

Сярод пазітыўных момантаў як EURO-2012, так і EURO-2016 неабходна засярэдзіць увагу і на негатыўных з’явах і тэндэнцыях. Напрыклад, як паказвае практыка, спартыўным заўзятарам, якія выбіраюцца на гульні першынства трэба ўлічваць лагістычныя асаблівасці і залежнасць ад спецыфікі камунікацыі, у тым ліку мясцовай. Пад час спаборніцтваў рэзка узрастаюць цэны на аплату пражывання, харчавання, сувенірную прадукцыю, паслугі транспарта, асабліва таксі. Іншай праблематычнай справай з’яўляецца так званы сэкс-бізнэс. Напрыклад, у Польшчы атрымаць такога роду спецыфічныя паслугі можна было без усялякіх перашкодаў у цэнтрах гарадоў і нават непасрэдна ў раёнах размяшчэння фан-зонаў [гл.: 6]. Але самай небяспечнай пагрозай была сітуацыя ў Францыі, што звязвалася з пагрозай тэрарызму. На шчасце

адпаведныя дзяржаўныя службы спрацавалі на вельмі высокім узроўні і ніводнага небяспечнага выпадку не было зафіксавана. Яшчэ адным непрыемным момантам апошняга чэмпіянату Еўропы з’яўляецца масавае празмернае ўжыванне алкаголю. Наступствы паводзінаў тысячаў заўзятараў пасля гэтага былі цяжка прадказальнымі. І, нарэшце, яшчэ адзін момант, які не можа не насцярожыць. У Францыі ўпершыню прыйшлося сутыкнуцца з правакацыйнай дзейнасцю невялікіх па колькасці, але вельмі добра арганізаваных, хуліганска-злачынных групавак. Іх наяўнасць шмат у чым сапсавала ў цэлым добрае ўражанне ад арганізаваных на высокім узроўні спаборніцтваў. А той факт, што названыя групы маюць непасрэдныя адносіны да Расіі, стварае не зусім атракцыйны імідж гэтай краіны, якая ў 2018 годзе рыхтуецца прыняць чэмпіянат свету па футболе.

Спартыўны турызм нягледзчы на ўсё працягвае дынамічна развівацца. Такому становішчу садзейнічае цэлы шэраг разнастайных фактараў. Але рэаліі сучаснага жыцця нясуць свае карэктывы, якія прыходзіцца ўлічваць пры аналізе тых сацыяльных тэндэнцыяў, якія ўжо ўсталяваліся, а таксама тых, якія ўзнікаюць у працэсе функцыянавання чалавечага грамадства.

Выкарыстаныя крыніцы:

1. Доход УЕФА от проведения Евро-2016 составил почти два миллиарда евро [Электронны рэсурс]. – Рэжым доступу: <https://rg.ru/2016/07/08/dohod-uefa-ot-provedeniia-evro-2016-sostavil-pochti-dva-milliarda-evro.html>. – Дата доступу: 01.09.2016.
2. Кто, как и сколько заработал на Евро-2016 [Электронны рэсурс]. – Рэжым доступу: <http://www.dw.com/ru/кто-как-и-сколько-заработал-на-евро-2016/a-19393396>. – Дата доступу: 01.09.2016.
3. Шесть вопросов о доходах “Евро-2016” [Электронны рэсурс]. – Рэжым доступу: <http://www.rbc.ru/newspaper/2016/06/14/575a67679a7947264106a3ee>. – Дата доступу: 01.09.2016.
4. Bilans zysków i strat Euro 2012 [Электронны рэсурс]. – Рэжым доступу: <http://gotujmy.pl/bilans-zyskow-i-strat-euro-2012,artykuly-eurociekawostki-artykul,12330.html>. – Дата доступу: 02.09.2016.
5. RAPORT: EURO 2016: Pieniądze w grze [Электронны рэсурс]. – Рэжым доступу: <http://www.gb.pl/raport-euro-2016-pieniadze-w-grze-pnews-830.html>. Дата доступу: – 02.09.2016.
6. Zaskakujące rekordy podczas Euro 2012 [Электронны рэсурс]. – Рэжым доступу: <http://wiadomosci.onet.pl/warszawa/zaskakujace-rekordy-podczas-euro-2012/6zypt>. – Дата доступу: 01.09.2016.

ПЕРЕВАГИ ТА НЕДОЛКИ ЗАГАЛЬНОПРИЙНЯТОГО ТУРИСТИЧНОГО БРЕНДУ УКРАЇНИ

Галина Макаруха, Володимир Монастирський
*Львівський національний університет імені Івана Франка,
Львів, Україна*

Міжнародний досвід промоції національного туристичного продукту країнами-лідерами туристичного бізнесу засвідчує, що на даному етапі розвитку суспільства ефективним є застосування механізмів територіального брендингу, що реалізуються засобами інтегрованих маркетингових комунікацій. Такий підхід визнається і застосовується як науковцями так і представниками бізнесу та державними інституціями. На сучасному етапі розвитку українського суспільства існує очевидна потреба у представленні національного туристичного продукту як цілісного образу, сформованого комплексом соціально-комунікаційних технологій, спрямованих на активізацію поведінки споживача туристичних послуг [3].

На сьогоднішній день територіальний брендинг, як динамічний процес створення у свідомості громадськості конкретно сформованого асоціативного образу, є предметом вивчення таких українських науковців: А. Парфіренко, В. Тарнавський О. Телетов, А. Гаврилюк. Проте, у наукових роботах даних науковців не було проведено аналізу конкретних позитивних та негативних сторін сучасного логотипу бренду України.

За визначенням Всесвітньої організації туризму, бренд країни – це сукупність емоційних і раціональних уявлень, що є результатом зіставлення усіх ознак країни, власного досвіду й чуток, що впливають на створення певного її образу [2]. Він повинен передавати споживачу турпродукту імідж якості та очікуваного рівня гостинності й комфорту як від окремої особистості, так і держави. За допомогою бренду споживач здатен розпізнавати та ідентифікувати серед інших ту країну якій він з певних причин віддає перевагу.

У статті «Державний маркетинг створення та промоції туристичного бренду України» доцент кафедри міжнародного туризму Київського національного університету культури і мистецтв А. М. Гаврилюк туристичним брендом вважає сукупність якісних ознак туристичного образу та туристичного іміджу держави, що усвідомлюються через таку іміджеву атрибутику як логотип, слоган, дизайн, символи. У даній роботі

розглядатимемо туристичний бренд України у саме такому графічному контексті.



Рис. 1. Логотип туристичного бренду України [1].

Із 21 березня 2014 року загальноприйнятою графічною частиною туристичного бренду України є логотип зображений на рисунку 1. Його розробку було реалізовано Державним агентством України з туризму та курортів.

Поданий логотип розглядається як блакитна стрічка у формі латинської літери «U» (або ж магніта) із геометричними фігурами визначених кольорів та розмірів, вписаних у неї.

Розглядаючи позитиви даного графічного представлення, можемо сказати, що воно є комплексним та самодостатнім із технічної точки зору, оскільки окрім логотипу у контексті візуальних образів також було розроблено низку тематичних піктограм, які можуть використовуватись у маркетингових цілях.

Також логотип наповнений глибоким змістовим навантаженням, у якому його творці намагалися передати всю унікальність та особливості нашої держави, а саме:

– концепція «і - і» в основі логотипу – відображення унікальності України, як держави, де немає взаємовиключних крайнощів, а яка, натомість, поєднує протилежні сутності, які доповнюють одна одну. Вона

акцентує на тому, що Україна – особлива цивілізація, яка століттями жила «між» геополітичних, геокультурних, гео економічних «плит» світу [1];

– різні за характером графічні символи ромб і коло – широкоживані символи української орнаментики та народного мистецтва символізують протилежності «і – і» за своїм характером та кольором, що «мирно» співіснують всередині знака;

– іміджевий слоган «Ukraine: It's all about U», що повинен говорити мовою цінностей та «споріднювати» мешканців інших країн з Україною;

– використання визначених кольорів, які несуть додаткове змістовне навантаження: жовтий – колір сонця, жита, позитиву та добра, малиновий – колір козацтва, плодючості та емоційності, салатний – колір природи та гармонії, темно-коричневий – колір землі, блакитний – колір неба, впевненості та рівноваги.

Окрім цього подаються чітко визначені правила застосування та оформлення даного логотипу для різних сфер, що спрощує його використання та теоретично зменшує ймовірність неправильного трактування символу.

Розглядаючи негативи графічної частини бренду, можемо зауважити, що без відповідних роз'яснень він залишається незрозумілим для пересічного туриста, адже насправді ідея є досить складною, і для повного «розшифрування» повинна передбачати однакове трактування всіх її елементів різними групами населення.

Окрім того, результати проведеного автором інтернет-опитування свідчать про те, що самі громадяни України не асоціюють дане графічне представлення із своєю державою. Так, серед осіб, що оцінювали його не виявилось жодної людини, яка б із впевненістю сказала, що логотип повністю відображає особливості нашої країни. 46% опитаних вважають, що ідея бренду є цікавою і заслуговує на увагу, проте потребує суттєвого доопрацювання. При цьому більшість із них бажали би бачити у межах літери «U» елемент української вишивки, а не такі графічні символи як ромб і коло. Решта 54% опитаних зовсім не одобрили даного логотипу, серед аргументів критики вказуючи як повну невідповідність їхнім уявленням так і недоцільне використання кольорів, шрифтів та міжнародного образу усмішки.

Таким чином, бачимо, що незважаючи на позитивні ідеї та глибокий зміст, вкладені розробниками у діючий на міжнародному туристичному ринку логотип України, він є надто складним для розуміння і тому не може забезпечити передачі правильного трактування задуму творців.

Також графічне представлення бренду не відповідає образу держави, сформованому у свідомості її мешканців. При цьому, із пропозицій, поданих при їх опитуванні, можемо вказати такі дві можливі зміни існуючого логотипу:

– перша включає зміну літери «U»: виконання її у кольорах національного прапора України, видалення із літери квадратів, кіл та символу усмішки і заміна їх класичною українською вишивкою або ж орнаментом петриківського розпису. Також було висловлено ідеї прикрашення літери калиною або ж колосками пшениці;

– друга передбачає зображення контуру України, де всередині низкою окремих менших за розміром зображень буде проілюстровано особливості кожного регіону нашої держави (наприклад у межах Києва зображення храмів, в межах степової зони лани пшениці).

На нашу думку, зокрема на думку студентів кафедри туризму географічного факультету Львівського національного університету імені Івана Франка, найкращою ідеєю для логотипу бренду України все ж залишається удосконалення існуючого. Для цього ми можемо удосконалити літеру «U», як описано вище, або ж замінити її на тризуб у поєднанні із національними орнаментами та рослинами-символами держави. Така модифікація зможе надати туристу, який не знайомий з Україною, досить визначене початкове уявлення про неї, а туристу, який вже відвідував Україну, нагадає її самобутні особливості та допоможе відновити у свідомості її образ.

Варто зауважити, що дане дослідження потребує подальшого розвитку, адже воно ґрунтується лише на опитуванні громадян України та студентів Франкового університету. Для остаточного вирішення даної проблеми актуальною залишається організація опитування іноземних громадян, яке дало б змогу дізнатися про доступність даного логотипу для розуміння та його спроможність привабити відвідувачів до України.

Список використаних джерел:

1. Бренд-бук «Керівні принципи туристичного бренду України», електронний ресурс. Режим доступу: [http://tourism.gov.ua/files/brbook/ukraine_tourist_brand_brandbook_ukr_6.pdf].
2. Гаврилюк А.М. Державний маркетинг створення та промоції туристичного бренду України/Гаврилюк А.М.// Електронне наукове фахове видання «Державне управління: удосконалення та розвиток». УДК 351: 379.85.
3. Телетов О.С. Дослідження та перспективи розвитку туристичного бренду України/О.С. Телетов, В.В. Зарубіна, О.Є. Тімашова// Маркетинг і менеджмент інновацій, 2014, №1. УДК 338.48:339.138.

ВИКОРИСТАННЯ ТЕХНОЛОГІЙ КОНТЕНТ-МАРКЕТИНГУ ДЛЯ ПРОСУВАННЯ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ ТА ПІДВИЩЕННЯ РІВНЯ ПРОДАЖУ В ТУРИЗМІ

Оксана Малиновська

*Київський національний університет імені Тараса Шевченка,
Київ, Україна*

Сьогодні з поширенням інформаційних технологій та Інтернет, зростанням технічних можливостей та під впливом зміни уподобань аудиторії розширюється спектр каналів комунікації туристичних підприємств з потенційними клієнтами. Через скорочення рекламних бюджетів туристичних підприємств, зростаючи потребу суспільства в інформації та втому споживачів від традиційних засобів реклами (до того ж традиційна реклама шукає того клієнта, який вже пройшов перші етапи маркетингової воронки, а реклама в Інтернет сьогодні також вже не є такою ефективною через «банерну сліпоту», блокувальники реклами, підвищення вартості реклами тощо) актуальним є пошук більш ефективних методів привернення та утримання уваги споживачів та її конвертації в реальний продаж.

Популярна в сучасній маркетинговій практиці технологія привернення уваги до компанії чи бренду та залучення цільової аудиторії за допомогою створення та розповсюдження пов'язаної з ним актуальної та цінної інформації отримала назву - контент-маркетинг (англ. content marketing).

Контент-маркетинг з'явився досить давно. Першим випадком його застосування вважається випуск у 1900р. і безкоштовне розповсюдження французькою компанією «Michelin» (всесвітньо відомий виробник шин та видавець одного з найавторитетніших ресторанных рейтингів Європи) 35 тисяч путівників по країнах з порадами для автомобілістів. Контент-маркетинг активно застосовується з початку використання Internet (активне використання українськими туристичними підприємствами у своїй діяльності можливості мережі Internet почалося з 2000-2001рр.), однак масово про нього почали говорити лише з 2009р.

Контент-маркетинг може використовуватися як найуспішнішими світовими компаніями, так і підприємствами малого та середнього бізнесу. Сьогодні у США 9 із 10 компаній застосовують ті чи інші форми контент-маркетингу, а 55% компаній отримують своїх клієнтів через блоги. Оптимізуючи свої пошукові алгоритми пошуковий сервіс Google звертає

увагу на майданчики, які розміщують актуальний та неповторний контент, а тому сайти, які відповідають критеріям пошуку, мають більше шансів опинитися на перших позиціях пошукової системи [2].

Контент-маркетинг – це створення і просування безоплатного, якісного і повноцінного контенту (текст, інфографіка, відео, фотографії тощо), який є актуальним для конкретного випадку і має самостійну цінність для аудиторії, оскільки відповідає на питання потенційного споживача у певній сфері бізнесу. Якщо реклама напряму пропонує товар чи послуги адресату, а PR робить це опосередковано (через третіх осіб), то контент-маркетинг не містить інформації про певний продукт чи послугу, а спрямований на допомогу у вирішенні конкретної проблеми споживача.

В комплексі з іншими інструментами маркетингової стратегії туристичного підприємства, контент-маркетинг здатний посилити вплив традиційних маркетингових та рекламних заходів на різних етапах воронки продажу, а тому може бути використаний компаніями майже у будь-якій сфері бізнесу.

Робота над контент-маркетингом складається з трьох основних етапів:

1) створення стратегії контент-маркетингу (визначити цільову аудиторію, тональність спілкування з нею, пов'язати контент з проблемами клієнта на різних етапах його інтересу до продукту, скласти контент-план);

2) створення контенту (це творчий етап роботи, який можна проводити власними силами або віддавати на аутсорс);

3) просування контенту (можна публікувати контент на майданчиках, які відвідує цільова аудиторія, а можна створити власний майданчик для залучення трафіку на сайт - в умовах сучасних можливостей таргетованої реклами, особливо в соціальних мережах, залучити потрібну аудиторію неважко) [6].

Контент-маркетинг дозволяє досягти таких основних цілей: залучення цільового трафіку на сайт компанії та конвертація його в замовлення (продаж товарів та послуг), інформування споживачів про компанію та її товари і послуги, формування образу компанії в свідомості споживачів, досягнення компанією статусу експертів у галузі (оскільки публікації та інші матеріали не пов'язані напряму з продуктом компанії, але пов'язані із сферою її діяльності, це підвищує рівень довіри аудиторії до бренду) та зміцнення авторитетності бренду, підвищення впізнаваності бренду, привернення уваги ЗМІ, створення та розвиток активних комунікацій в соціальних мережах та ін..

Стратегія контент-маркетингу може використовувати цілу низку різноманітних каналів комунікації: статті, рекомендації (інсайти та поради), корпоративні сайти та соціальні мережі, блоги, відеоблоги, e-mail-розсилка на певну тематику, кейси, вебінари, презентації, інфографіка, підкасти, сніплети з преси, електронні книжки, таргетована контекстна реклама, традиційні та on-line ЗМІ, серіали, короткометражні та документальні фільми, сюжетні інтернет-ролики (webisodes) тощо.

Впроваджуючи стратегію контент-маркетингу компанія здійснює пошук потенційних споживачів (для цього і створюється контент, який вони можуть знайти) та подає себе як експерта у своїй сфері бізнесу, викликаючи довіру між компанією та людьми, які читають подану інформацію. Якщо люди захочуть щось придбати, то робиться припущення, що вони звернуться саме в цю компанію.

Основою успішності контент-маркетингової стратегії є якісний контент, який повинен одночасно давати читачам корисну інформацію і рекламувати товари або послуги так, щоб межа між інформуванням клієнта і просуванням товарів або послуг була непомітною. Якісний контент передбачає новизну, незвичайність, об'єктивність та креативність подачі інформації, релевантність та наявність практичних аспектів (інформація повинна бути конкретною, корисною та допомагати вирішити проблему клієнта). Контент - це інформація, яка повинна повністю і в деталях відображати суть певної сфери бізнесу, а кожне слово повинно співвідноситися з місією компанії. Кожна порція інформації, якою компанія ділиться із своїми постійними та потенційними клієнтами, повинна розглядатися не лише як шанс продати у перспективі споживачу свій товар або послугу, а й бути корисним тут і зараз, просто надавши корисну, цікаву та безоплатну інформацію.

Необхідний постійний моніторинг ефективності і результатів стратегії контент-маркетингу компанії. Основними показниками такої ефективності можуть бути: обсяги трафіку, рівень продажу, розширення клієнтської бази тощо.

Найбільш далекоглядні підприємства індустрії туризму, особливо крупні готелі та готельні мережі (Hilton Hotels, Waldorf-Astoria, Ritz-Carlton, Sheraton, Radisson, Holiday Inn., Marriott Hotels), посилюють свій контент-маркетинг, генеруючи online та offline продаж. Вони використовують соціальні медіа, створюючи креативні повідомлення та поєднуючи їх з хештегами. Так, за результатами досліджень компанії Engagement Labs за різними показниками мережа Hilton є лідером в Instagram, Waldorf-Astoria є лідером у Facebook (в основному кулінарно-

орієнтований контент), Ritz-Carlton є лідером у Twitter [5]. Така активність в соціальних медіа пояснюється посиленням конкуренції між готелями та online-агенціями (Booking.com, Expedia Inc.), які дають готелям замовлення, але не лояльних клієнтів [1, 3].

Щодо використання контент-маркетингу в туристичному бізнесі, то на основі аналізу досвіду зарубіжних компаній можна констатувати, що:

1) контент-маркетинг дозволяє досягти значно більших цілей, ніж простий продаж турів чи готельних номерів;

2) доцільно створювати два види контенту – інформативний та розважальний;

3) ефективним є створення сюжетних історій (прикладом може бути серія короткометражних фільмів «Two Bellmen», які створюються для Marriott як розповідь про історію однієї подорожі і де в якості фону використовуються готелі JW Marriott в Лос-Анджелесі, Дубаї та Сеулі; перший фільм набрав понад 5 млн. переглядів на YouTube) [7, 4];

4) змістом контенту можуть бути поради туристам, інформація від лідерів думок у сфері подорожей, а також інновації у сфері туризму, які можуть дати туристам якісно новий досвід подорожей;

5) ефективним є використання інсайту – фірма відслідковує який контент створюють самі туристи, а потім використовує його в своїй роботі;

6) метою поширення контенту має бути не просто залучення клієнтів, а надихання їх подорожувати взагалі – компанія може поставити собі за мету стати своєрідним каталізатором, який спонукає людей до подорожей та нових відкриттів.

Отже, основна задача контент-маркетингу – закріплювати у свідомості споживача інформацію про бренд, забезпечувати його впізнаваність та підвищувати ступінь довіри і лояльності до нього. При цьому взаємовідносини з клієнтом вибудовуються на основі безоплатного надання корисної інформації в результаті чого компанія стає помічником та радником для клієнта. Основними умовами ефективного контент-маркетингу є своєчасний, привабливий і актуальний контент для споживачів та постійне спілкування з аудиторією. Забезпечуючи ряд переваг (покращення позицій компанії у пошукових системах, посилення авторитету, збільшення рівня продажу, економічність тощо) контент-маркетинг орієнтується на тривалу перспективу і дозволяє вибудувати тривалі відносини з клієнтами, які ґрунтуються на їхній довірі до компанії.

Список використаних джерел:

1. Битва за прямое бронирование. Опыт независимых отелей и мировых брендов. Скидки, баллы, Wi-Fi и угощения [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://hotelier.pro/sales/item/1188-directbooking>
2. Контент-маркетинг: спасательный круг бизнеса [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ubr.ua/business-practice/own-business/kontent-marketing-spasatelnyi-krug-biznesa-325423>
3. Полный скептицизм - то, что думает Expedia о политике прямых броней Marriott и Hilton. Проиграть могут сами отельеры. Амбициозные планы и новые проекты [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://hotelier.pro/news/item/1196-expedia>
4. Пять правил контент-маркетинга. Фильмы, журналы, таланты. Секреты продвижения Marriott [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://hotelier.pro/sales/item/792-marketing/792-marketing>
5. Секреты продвижение в социальных сетях от Hilton Hotels, Waldorf-Astoria и Ritz-Carlton. Online, offline и прямое общение [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://hotelier.pro/sales/item/1226-mediasoc>
6. 2016 – год контент-маркетинга [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ubr.ua/business-practice/own-business/2016-god-kontent-marketinga-376723>
7. Two Bellmen – Official Movie Site – JW Marriott [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://twobellmen.marriott.com/>

ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ТА РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНОГО КЛАСТЕРУ

Марта Мальська

Львівський національний університет імені Івана Франка,

Львів, Україна

Вчені Бейдик О., Міроненко Н., Твердохлебов І., Недашківська Н., Котляров Є. дотримуються думки, що у межах кожного таксо логічного рівня необхідним є забезпечення оптимального виконання цільової функції просторової туристичної системи та узгодженого розвитку туристичної інфраструктури з іншими елементами господарського комплексу. Це є принциповим для якнайповнішого врахування особливостей територіального поділу праці у сфері туризму, створені прогнозних моделей перспективних функцій різних таксономічних утворень, а також виділення туристичних кластерів, які б враховували, з одного боку рівень концентрації та ступінь розвитку в межах конкретних

кластерів підприємств та закладів туристичної індустрії, а з другого – наявність та ступінь збереженості атракційних об'єктів національної історико-культурної спадщини.

З погляду використання наявних аналізів та вдосконалення способів модернізації туристичної індустрії на особливу увагу заслуговує туристичний кластер Львова. Вигідне географічне положення міста на перетині 4-х важливих міжнародних транспортних коридорів, близькість кордону з Європейським союзом, потужна європейсько історична, архітектурна та культурна спадщина (понад 350 історичних пам'яток перебуває під законом ЮНЕСКО), оригінальне поєднання та збереження окремих елементів українських, польських та австро-угорських традицій робить цей кластер одним з найпривабливіших сегментів перспективного розвитку господарського комплексу. Вже сьогодні спостерігається ріст числа спеціалізованих туристичних інституцій (кількість бюро, агенцій, фірм, тощо перевищила 150). За останні роки зросли іноземні інвестиції у туристичну індустрію та туристичну інфраструктуру, розширюється участь малого і середнього бізнесу, зміцнюється громадська думка та підтримка з боку жителів міста Львова – одного з найбільш відвідуваних туристичних центрів України, що поступово починає конкурентно позиціонувати себе на туристичних ринках зарубіжних країн.

Довготривала стратегія розвитку туристичного кластеру повинна базуватися на достовірній статистичній інформації, що дає адекватне уявлення про масштаби і напрями туристичних потоків, можливості туристичної інфраструктури, ємкості туристичних ринків, характеристика сегментів в межах цих ринків, на які повинен орієнтуватись або відстоювати свою частку Львів. Безумовно, посилення конкурентних позицій вимагає підвищення рівня всебічної та комплексної промоції міста, активізації присутності тур операторів на туристичних ринках, відчутного покращення та реконструкції туристичної інфраструктури і сервісу.

Розміщенню туристичної пропозиції міста та ефективному розвитку кластера перешкоджає цілий комплекс економічних, інфраструктурних, фінансових та організаційних проблем, які, зокрема, полягають в необхідності:

- серйозної модернізації та росту інвестицій в туристичну інфраструктуру міста, збільшення кількості готелів економ-класу з якісними номерами та зіркових готелів, ремонту місцевих доріг та розвиток інфраструктури вокзалів та автобусних станцій;

- формування потужного обласного та міського туристично-інформаційних центрів, створення привабливого інформаційного продукту, розширення досвіду менеджерів та місцевих операторів у сфері бізнес-туризму та посилені їх конкурентоспроможності у боротьбі за великі замовлення;
- всебічного розвитку кластерної співпраці у розробці інституційного процесу пошуку та залучення потенційних іноземних і вітчизняних інвесторів, координації діяльності туристичних асоціацій, місцевих державних органів, які розробляють і реалізують свої стратегії незалежно один від одних, прикордонної та митної служби, узгодження стратегій і форм їх діяльності.

Також очевидним є те, що обмеженість матеріальних та фінансових ресурсів туристичної індустрії Львова змушує сконцентрувати туристичний бізнес свою увагу на надання туристичних послуг, туристами Центральної, Східної України, Польщі, Німеччини.

В межах цих основних ринків існує багато важелів збільшення кількості туристів та розширення сегменту туристичних послуг, зокрема, шляхом:

- збільшення частоти споживання туристичного продукту існуючими споживачами, приваблення споживачів, які раніше не споживали продукту цієї категорії, створення нових ситуацій споживання;
- збільшення прибутків за рахунок утримання теперішньої бази регулярних споживачів, інтенсифікації графіку їх приїздів до Львова, розширення спектру цілей приїзду до Львова;
- отримання нових споживачів туристичних послуг;
- спільний маркетинг, об'єднання зусиль з тур операторами інших країн для промоції Львова як головного туристичного напрямку, що вимагає: пошук нових туристичних напрямків для включення їх до своїх товарних пропозицій; збереження постійних та цілеспрямованих комунікацій, корегування продукту в залежності від експертних оцінок, збір інформації для оцінок економічного потенціалу та економічної доцільності відповідного напрямку, надання туристичних послуг;
- розширення спектру інформаційних джерел, формування позиції Львова в інформаційно-туристичних каналах і каналах бронювання місць в готелях;

- покращення туристичних активів та інфраструктури Львова, важливих для пріоритетних сегментів, зокрема інформації для туристів, безпеки, належних умов проживання і цільових розваг.

Список використаних джерел:

1. Мироненко Н.С., Твердохлебов И.Т. Рекреационная география. – М.: МГУ, 1981.
2. Бейдик О.О. Рекреаційно-туристські ресурси України: методологія та методика аналізу, термінологія, районування. – К.: ВПЦ «Київ.УН-Т», 2001. – 395с.
3. Недашківская Н. Рекрационная система Украинских Карпат. – К., 1983

**ІНСТРУМЕНТИ “PUBLIC RELATIONS” ЯК ЗАСОБИ
ФОРМУВАННЯ КОНКУРЕНТНИХ ПЕРЕВАГ ТУРИСТИЧНОГО
ПІДПРИЄМСТВА**

Назарій Мандюк

*Львівський національний університет імені Івана Франка,
Львів, Україна*

Впровадження засобів маркетингових комунікацій набуває все більшої актуальності та об'єктивної необхідності в умовах зростаючої конкуренції та нових вимог ринку. Це ж саме стосується підприємств туристичного бізнесу та створення їх конкурентних переваг засобами маркетингових комунікацій.

Відповідно, важливе питання, яке потребує свого вирішення для забезпечення ефективної маркетингової діяльності та майбутнього розвитку туристичного підприємства є формування політики просування туристичного продукту. Однією із основних цілей такої політики повинне стати формування та підтримування сприятливого позитивного іміджу туристичного підприємства. Саме позитивний імідж є одною із головних передумов збільшення попиту на туристичний продукт та є "поживним ґрунтом" для залучення інвестицій у розвиток підприємства, а отже і збільшення прибутку. В свою чергу, напрями маркетингових досліджень, специфіка формування туристичного продукту та перелік засобів просування перебувають у безпосередньому зв'язку з даною ціллю. Також вагомим аргументом на користь важливості постановки і досягнення даної

цілі є специфіка туристичних послуг та ринкової поведінки споживачів цих послуг. Саме тому імідж того чи іншого туристичного підприємства, в тому числі і курорту, часто є визначальним.

Важливим елементом маркетингової політики просування туристичного підприємства є вплив на ринкову поведінку споживачів туристичних послуг. Суть такого впливу проявляється в тому, що за рахунок обраних засобів маркетингу здійснити потрібний цілеспрямований вплив на сприйняття та ставлення потенційних споживачів до туристичного продукту підприємства, тим самим мотивуючи їх до його придбання. Отже, заходи направлені на формування ставлення споживачів повинні забезпечити схильність споживачів до надання переваги саме нашому туристичному продукту по відношенню із іншими, що пропонуються підприємствами із схожою спеціалізацією. Тобто, піднімається питання конкуренції та забезпечення власних переваг засобами політики просування.

Важливим аспектом є досягнення переконаності потенційних споживачів у необхідності придбати туристичний продукт взагалі. Тобто ми піднімаємо не лише економічну, а і соціальну проблему, тобто, формуючи таку переконаність, ми спонукаємо населення, зокрема великих міст до оздоровлення, ведення здорового способу життя та ознайомлення з історією краю (в залежності від наявних туристично-рекреаційних ресурсів). Відповідно, вирішення цієї задачі включає два аспекти. Перший – пропаганда здорового способу життя, відпочинку на природі та ознайомлення із історичними пам'ятками; другий – забезпечення переконання, що саме наш туристичний продукт зможе максимально задовольнити потреби споживача у подорожах та відпочинку [3, с.246].

Таким чином, базуючись на основі поставлених нами цілей політики просування, особливостях цільової аудиторії споживачів, специфіці туристичних підприємств найбільш придатними інструментами для досягнення зазначених цілей є засоби “Public Relations”. Аргументи на користь використання саме цих маркетингових засобів просування наступні:

По-перше – засоби “Public Relations” забезпечують можливості для налагодження ефективного зв'язку з громадськістю та ведення активної діяльності щодо впливу на соціально-економічну поведінку споживачів.

По-друге – можливість широкого охоплення цільової аудиторії споживачів засобами “Public Relations”.

По-третє – саме завдяки добре поставленій системі “Public Relations” ми маємо можливість направити ринкову поведінку споживачів у потрібному

напрямі та закріпити її на довгостроковий період, що є необхідною умовою для формування позитивного іміджу і конкурентних переваг туристичного підприємства.

По-четверте – використання засобів “Public Relations” в поєднанні з традиційними засобами просування, такими як реклама, стимулювання збуту забезпечує більш комплексний вплив та комунікаційний процес із потенційними споживачами.

Крім того, світові тенденції розвитку ринку "Public Relations", який за темпами розвитку випереджає рекламну галузь, свідчать про ефективність застосування PR-технологій. За підсумками 2013 фінансового року глобальна PR-індустрія третій рік поспіль демонструє приріст на рівні близько 8%, що є вищим за темпи світового економічного зростання. [5].

В свою чергу Міжнародна Асоціація з медіа та вимірювань і оцінки комунікацій (AMEC) спільно USC Annenberg Center for PR провели глобальне дослідження PR-комунікацій і дали прогноз зростання обсягів світового ринку PR-послуг, з \$ 14 млрд до \$ 19,3 млрд протягом наступних п'яти років (з 2015 до 2020 року), незважаючи на складну економічну і політичну обстановку в світі [4].

За результатами дослідження на тему: «Практика зв'язків із громадськістю в провідних компаніях України», проведеного Українською Асоціацією зі зв'язків з громадськістю у співпраці з українським офісом IFAK Institut ситуація з формуванням бюджетів на PR діяльність в Україні в 2010-2013 роках залишається менш більш стабільною з позитивними тенденціями. Переважаюча більша частина опитаних вказували, що бюджет на PR діяльність або збільшувався або залишався на тому ж рівні. Незважаючи на це, респонденти зазначили, що роль PR зростає [5].

Також компанією «Publicity Creating в Україні» встановлено вищу ефективність засобів Public Relations, порівняно із рекламою. Як результат проведених нею досліджень, 48,3% респондентів (спеціалістів рекламної та PR-діяльності, опитаних у процесі дослідження) вважає, що PR є більш ефективним інструментом просування, ніж реклама, в той час як 20% – дотримується протилежної думки. Головними завданнями, які можна вирішити завдяки Public Relations, за результатами дослідження, є побудова репутації (74,8%), формування довіри (68,9%), іміджу (58,8%) [6].

Необхідно наголосити, що особливо ефективним засобом системи "Public Relations" є пропаганда. Як вже наголошувалося вище одною із основних цілей політики просування туристичного продукту повинне

стати створення позитивного туристичного підприємства і саме використання засобів пропаганди найкращим чином підходить для досягнення даної мети.

Відзначимо, що проведення пропаганди повинне відбуватися в декількох напрямках. Перший з них – пропаганда здорового способу життя, необхідності рекреації і заняття активними та змістовними видами відпочинку. Другий – акцентування на корисності і різноманітності асортименту туристичних послуг саме нашого підприємства, як таких, що максимально задовольняють потреби цільової аудиторії споживачів. Третє – інформування та підтримування постійного двостороннього зв'язку із громадськістю, врахування інтересів громади та суспільства, розповсюдження інформації про участь у різного роду заходах і програмах розвитку, які носять соціальний характер (участь в організації спортивних змагань, рухах за здоровий спосіб життя, відновлення історико-культурної спадщини, пізнання рідного краю тощо), їх реалізацію і досягнуті успіхи.

Розглянемо перелік інструментів, які є необхідними для проведення ефективних "Public Relations". Перший та самий основний з них – це формування та підтримування постійних зв'язків із засобами масової інформації. Важливість цього інструмента полягає в тому, що саме ЗМІ виступають тією ланкою, яка забезпечує зв'язок туристичного підприємства та широкого кола громадськості, дозволяє донести необхідну інформацію до потенційного споживача.

Ефективними тут можуть бути різного роду репортажі на радіо, телебаченні чи в пресі, організація інтерв'ю з представниками влади, керівниками масштабних проектів чи крупних туристично-відпочинкових закладів, формування журналістського лоббі, підготовка та розміщення серії статей в пресі чи серії програм на радіо.

Важливим моментом тут є просвітній характер таких заходів. Тобто, необхідною умовою є відсутність будь-яких елементів реклами, згадування назв суб'єктів підприємницької діяльності, контактних телефонів тощо. Оскільки, якщо така інформація буде сприйнята як реклама, відповідно вона втратить свою цінність та не принесе того результату на який була зорієнтована, а саме викликання інтересу у широкого загалу до туризму і рекреації та опосередковано до того туристичного продукту що пропонується підприємством. Мова тут іде про те, що реклама сприймається людьми як засіб переконання та нав'язування того чи іншого продукту незалежно від того чи несе він в собі певну корисність чи ні. Відповідно, рівень довіри до такої інформації з боку потенційних споживачів буде набагато нижчий ніж до статті чи

репортажу, які не мають нав'язливого характеру та несуть певну корисність, для осіб, що є чутливими до такого роду інформації.

Особливо важливим засобом є "Public Relations" через Інтернет. З розвитком інформаційних систем та комп'ютеризацією суспільства значення даного засобу набуває щораз більшої ваги. Варто відзначити, що оскільки Інтернет є популярним здебільшого серед молодого населення, відповідно його використання буде найбільш доцільним для просування молодіжного відпочинку, зимового чи літнього.

Наступним необхідним до використання засобом просування є участь у спеціалізованих виставках та ярмарках. Представляючи власний туристичний продукт на виставці, ми формуємо сприйняття та ставлення до нашого підприємства. Ще один ефективний засіб – пропаганда через спонсорство. В даному випадку це може бути спонсорування спортивних та інших змагань, фестивалів, концертів, дитячих благодійних акцій, в тому числі і відпочинку. Варто відзначити, що спонсорство в нашому випадку має потрійний ефект. По-перше – воно сприяє формуванню сприятливої суспільної думки, а отже і створення позитивного іміджу туристичного підприємства. По-друге – сприяє вирішенню проблем соціального характеру. По-третє – під час спонсорованих акцій підприємство отримує додаткову точку для продажу власної продукції.

Ще одним засобом "Public Relations" є організація заходів подієвого характеру, а саме різного роду святкувань приурочених до певних дат та ювілеїв, фестивалів, ігор, змагань. Організація заходів подієвого характеру може дати позитивний результат у пропаганді спортивного, гірськолижного та пізнавального туристичного продукту. В даному випадку доцільним є організація (або спільна участь у організації) спортивних фестивалів та змагань, наприклад за гірськолижними видами спорту, спортивним орієнтуванням, туризмом. В свою чергу, участь в організації культурно-історичних фестивалів та реконструкцій історичних подій сприятиме пропаганді пізнавального виду туристичного продукту. Важливим моментом в даному випадку є залучення до таких заходів відомих особистостей та досягнення такого рівня, щоб дані заходи стали традиційними та набували все більшої популярності.

Таким чином, вибудувана відповідно до зазначених принципів маркетингова політика просування дозволить через створення певного іміджу сформуванню позитивну думку громадськості щодо туристичного підприємства та його туристичного продукту та забезпечить прихильність та довіру з боку потенційних споживачів. Особливо важливо, що такий позитивний імідж буде носити довгостроковий характер, що дозволить

закріпити сформований позитивний імідж як конкурентну перевагу туристичного підприємства.

Список використаних джерел:

1. Котлер Ф., Асплунд К., Рейн И., Хайдер Д. Маркетинг мест : Пер. с англ. – Спб, 2005. – 376с.
2. Лук'янець Т.І. Маркетингова політика комунікацій: Навч. Посібник. – К.: КНЕУ, 2004. – 524 с.
3. Мандюк Н.Л. Роль пропаганди як засобу комунікаційної політики в системі просування рекреаційного продукту Львівської області // Регіональна економіка. – 2007. – №2. – С. 243-247.
4. www.amecorg.com/2016/04/global-study-predicts-pr-industry-will-approach-20-billion-by-2020
5. www.uapr.com.ua/ua/Pr_research
6. www.us.publicity-creating.ua/analitics/boom.html

АНАЛІЗ МАРКЕТИНГОВОЇ СИТУАЦІЇ ДЛЯ МАЛОЇ ТУРФІРМИ НА ПРИКЛАДІ “АГЕНЦІЇ ГОРЯЩИХ ПУТІВОК КУШНІРА”

Андрій Манько

*Львівський національний університет імені Івана Франка,
Львів, Україна*

Серед всіх видів туристичних послуг Агенції горящих путівок Кушніра основна частка припадає на міжнародний туризм. Основною країною, яку пропонує відвідати АГП Кушніра є Єгипет і Туреччина. Підприємство пропонує відпочинок більш ніж в 40 готелях любого класу по всій території Єгипту. Для кожного клієнта фірма розробляє індивідуальну програму, яка може включати ознайомлення з історичними та екзотичними місцями Єгипту і Туреччини.

Агенція відправляє своїх менеджерів на підвищення кваліфікації і досвіду в найпопулярніші місця, такі в даний час є Єгипет і Туреччина.

Згідно з даними туристичної адміністрації на 01.05.2016 число турфірм, що функціонують у Львові, перевищувала 165. Майже 95 % з них складають фірми з чисельністю персоналу менше десяти чоловік.

Відповідно, більшість туристичних фірм Львова володіє дуже обмеженими внутрішніми ресурсами і не може дозволити собі організацію власних маршрутів і чартерних рейсів (хіба що спільними зусиллями).

Багато компаній успішно функціонують на львівському ринку вже на протязі декількох років. Їх основна робота зводиться до комплектування груп для великих компаній або зарубіжних партнерів на комісійних умовах. „Агенція горящих путівок” (АГП) була створена 15 років тому (14 березня 2001 р.).

Для успішного функціонування і уникнення жорсткого конкурентного тиску, в цьому випадку, необхідно було зайняти свою нішу на ринку туристичних послуг. Таку послугу, яка була б доповненням до існуючої системи послуг, що надаються туристичними фірмами м. Львова. В цьому випадку потенційні конкуренти в мить перетворюються на партнерів, оскільки поява цієї послуги полегшує їх діяльність.

14 березня 2001 року „Агенція горящих путівок” отримала ліцензію (№21) і розпочала свою діяльність на львівському ринку туристичних послуг

На даний час туристичний ринок у Львові все ще знаходиться на стадії встановлення. На це вказують такі тенденції на ринку:

1. Постійне зростання кількості турфірм, які працюють на даному ринку.
2. Як наслідок, посилення конкуренції, розподіл фірм на спеціалізовані (працюючі на одному турнапрямі) і універсальні.
3. Збільшення кількості пропонованих послуг. З'явилися такі додаткові послуги, як страхування клієнтів і багажу, надання індивідуальних гідів і перекладачів, і т.д.
4. Поступове вирівнювання цін на однорідні послуги, що надаються різними фірмами.
5. Зміна споживчої поведінки зважаючи на підвищення інформованості споживачів, одержаного досвіду користування турпродуктом, розширення можливостей вибору альтернатив турпродукту і т.д.

Крім вищезгаданих тенденцій, спостерігається також безперервна зміна

географічного спрямування турів. Це явище характерне для туристичного ринку в будь-якій стадії його розвитку і залежить від безлічі різних чинників - моди, споживчих переваг, вартості авіаквитків, умов отримання віз і т.д.

Не дивлячись на широту географічного охоплення турів, пропонованих туристичними фірмами Львова, і постійної зміни географічної спрямованості кожної з фірм, необхідно відзначити, що, на жаль, більшість фірм пропонує однаковий вибір країн і навіть не намагається якось позиціонувати свій продукт.

Найбільш відвідуваними країнами залишаються Туреччина (не тільки шоп-тури, але і відпочинок), Єгипет, Тайланд (екзотичний відпочинок). Причому кількість турів в Туреччину невпинно зростає. Це пов'язано з поступовим розвитком цього регіону і покращенням якості відпочинку. В Туреччині побудовано безліч готелів, все більш професійними стають працівники туристичних компаній Туреччини. Серед причин зростаючої популярності Туреччини, можна назвати:

- низька вартість турів (від 300 до 1000 доларів)
- прийнятна якість обслуговування
- великі можливості для шопінгу
- невелика відстань від Львова
- наявність зручних авіарейсів зі Львова
- поява поруч з вже відомим курортом Анталія нового і перспективного в цьому сезоні Бодруму.

„Агенція горящих путівок”, наприклад, зважаючи на популярність турецького і єгипетського напряму турів, активно співпрацює з туристичними фірмами Львова які займають потужні позиції в цій сфері ринку. Жорстка конкуренція на ринку туристичних послуг міста Львова змусила АГП Кушніра розширити коло своїх туристичних послуг. Так агенція запропонувала своїм клієнтам нові туристичні програми: „Подорож до Єгипту”, „Подорож на Святу Землю”, „Пятиденні круїзи теплоходом з Кіпру до Єгипту та Святої Землі”. Також АГП Кушніра приймає активну участь у туристичних виставках як на території України так і за її межами.

Слід зазначити, що все більше людей надає перевагу відпочинку в Туреччині, Єгипті, Болгарії ігноруючи при цьому вітчизняні курорти. Це зумовлено незначним ціновим розривом, але надзвичайно відчутною, вищою, якістю послуг, прямими (чартерними) рейсами.

ПРАЛІСИ – ЯК ТУРИСТИЧНО-ПІЗНАВАЛЬНИЙ ОБ’ЄКТ УКРАЇНСЬКИХ КАРПАТ

Андрій Манько, Петро Войтків

*Львівський національний університет імені Івана Франка,
Львів, Україна*

Українські Карпати володіють одним із найбільших в Україні туристичним потенціалом. Тут сконцентрована значна кількість об’єктів і пам’яток природи, історії, архітектури та культури. В районі розвинена мережа природно-заповідного фонду, об’єкти якого є базовими для організації цього виду діяльності. Центрами розвитку й популяризації екологічного туризму є території природної спадщини: Карпатський біосферний заповідник, національні природні парки Карпатський, Ужанський та Синевир, заказники, пам’яток природи, заповідні урочища, парк-пам’ятки садово-паркового мистецтва [1]. Об’єктами екологічного туризму в районі можуть бути як природні та культурні визначні місця, так і природно-антропогенні ландшафти, де традиційна культура складає єдине ціле з довкіллям.

Актуальність екологічного туризму полягає ще в тому, що він не суперечить традиційному побуту місцевого населення, а в окремих випадках навіть стимулює його відродженню та сприяє покращенню добробуту, спонукає підтримувати й відтворювати етнокультурні традиції природокористування.

Значний еколого-освітній та науково-пізнавальний потенціал мають праліси Українських Карпат, вивчення і наукове пізнання яких може відбуватися без втручання людини на їх стан.

На сьогодні найкраще розвинута мережа еколого-освітніх та науково-пізнавальних маршрутів у заповідних територіях. Найпопулярнішими є екомаршрути по пралісах «На гору Говерла з Лазещини», «Кевелівськими пралісами на Петрос», «Буковими пралісами Великої Угольки», «На Соколине Бердо».

Для розкриття теми статті було поставлено такі завдання: 1) що розуміють під пралісами; 2) основні їх ареали поширення; 3) які еколого-освітні та науково-пізнавальні функції вони виконують.

З наукової точки зору праліси є важливими для встановлення історії розвитку рослинного покриву у післяльодовиковий період. Їх вивчення є необхідною передумовою для ведення лісового господарства на природних засадах, оскільки тільки вони можуть служити еталоном для

формування біологічно стійких і високопродуктивних лісів. Екологічні процеси, що відбуваються тут, служити віртуальною моделлю для сталого лісокористування. Також, велику цінність представляють праліси як природні лабораторії і як об'єкти для екологічної освіти [4, с.12].

З пізнавальної точки зору, праліси показують первинність лісів, яка обумовлена відсутністю людської діяльності, наявністю великої кількості велетенських відмерлих дерев.

Щодо самої історії вивчення, то далекоглядні лісники стали виявляти зацікавленість до природних лісів Закарпаття ще в ХХ ст. У Східних Бескидах і Чорногорі були організовані перші в Карпатах пралісові резервати. Після Першої світової війни професор А. Златнік провів фундаментальні фітоценологічні та педологічні дослідження цих пралісів. Останніми десятиліттями ценотичну структуру пралісових екосистем продовжують вивчати українські, чеські, словацькі та швейцарські вчені (Стойко, Цурик, Третяк та ін. 1982, Стойко 1991; Парпан, 1994; Чернявський, 2000; Hrubý, 2002; Шпарик, Комаринський, Сухарюк, Вінер, 2002; Stoyko, 1992, 2005, Ivanega, 2005) та ін.

Сьогодні немає лісів, які в тій чи іншій формі не піддавалися непрямому антропогенному впливові, як, наприклад, через емісії (перенесення забруднювачів атмосферними потоками). Хоча у горах Східної і Південно–Східної Європи ще збереглися лісові масиви різної площі, в яких ніколи не заготовляли деревину. Згідно з трактуванням Всесвітнього Фонду Природи (WWF) і Міжнародного Союзу Охорони Природи (IUCN), до пралісу або природного лісу зачисляють такий ліс, який не зазнав жодних змін під впливом людини [3].

Дещо детальніше подано визначення терміна «праліс» у звіті конференції міністрів сільського господарства Європи (МСРЕ) у 1996 р., а саме як «лісовий масив, який ніколи не зазнавав людського втручання і у своїй структурі і динаміці домінує природний розвиток. Його ґрунт, клімат, флора, фауна і життєві процеси не були ні зруйновані, ні змінені через лісокористування, випас худоби або через інший прямий чи непрямий вплив людини» [3, с. 45].

Також, у лісівничій літературі, залежно від стану натуральності лісових екосистем, розрізняють три їхні категорії – праліси, квазі-праліси, ліси природного походження, або натуральні ліси. Існує декілька близьких за змістом визначень пралісових екосистем (Парпан, 1994; Stoyko, 2005; Чернявський, 2000 та ін.).

Так, під «пралісами» розуміють природні лісові екосистеми, що сформувалися спонтанно в процесі фітоценогенезу, в яких представлені

різні вікові групи (від ювенільної до сенільної) та фази розвитку (від фази поновлення до фази розкладення), в яких природні зв'язки між автотрофними і гетеротрофними блоками та педосферою не порушені, і тому вони функціонують як рухомо-зрівноважені екосистеми з властивим їм гомеостазом [7, с. 172-173].

Натуральні лісові екосистеми – це такі, в яких локально і тимчасово проявився антропогенний вплив, однак не змінив природної ценотичної структури деревостану і тому він здатний протягом короткого періоду спонтанно регенеруватися відповідно до умов середовища [7, с. 172-173].

В Українських Карпатах збереглися за різними оцінками від 40 до 75 тис. га пралісів. Найнадійнішу охорону пралісових екосистем можна забезпечити на території природно-заповідного фонду.

Рештки пралісів збереглися у таких гірських масивах: Вигорлат-Гутинський вулканічний хребет (Шаянські гори); Бескиди (Вежа, Равка, Розсипанець, Кінчик у верхів'ї басейну Ужа); гора Високий Камінь у верхів'ї басейну Латориці; гора Пікуй; Полонинські Карпати (гори Явірник, Стой, Боржава, Іволова), Угольський і Широколужанський заповідні букові масиви; Горгани (гори Кедрин, Сивуля, Попада, Грофа, Джорджі, Садки); Мармароські гори (Піп-Іван, верхів'я потоків Білий і Квасний); Чорногора (верхів'я басейнів Тиси, Прута, Черемошу) [5, с. 142–147].

Найбільші площі пралісів стосовно гірських масивів зосереджені в масиві Красна – майже 13,5 тис. га. До гірських масивів зі значними площами пралісів відносяться також Свидовець (11 240,3 га), Горгани (6 094,4 га), Чорногора (4 092,1 га) та Мармароші (3 600,2 га). Незначні площі пралісів збереглися у Вулканічних Карпатах (154,4 га) [4, с. 35].

Слід, відмітити, що праліси поширені в природоохоронних об'єктах. Зокрема, це стосується території Карпатського біосферного заповідника (КБЗ), який утворено з восьми відокремлених одна від одної масивів.

Угольсько-Широколужанський масив відносно пралісів є, безперечно, найважливішим і найцікавішим об'єктом КБЗ. Найбільший у Європі суцільний буковий праліс займає тут близько 8 500 га. Загальна площа заповідного масиву становить 15 974 га. З них 10 383 га знаходиться в Угольському і Широколужанському лісництвах, підпорядкованих адміністрації КБЗ [3].

На південно-східних схилах Чорногірського хребта збереглися первинні екосистеми вищих поясів. Особливий інтерес представляють високогірні ліси в яких домінує смерека. У цьому гірському районі знаходиться другий за величиною масив КБЗ – Чорногірський. Дві

третини території Чорногірського лісництва займають ліси. Найбільша частка площі лісів (2 947 га) припадає на смереку. Приблизно 70% площі покрито природними лісами, половина з яких ніколи не була у користуванні. Майже 1 000 га лісів можна вважати пралісами. У цих пралісах домінує смерека і сосна гірська. Мішані й чисті смерекові праліси займають площу 590 га. Рідше представлені мішані букові та ялицеві ліси – їхня загальна площа становить 115 га [3, с. 76–90].

На території Ужанського НПП на площі понад 3 000 га також збереглися праліси. Найкраще масиви пралісів збереглися в Стужицькому парковому лісництві, вони практично суцільною смугою простягаються вздовж українсько-польського кордону з північного заходу на південний схід. У Костринському лісництві – лісовій пам'ятці природи загальнодержавного значення «Явірник» – також охороняються цінні букові та ялицево-букові праліси [6].

Збереглися праліси і в Карпатському НПП. Загальна їх площа близько 605,6 га або 1,2% вкритих лісових земель [1, с. 147]

Пралісові екосистеми 28 червня 2007 року Комітет у справах Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО на 31-й сесії у місті Крайстчерч (Нова Зеландія) ухвалив рішення про включення українсько-словацької номінації «Букові праліси Карпат» до переліку об'єктів Всесвітньої природної спадщини. Сьогодні букові праліси Карпат разом із Єллоустоунським національним парком, Ніагарським водоспадом, Галапагоськими островами, озером Байкал та іншими не тільки охороняються та поглиблено вивчаються. Вони слугують місцем паломництва для багатьох природолюбів з усього світу. Адже відомо, що в цих регіонах, зазвичай, починається бурхливий розвиток туристичної індустрії та активізується соціально-економічне життя прилеглих територій [4, с. 67].

Особливістю пралісів у Карпатах є те, що їх не завжди можна розпізнати з першого погляду. Проте за детального розгляду можна виявити безліч нової еколого-освітньої та науково-пізнавальної інформації, порівняно з господарськими лісами.

Таким чином:

- праліси мають значне поширення в Українських Карпатах;
- вони охороняються в природно-заповідних територіях;
- праліси мають еколого-освітнє та туристично-пізнавальне значення, так як в їх межах збереглися об'єкти природної і культурної спадщини району.

Список використаних джерел:

1. Карпатський національний природний парк: монографія / Кисенюк О.І., Приходько М.М., Яворський А.І., Абрамчук У.М., Белей Л.М., та ін. – Івано-Франківськ: 2009. – 672 с.
2. Леоненко В.Б., Стеценко М.П., Возний Ю.М. Додаток до атласу об'єктів природно-заповідного фонду України. – К.: Київський університет, 2003. – 119 с.
3. Праліси в центрі Європи. Путівник по лісах Карпатського біосферного заповідника / [ред. : Урс-Беат Бредлі, Ярослав Довганич]. – Видання Швейцарський федеральний інститут дослідження лісу, снігу і ландшафтів, WSL, Бірменедорф, Швейцарія, Кар. Біос. Запов. Рахів, Укр., 2003. – 192 с.
4. Праліси Закарпаття. Інвентаризація та менеджмент / [Гамор Ф. Д., Довганич Я. О., Покиньючерда В. Ф. і ін.]. – Рахів, 2008. – 86 с.
5. Стойко С. М. Пралісові екосистеми Карпат та їх значення для збереження біологічного різноманіття і підтримання сталого розвитку лісового господарства / С. М. Стойко // Карпатський регіон та проблеми сталого розвитку. – Рахів, 1998. – Том 2. – С. 142–147.
6. Ужанський національний природний парк: картосхема / [В. В. Крічвалушій, С. П. Попов]. – Ужгород : Екоцентр Тиса, 2001.
7. Ужанський національний природний парк. Поліфункціональне значення / [за ред. С. М. Стойка]. – Львів, 2007. – 306 с.

РОЗВИТОК РЕКРЕАЦІЙНОГО КОМПЛЕКСУ У ПЕРЕДКАРПАТТІ ЛЬВІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Андрій Манько, Уляна Деркач

*Львівський національний університет імені Івана Франка,
Львів, Україна*

Досліджуваний рекреаційний регіон має надзвичайно сприятливі умови для розвитку практично всіх напрямків туризму і рекреації. Тому для визначення можливих подальших пріоритетних напрямків та етапів розвитку рекреаційного комплексу регіону, розробки заходів по їх реалізації необхідно охарактеризувати ті основні проблеми, що на даний час заважають ефективному використуванню всіх сприятливих факторів. Деякі із них мають всезагальний характер, деякі стосуються тільки регіону.

Найсуттєвішими недоліками у розвитку рекреаційного комплексу слід вважати:

1. Відсутність належної реклами.
2. Транспортні труднощі, пов'язані з приїздом та пересуванням по території досліджуваного субрегіону.
3. Низький рівень розвитку інфраструктури, якості продукції і послуг.
4. Недосконалість нормативно – правової бази забезпечення рекреаційної діяльності.

Відсутність належної реклами. Передкарпатський регіон Львівської області, як туристичний край, зможе нормально конкурувати з іншими регіонами тільки у випадку, якщо буде активно пропагувати свої можливості, в першу чергу, шляхом участі у найрізноманітніших виставкових заходах. Важливим позитивним фактором при цьому може стати випуск найрізноманітніших рекламних матеріалів, починаючи з випуску туристичних друкованих видань та буклетів і закінчуючи рекламними відеофільмами та компакт – дисками.

На даний час, маючи хоч і невелику кількість сучасних комфортабельних баз прийому, важко гідно прорекламувати їх, а, значить забезпечити необхідною кількістю відпочиваючих. Вирішити це питання можна через проведення різного роду рекламних ознайомчих турів і залучення представників преси, телебачення, туристичних операторів провідних туристичних фірм до місць відпочинку, давши їм можливість на власні очі побачити все, що знаходиться на території регіону.

Наступним кроком може бути проведення переговорів з авіалініями, іншими транспортними організаціями, туристичними операторами, щодо включення інформації про лікувальні води Підкарпаття, в їхні туристичні пакети та рекламні матеріали. Звичайно проведення таких рекламних кампаній є достатньо дорогою акцією, однак саме вона дозволить привабити якнайбільшу кількість відпочиваючих у Підкарпаття.

Транспортні труднощі, пов'язані з приїздом та пересуванням по території регіону. Значною перешкодою для нормального розвитку рекреаційного комплексу є проблеми, пов'язані з приїздом на територію регіону. Повільні поїзди, дорогі авіаквитки, обмежена кількість авіарейсів, черги на митницях, поганий стан доріг при подорожуванні автомобілем – ось тільки деякі з тих складностей, які чекають іноземного відпочиваючого, що бажає приїхати у регіон. Крім того, відсутність належної дорожньої інфраструктури на основних автомагістралях приводять до того, що туристи не завжди мають змогу зупинитись для відпочинку і харчування в належно облаштованих місцях. Змінити ситуацію на краще можна лише запровадженням радикальних змін щодо

державного господарювання будівництвом належної дорожньої інфраструктури.

Низький рівень розвитку інфраструктури, якості продукції і послуг. Галузева структура рекреаційної системи регіону представлена санаторно-курортними та туристичними закладами. Зокрема матеріальна база станом на 01.01.2016 року складає 42 санаторії, 8 санаторіїв-профілакторіїв, 52 туристичні бази, бази відпочинку, 5 пансіонатів. Значно розширюють рекреаційно-туристичні можливості регіону 30 готельних (мотельних) установ, а також діяльність в області 63 суб'єктів підприємницької діяльності, що надають відповідні послуги. Ефективна повноцінна діяльність цих організацій могла б повністю забезпечити вимоги населення в рекреаційних послугах.

У цілому ж слід підкреслити, що нині спостерігається тенденція до переміщення ділової активності з традиційних центрів концентрації інвестицій на периферію, оскільки, з одного боку, в центрі склалася велика конкуренція а з іншого - у регіонах нагромаджено певний досвід самостійного господарювання. Це дає підстави для оптимістичних оцінок економічних і, зокрема, інвестиційних перспектив Львівської області.

Отже, більшість проблем, що виникли в Передкарпатському регіоні Львівської області, носять економічний характер. Беручи до уваги існуючі концепції розвитку рекреації у Львівській області видно, що цей регіон має всі умови для подальшого розвитку курортно-рекреаційного потенціалу.

ТЕРИТОРІАЛЬНІ ВІДМІННОСТІ ОРГАНІЗАЦІЇ ТУРИЗМУ В РІВНЕНСЬКІЙ ОБЛАСТІ

Андрій Манько, Олександра Мулевич

*Львівський національний університет імені Івана Франка,
Львів, Україна*

Територія Рівненської області є досить різноманітною в плані наявності і розміщення на ній пам'яток. Тому територіальні відмінності території є дуже помітними.

Як ми бачимо на рис. 1 найбільш поширеними видами туризму є історико-культурний та зелений, так як для цього виду туризму є найкраще розвинені умови та наявні ресурси. Крім того, для зеленого

туризму сприяє діяльність держаних органів. Починаючи з 2006 р. динаміка росту кількості власників агросадиб виглядає наступним чином: 2006 р- 11 агросадиб; 2007 р. - 27 агросадиб; 2008 р. - 42 агросадиби; 2009 р. - 80 агросадиб, 2010 р.- 86 агросадиб, липень 2011 р.- 94 агросадиби. У 2008 р. на Рівненщині вперше в Україні застосована практика мікрокредитування сільського туризму. Безвідсоткові кредити на суму 5 тис. грн. з терміном погашення три роки надаються бажаним розпочати або удосконалити власну справу з організації надання послуг сільського туризму. Починаючи з 2010 року сума кредиту становить 15 тис. грн. під 2% річних.

Сьогодні в області послуги сільського туризму пропонують 94 власників садиб у 15 з 16 районів Рівненщини. Поява фактору здорової конкуренції стимулює розширення спектру та якості пропонованих послуг, що у свою чергу сприяє підвищенню позитивного іміджу регіону та інтенсифікації туристичних потоків. Протягом активного туристичного сезону 2010 р. в агросадибах області відпочило понад 3,5 тис. туристів.

Щодо історико-культурного туризму, то він наявний у всіх областях, так як на території області розташовані державні історико-культурні заповідники державні історико-меморіальні заповідники, на державному обліку знаходиться 3258 пам'ятки історії та культури та в переліку історичних міст України, затверджених Указом Президента України, вказані 13 міст Рівненської області.

Сьогодні набуває популярності, особливо серед молодого населення – активний туризм. Розробляються та запроваджуються маршрути, наприклад: „Запрошуємо на водну подорож по р.Случ: Устя-Соснове-Березне” (сплав по р.Случ на території Березнівського району).

Крім того, на території Березнівського району можливий розвиток спортивного туризму, спортивного орієнтування та скелелазіння. Також проводяться стрибки з парашутом та польоти на планерах. Аеродром розташований в 33 км на схід від м. Рівне, на території якого діє міні-готель. Ще однією розвагою є скелелазіння та рафтинг в «Надслучанській Швейцарії». Поблизу сіл Маринин та Губків по обидва береги Случа розкинувся природний заповідник "Соколині гори". Спортсмени тут проводять тренування із скелелазіння та сплаваються на байдарках. Щодо рафтингу, то шлях "Надслучанською Швейцарією" - один із найкрасивіших маршрутів у всій Україні. У місцевих дрімучих лісах ще залишилися сліди військових дій Другої світової війни. Звісно, нікого не залишить байдужим геологічне диво, якому вже 150 мільйонів років – скелі Українського кристалічного щита.

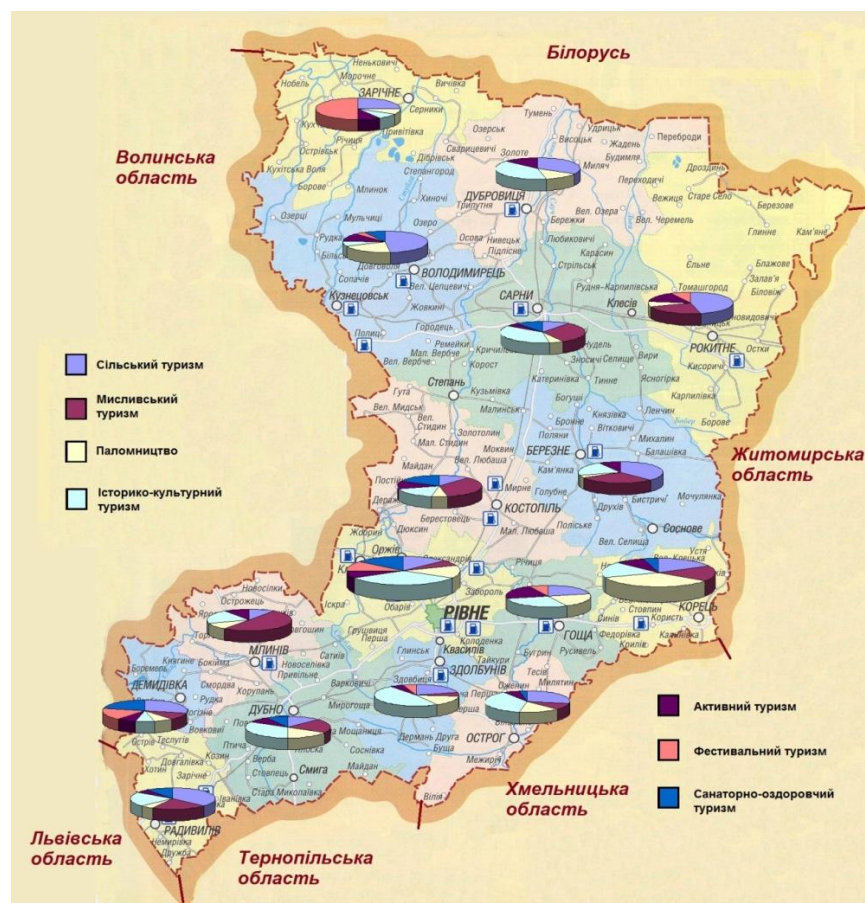


Рис. 1 Територіальні відмінності за видами туризму

Не менш захопливим є дайвінг. Білі озера – одне з найулюбленіших місць занурень місцевих дайверів. Не забувайте про красу таких водойм, як Хрінницьке водосховище, озеро Нобель, озеро Воронки, Чорне озеро. Ще одним видом активного заняття є польоти на повітряних кулях. До речі, власники таких апаратів організують навіть весільні церемонії. Також слід відзначити кінний спорт. Наприклад у с. Козлині розміщується комплекс "Золота підкова", де працює кінно-спортивний клуб. Тут проводить прокат коней, діє прокат велосипедів, навчання верховій їзді, прогулянки верхи, лікувальний комплекс для дітей з ДЦП, іпотерапія та працюють персональні професійні тренери. Ще кінний спорт розвивається в с. Миогощі, с.Омеляні та у м.Рівне.

Паломництво. У Рівненській області діє 915 культових закладів, серед яких 193 – пам'ятки архітектури. Крім того, на території Рівненщини розташовано 17 монастирів, відомих далеко за межами області. В основному даний вид туризму зорієнтований на місця, пов'язані з розвитком православ'я, але існує велика кількість об'єктів, не достатньо популяризованих і знаходяться в неприйнятному стані.

Фестивальний туризм. Щороку на Рівненщині проводиться понад 25 культурно-масових заходів.

Високий показник залісненості в області та значний потенціал лісових господарств дозволяє пропонувати туристам організацію мисливських турів полювання на качок, кабанів, косуль. Діє мисливсько-спортивний клуб «Сокіл» у с. Суську. На території є іподром та тир, де вчать стендової стрільби, а також 13 тис. га мисливських угідь, які вважаються одними із кращих в Україні.

Рівненська область характеризується сприятливим поєднанням природних, культурно-історичних, лікувальних, та ін. ресурсів, які використовуються для організації туризму.

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РЕЛІГІЙНОГО ТУРИЗМУ І ПАЛОМНИЦТВА В БОЛГАРІЇ

Андрій Манько, Юлія Мусій

*Львівський національний університет імені Івана Франка,
Львів, Україна*

Подорож з релігійними цілями — найдавніший вид туризму, що має глибокі історичні корені. Одними з перших туристів безсумнівно були середньовічні прочани. У силу релігійних переконань або цікавості щодо своєї або чужої віри, люди у всьому світі подорожують, щоб відвідати Святу Землю, Ватикан, Мекку, монастирі та інші святі місця. Цілей паломництва майже стільки ж, скільки самих паломників. Паломництва відбувалися і відбуваються, щоб позбутися від хвороби, уникнути нещастя, спокутувати гріх.

Необхідно зазначити що, релігійний туризм відіграє велику роль в системі міжнародного і внутрішнього туризму. Люди відправляються в паломницькі та екскурсійні поїздки по святих місцях і релігійним центрам. Вони прагнуть взяти участь у релігійних церемоніях, помолитися, зробити жертвопринесення.

Болгарія - світська держава. Як і всі конституційні республіки, вона надає свободу віросповідання, це закріплено в Конституції країни. Релігійні інститути і установи тут відокремлені від держави. У країні представлені різні релігії і конфесії. Віруючими себе вважає близько 80% населення країни, хоча всього 13,6% з них регулярно відвідує служби.

Найпоширенішою релігією Болгарії є християнство - 85% всього населення! Головним напрямком у християнстві є православ'я - 82,6%

жителів Болгарії. 0,6% населення (44 000 осіб) сповідують католицизм (у т.ч. греко-католицизм) і 1,12% - протестантизм. Є віруючі вірмено-григоріанської православної церкви. Серед протестантів виділяються послідовники різних деномінацій: п'ятидесятники, методисти, баптисти, адвентисти та ін.

Другою за впливом і чисельністю прихильників релігією в Болгарії є іслам. Майже 13% віруючих жителів країни (близько 1 мільйона чоловік) - мусульмани.

У Болгарії живе і невелике число представників іудаїзму. У країні діють також російська, румунська та євангельська церкви. На території сучасної Болгарії багато історичних язичницьких культових об'єктів: стародавні фракійські святилища і гробниці - долми, що датуються II-I тисячоліттями до н.е.

Релігійний туризм є складовою частиною сучасної індустрії туризму. У нього є свої різновиди: паломництво й пізнавальні тури релігійної спрямованості.

Релігійні туристи і в першу чергу прочани подорожують, коли в них виникає потреба зробити щось більше, ніж звичайні культові дії в умовах звичайного середовища їх проживання. Люди відправляються в поїздки по святих місцях з різними мотивами: помолитися, вирішити особисті проблеми, знайти собі відповідну релігію, духовну школу і систем. Об'єктами залучення релігійних туристів є святі місця та центри релігій. При міжнародних поїздках туристу слід пройти митні, валютні, візові та інші формальності. На українському ринку туризму вже сформувались фірми, що займаються практичною організацією паломницьких поїздок і екскурсантів і спеціалізуються на наданні послуг в області релігійного туризму. Релігійний туризм є складовою частиною сучасної індустрії туризму. Собори, мечеті, культові музеї і духовні центри - туристські об'єкти, які користуються все зростаючим попитом.

Протягом десятків років Болгарія є улюбленим туристичним місцем подорожуючих з усього світу. Болгарські курорти, добре відомі своїм чудовим кліматом, пропонують гостям хороші готельні умови, низькі ціни й високу якість туристичних послуг. На сьогоднішній день у Болгарії налічується 40 тисяч історичних пам'яток, що відносяться до різних епох, 190 православних монастирів, 38 культурних центрів, більше 300 музеїв і галерей, а також сім об'єктів, включених у Список культурної спадщини ЮНЕСКО. Релігійний туризм - нова заманлива пропозиція від Болгарії. Люди їдуть не тільки позасмагати і покупатися

у морі, але й доторкнутися до стародавньої культури.

Загалом Болгарія, незважаючи на наявність високого потенціалу, займає поки незначне місце на світовому ринку у сфері релігійного туризму. Ефективному розвитку туристичних послуг перешкоджають відсутність реклами туристичного потенціалу країни за кордоном. Для розвитку релігійної туристичної галузі державі слід вжити необхідні радикальні заходи з метою подолання існуючих негативних тенденцій в сфері туристичного релігійного ринку Болгарії та з метою зміни структури й масштабів туризму на користь паломництва.

Сьогодні сектор релігійного туризму в країні є істотно невикористаним національним ресурсом, що має стати не тільки рентабельним, але й перетворитися згодом в істотне джерело надходжень податків у державний бюджет. Болгарія має потенціал, щоб стати одним з провідних релігійних центрів, оскільки країна має велику кількість церков, монастирів, мечетей. Попередні дослідження повідомили, що релігія може принести велику кількість відвідувачів і, отже, поліпшити місцеву інфраструктуру і економіку Болгарії.

МЕТОДОЛОГІЧНІ ПІДХОДИ ДО УПРАВЛІННЯ РОЗВИТКОМ ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ ЗА СУЧАСНИХ УМОВ

Юлія Масюк

*Львівський національний університет імені Івана Франка,
Львів, Україна*

Досвід різних країн свідчить, що успіх розвитку туризму прямо залежить від того, як на державному рівні сприймається ця галузь та наскільки вона користується державною підтримкою. Варто зазначити, що сфера туризму, як багатогалузевий комплекс, має потребу в координації своєї господарської діяльності набагато сильніше, ніж будь-яка інша. Однак надмірна державна присутність і регламентація руйнує прояв підприємницької ініціативи, що лежить в основі ринкових відносин. Крім того, сфера туризму має величезне економічне, політичне та соціально-культурне значення для кожної країни.

Державне регулювання розвитку туризму — це сукупність форм і методів цілеспрямованого впливу відповідних органів державної влади на основних учасників туристичної діяльності та ринкову кон'юнктуру з

метою забезпечення нормальних умов функціонування ринкового механізму, реалізації державних соціально-економічних пріоритетів та вироблення єдиної національної стратегії розвитку туризму в країні.

Державне регулювання розвитку туризму є одним з механізмів реалізації державної політики в галузі туризму, яка включає в себе комплекс організаційних, соціально-економічних, політико-правових та інших методів, що використовуються парламентами, урядами, державними і громадськими організаціями та установами з метою створення сприятливих умов для розвитку туристичної галузі в країні.

Ми приєднуємося до думки С.А. Наумової, яка вважає, що форми та методи державного регулювання туристичної діяльності можна умовно поділити на три групи: регулювання туристичного попиту, регулювання туристичної пропозиції та заходи регулювання загального характеру [3, с. 116].

У першому випадку основним об'єктом впливу є туристи, у другому – продавці туристичних послуг, у третьому випадку – держава впливає на загальні умови розвитку туристичної галузі.

До методів державного регулювання туристичного попиту належать:

- 1) державний маркетинг та просування туристичного іміджу країни;
- 2) державний вплив на ціноутворення;
- 3) ліцензування, стандартизація та сертифікація;
- 4) збільшення доходів громадян;
- 5) обмеження або полегшення доступу до туристичних об'єктів;
- 6) регулювання тривалості робочого дня та відпусток;
- 7) розвиток та підтримка соціального туризму [3, с. 117].

До методів державного регулювання туристичної пропозиції належать:

- 1) дослідження, планування та регулювання туристичної діяльності;
- 2) контроль над використанням землі;
- 3) оподаткування туристичних підприємств;
- 4) митне регулювання;
- 5) створення сприятливих умов для інвестицій в туризм [3, с. 119].

Система державного регулювання в галузі туризму базується на дотриманні певних принципів:

- створення конкурентоспроможного на міжнародному ринку національного туристичного продукту, здатного максимально задовольнити туристичні потреби населення країни, забезпечення на цій основі комплексного розвитку регіонів;

- ефективно та раціональне використання природних ресурсів й об'єктів культурної спадщини з одночасним їх збереженням і відновленням, мінімізація негативного впливу туристичної діяльності на довкілля;

- підвищення ефективності інформаційно-комунікаційної інфраструктури, створення позитивного іміджу України як туристичної держави;

- удосконалення структури управління, реалізація державної туристичної політики шляхом координації діяльності центральних і місцевих органів виконавчої влади та суб'єктів підприємництва;

- розвиток конкурентоспроможного транспортного обслуговування туристичної галузі;

- вдосконалення державної статистики з питань туризму з урахуванням міжнародних стандартів та досвіду інших країн;

- удосконалення системи підготовки кадрів для сфери туризму, розроблення та впровадження сучасних освітніх технологій;

- становлення і розвиток інноваційної діяльності та наукове забезпечення туризму [1, с. 402].

Державне регулювання розвитку туризму здійснюється у трьох основних напрямках: законодавчому, адміністративному та економічному, кожний з яких передбачає виконання ряду завдань органами державної влади (рис. 1.).

Механізм державного регулювання розвитку туризму можна визначити як сукупність організаційних, економічних, правових та інших методів, за допомогою яких виконуються взаємопов'язані функції для забезпечення розвитку туризму. Розглядаючи такі методи, можна провести їх класифікацію за сферами застосування:

1. У правовій сфері: вдосконалення нормативно-правової бази, розвиток методології ліцензування, стандартизації, сертифікації у сфері туризму.

2. В економічній сфері: податкове регулювання, бюджетне фінансування програм розвитку туризму, створення сприятливих умов для залучення інвестицій у туризм.

3. У соціальній сфері: вирішення проблем соціального туризму, сприяння працевлаштуванню сільських жителів у структурах галузі.

4. У науково-освітній сфері: розвиток наукових досліджень туристичної діяльності, створення інформаційно-аналітичної бази туризму, забезпечення підготовки професійних кадрів для сфери туризму.

5. У сфері організації туризму: формування позитивного іміджу країни на міжнародному туристичному ринку, сприяння в просуванні туристичного продукту на внутрішній та світовий ринки, створення умов для ефективного використання туристичної інфраструктури [2, с. 403].

У даний час використовуються різні організаційні системи управління туризмом – від самостійних або спільних міністерств до національних туристичних адміністрацій (НТА), прямо підлеглих урядові. Крім того, деякі країни світу здійснюють керування туристичною діяльністю тільки на рівні регіональних органів влади, інші – не мають державних важелів регулювання сферою туризму взагалі.

Ми вважаємо, що туризму в Україні зараз не приділяється належної уваги з боку вищого керівництва держави, а підпорядкування його Міністерству економічного розвитку і торгівлі зовсім не означає, що туристична галузь визначена пріоритетним та перспективним напрямком розвитку економіки країни.

Пропонуємо використати механізми саморегулювання. Тобто, об'єднати зусилля профільних громадських організацій в галузі туризму («Асоціації індустрії гостинності України», «Всеукраїнської асоціації екскурсиводів України», «Асоціації ділового туризму України», «Open Ukraine») для того, щоб впроваджувати стандарти Європейського Союзу в туристичну індустрію України і просувати туристичний продукт на внутрішній та зовнішній ринки.

На нашу думку, доцільно якнайшвидше створити центральний орган державної виконавчої влади у сфері туризму. Адже у даний час в Україні руйнується державна система ліцензування, сертифікації та стандартизації в туризмі. Так, в Україні скасовано ліцензування турагентської діяльності та відмінена обов'язкова сертифікація послуг розміщення та харчування. Ми вважаємо, що ці заходи, з одного боку, необхідні, бо наближаємось до стандартів ЄС в галузі туризму, а з другого боку – передчасні, тому що недобросовісні суб'єкти господарювання в туризмі зможуть погіршувати якість своїх послуг. Крім того, в Україні відсутня дієва система нормативно-правових актів, завдяки впровадженню якої можна відмовитися від застосування додаткових обмежень з боку держави у вигляді ліцензування та сертифікації послуг.

Потрібно зазначити, що функції центрального органу державного управління у сфері туризму досить різноманітні. Вони виявляються у розробці та вдосконалюванні нормативно-правової бази провадження туристичної діяльності, у прийнятті та затвердженні програм розвитку туризму на перспективу, в аналітиці туристичного ринку, в контролі за

якістю надаваних туристичних послуг, у підвищенні кваліфікації персоналу. У межах своєї компетенції профільні відомства звичайно повинні бути задіяні до розроблення, укладання і виконання міжнародних договорів у галузі туризму, представляти країну у міжнародних туристичних організаціях, вживати заходів щодо розширення міжнародного співробітництва й утвердження держави на світовому туристичному ринку, проводити рекламні акції туристичних можливостей країни, створювати відповідні туристичні представництва за рубежом тощо [4].

З огляду на міжнародний досвід, ми вважаємо, що в Україні доцільно створити центральний орган виконавчої влади у сфері туризму у вигляді Національного туристичного агентства (НТА), що повинне напряду підпорядковуватись Кабінету Міністрів України. Адже сучасна структура Кабінету Міністрів України передбачає створення таких структурних підрозділів. Цей крок спроможний забезпечити відносну самостійність НТА у прийнятті тактичних та стратегічних рішень.

Як і в туристично розвинених країнах, можливим може стати розподіл НТА на два підрозділи – «адміністративний» та «маркетинговий». При цьому до повноважень адміністративного підрозділу мають належати глобальні питання державного управління (розроблення нормативно-правової бази, обробка статистичної інформації, проведення наукових досліджень, координація діяльності регіонів, міжнародне співробітництво на міждержавному рівні тощо). Фінансування адміністративного підрозділу звичайно здійснюється за рахунок коштів, виділених і з державного бюджету. До компетенції маркетингового підрозділу має відноситися створення привабливого туристичного іміджу країні за рубежом, що включатиме маркетинг та рекламу, участь в міжнародних виставках, керування закордонними представництвами. Саме цей підрозділ має розгалужену структуру і значну чисельність персоналу [4].

Зараз в економічно розвинутих країнах (Німеччині, Великій Британії, Франції, Австрії, Швейцарії, США, Японії тощо) спостерігається загальна тенденція щодо зменшення ролі центральної виконавчої влади, що приводить до скорочення державних видатків, у тому числі й на розвиток туризму. У результаті цього здійснюється поступовий перехід маркетингової структури НТА на змішане фінансування, що сумарно включає кошти як державного бюджету, так і приватного сектору економіки.

Місія – ефективне використання наявних рекреаційних ресурсів, підвищення рівня міжгалузевого співробітництва, стимулювання розвитку ринкових відносин у туристичній галузі, визначення перспектив подальшого розвитку туризму

Мета та завдання – здійснення комплексу заходів щодо удосконалення системи управління туризмом, розробка відповідних нормативно-правових актів, зміцнення існуючої матеріальної бази, удосконалення системи статистики, створення умов для реалізації інноваційно-інвестиційних проєктів, здійснення заходів державної підтримки рекламно-інформаційної діяльності тощо

Методи державного регулювання розвитку туризму

Прямого впливу:

- прийняття законів та інших нормативно-правових актів;
- ліцензування діяльності та державна реєстрація підприємств;
- державний контроль за розміщенням туристичних об'єктів і використанням історико-культурних пам'яток;
- інвестування об'єктів туризму світового й державного значення;
- розробка та затвердження генеральних планів забудов курортно-рекреаційних територій і розвитку туристичних центрів, заповідників, тематичних парків тощо;
- спрощення процедури візового режиму для туристів;
- фінансове сприяння розвитку дитячого, молодіжного, сільського й зеленого туризму;
- проведення стандартизації та сертифікації туристичної діяльності;
- контроль за дотриманням безпеки впливу туризму на екологію та здоров'я нації;
- запровадження фінансової гарантії відповідальності туристичних підприємств

Непрямого впливу:

- розробка та реалізація державної політики розвитку туризму;
- розробка та реалізація індикативних планів туристичної діяльності та науково-дослідних робіт;
- створення сприятливих умов для залучення внутрішніх та іноземних інвестицій в індустрію туризму;
- підвищення доходів і збільшення вільного часу населення;
- входження України до світових готельно-ресторанних ланцюгів і глобальних маршрутів;
- підтримка ринкової конкуренції й недопущення монополізації туризму;
- сприяння будівництву нових, відновленню та реконструкції діючих об'єктів туристичних відвідувань;
- заходи розвитку масового внутрішнього туризму з виділенням соціального;
- стимулювання розвитку туристичної інфраструктури вздовж національних ділянок міжнародних транспортних

Правові:

- затвердження цільових програм та стратегій розвитку туристичних дестинацій;
- створення СЕЗ за типом туристично-рекреаційних та ТПР;
- вдосконалення норм і процедур сертифікації та стандартизації турпослуг;
- вдосконалення процедури ліцензування

Адміністративні:

- розподіл повноважень органів державного управління в галузі туризму;
- проведення аудиторських перевірок туристичних підприємств;
- розробка дієвих програм залучення інвестицій в туризм;
- формування сучасної системи статистичних показників;
- підвищення ефективності

Економічні:

- забезпечення умов кредитування, субсидування туристичних підприємств, що спеціалізуються на пріоритетних видах туризму (напр., соціальний, зелений);
- пільгове оподаткування суб'єктів туристичної діяльності, які залучають інвестиції та використовують інноваційні технології;
- фінансування наукових досліджень щодо ефективності

*Рис. 1. Основні методи державного регулювання розвитку туризму
Джерело: розроблено автором на основі [2, с. 121]*

Саме такий підхід до створення та фінансування центрального органу державного управління розвитком туризму в Україні в умовах

сьогодення нам представляється єдино правильним, бо це буде вигідно і представникам туристичного бізнесу, і державі в цілому.

Список використаних джерел:

1. Козловський Є. В. Організаційно-правові засади управління туристичною галуззю / Є.В. Козловський // Вісник НАДУ. – 2005. - № 1. – С. 400-406.
2. Козловський Є. В. Правове регулювання туристичної діяльності [текст]: навч. посібник / Є. В. Козловський. – К.: «Центр учбової літератури», 2015. – 272 с.
3. Наумова С.А. Экономика и предпринимательство в социально-культурном сервисе и туризме: учеб. Пособие / С.А. Наумова. – Томск: Изд. ТПУ, 2003. – 127 с.
4. Туристична асоціація України : Новини / [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.tau.org.ua/news1.htm>.

«ШЛЯХАМИ БІЛИХ ХОРВАТІВ» – НОВИЙ ТУРИСТИЧНИЙ МАРШРУТ

Юрій Матічин

*Львівський національний університет імені Івана Франка,
Львів, Україна*

В наш час з'являється все більше публікацій з історії виникнення різних племен на теренах сучасної України, зокрема Карпатського регіону. Для розроблення нового туристичного маршруту, оцінки його інвестиційної привабливості, економічної вигоди і популяризації історичної спадщини, варто серед всіх версій вибрати найбільш вірогідну, яка б задовільнила середньостатистичного туриста. Мова йтиме про білих хорватів і їхню державу – Велика Хорватія. Оскільки у 1987 році Рада Європи започаткувала програму "Культурні шляхи", новий маршрут – «Слідами білих хорватів» міг би стати учасником цієї програми. Адже її мета– за допомогою мандрівок у просторі й часі продемонструвати внесок різних країн і культур Європи в її спільну культурну спадщину. "Культурні шляхи" на практиці реалізують засадничі принципи Ради Європи: права людини, культурна демократія, культурне розмаїття та ідентичність, діалог, взаємний обмін і збагачення через кордони й віки.

Для довідки. Білі хорвати — слов'янське плем'я, що жило в VI-X століттях на території заходу України, півдня Польщі, півночі Словаччини, півночі Чехії та частково на сході Німеччини - Саксонії. У першій половині I

тисячоліття хорвати утворили союз племен, після розпаду якого частина з них переселилася на захід та південь. Ключовим джерелом відомостей про білих хорватів є твір Константина VII Багрянородного «De Administrando Imperio». Частина хорватів сформували етнічну основу населення сучасних Прикарпаття, Закарпаття і Галичини.

Тобто Карпатські хорвати вважаються безпосередніми предками жителів Галичини. У кінці XX ст. на території Галичини було виявлено понад 40 городищ, більшість з яких мають площу понад 20 га (найбільше — Стільське. городище із площею 250 га), побудованих у VII—X ст. білими хорватами. Частина з городищ проіснували до XIV ст. н. е. Дослідження проводяться Верхньодністрянською археологічною експедицією НАН України. [1]

Туристичний маршрут може розпочинатись в селі Стільсько Миколаївського району Львівщини. У найближчих околицях міста археологи дослідили густу мережу поселень, культових місць та некрополів. Давнє місто було з'єднане з Дністром водним шляхом завдовжки 11 км, спорудженим ще у IX ст. на річці Колодниці. Осередки язичницького культу були виявлені і досліджені археологами на околицях Стільська і в сусідніх селах: Дуброва, Ілів, Велика Воля та поблизу міста Миколаєва.

У 2001 році Стільське городище внесли до Державного реєстру нерухомих пам'яток України, 2003-го Верховна Рада постановила вивчити питання «щодо створення на території городища державного історико-культурного заповідника», й тоді ж уряд зобов'язав Львівську облдержадміністрацію підготувати та подати до Кабміну на затвердження необхідну документацію. Усупереч міжнародному визнанню унікальної пам'ятки давньоруської історії та культури вимоги і постанови не було виконано, наукові дослідження припинено. Через це історичне середовище Стільського городища руйнується. Включення городища Стільсько разом з околицями в Європейську програму сприятиме порятунку цього унікального комплексу, який за історичним, культурним та науковим значеннями не поступаються таким широковідомим пам'яткам як єгипетські піраміди, Стоунхендж чи пірамідам народів майя. [2]

Вигідне географічне розташування Миколаївського району (30 км від м.Львова), проходження міжнародної траси Київ-Чоп та залізниці, чудові природні ландшафти, багата історія, розвинені народні промисли (кам'яна скульптура, гончарство) все це може бути надзвичайно привабливим для інвесторів у галузі туризму та рекреації.

Стільсько відкриває напрямок на Франківщину чи її Гуцульський регіон, на території якого існувало племінне територіальне об'єднання білих хорватів, яке в X ст. ввійшло до складу України (Київської Русі). Косівський, Наддіврянський, Коломийський райони є привабливими для потенційних інвесторів, оскільки тут зберігаються традиції, звичаї, обряди етнічної групи гуцулів-українців. [3]. Їхній побут, ремесло, культуру, гостинність і здобутки відображають те, що збереглось від автохтонних предків – білих хорватів. Самобутність цього краю приваблює туристів на різноманітні фестивалі і відповідно в туристичному маршруті буде тільки популяризуватись. Для цього необхідно вкладати кошти в дороги, які на жаль, знаходяться не кращому вигляді. Другою проблемою є вивіз сміття, яке забруднює навколишні ліси і ріки. Новий туристичний маршрут сприятиме вирішенню цих актуальних проблем.

Закарпаття теж край білих хорватів і такі міста як Мукачеве й Ужгород можуть збагатити маршрут цікавими об'єктами у вигляді замків і фортець, основи яких ще закладені білими хорватами. Мукачеве виникло в 70—80-х роках IX століття як військово укріплення і поселення східнослов'янського племені білих хорватів, а в Ужгород захищав від навали марядських племен князь білих хорватів Лаборець. Територія Закарпаття у X—XI століттях входила до складу Київської Русі. У той час на місці нинішнього Мукачівського замку на горі вулканічного походження, що підноситься на 68 метрів над рівнем міста, було невелике укріплення, що входило в лінію укріплень, які охороняли кордони Давньоруської держави за Карпатами. І хоч Закарпаття є різнонаціональним регіоном, його історичні коріння глибоко пустило коріння в цю землю, тому його варто досліджувати і популяризувати.

Сьогодні нащадки білих хорватів – русини-українці проживають в Словаччині, Словенії, Польщі, де створили свої діаспори і підтримують дух предків. Спільними зусиллями наша спадщина може бути збережена і відкриє шлях в Європу – реальний культурний шлях для всієї європейської спільноти.

Розробка нового маршруту є перспективною і економічно-вигідною. Особливого значення для створення сприятливого інвестиційного клімату набуває функціонування на території маршруту міжнародних транспортних коридорів. Регулювання інвестиційної діяльності здійснюється внаслідок взаємодії об'єктів та суб'єктів інвестиційного процесу через механізм створення та ліквідації мотиваційних передумов для здійснення інвестицій у пріоритетних сферах. Для розроблення ефективної стратегії регулювання інвестиційного

процесу надзвичайно важливим є виділення пріоритетних сфер інвестування. Реалізація цього завдання неможлива без врахування специфічних рис регіонального інвестиційного процесу. [4] Враховуючи специфіку і труднощі економічного, політичного і воєнного стану в нашій країні, виникає ряд проблем, але це має ще більше стимулювати до залучення небайдужих людей доброї волі до розроблення даного проекту.

Список використаних джерел:

1. Корчинський О. Ранньосередньовічне місто на верхньому Дністрі [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://www.inst-ukr.lviv.ua/files/12/18Korczynskiyi.pdf>
2. Комарницький Б. А. Про словян , Білих хорватів та волохів [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://turka-ua.net/publ/6-1-0-641#ixzz4LIBizJQF>
3. Вітаємо на Закарпатті [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: <http://www.transcarpathiatour.com.ua/node/565>
4. Маргіта Н.О. Формування регіональної політики регулювання залучення прямих іноземних інвестицій у Закарпатській області [Електронний ресурс] – Режим доступу до ресурсу: http://archive.nbuv.gov.ua/portal/chem_biol/nvnltu/2_2_1/294_Mar.pdf

ТУРЕЧЧИНА ЯК ПЕРСПЕКТИВНИЙ В'ЇЗНИЙ РИНОК ДЛЯ ЛЬВОВА ТА ЗАХІДНОГО РЕГІОНУ

Світлана Машлій, Андрій Манько

*Львівський національний університет імені Івана Франка,
Львів, Україна*

На сьогоднішній день туризм визначено одним з перспективних шляхів розвитку економіки нашої країни. Розвиток міжнародного в'їзного туризму є не лише джерелом валютних надходжень в економічну систему країни, але й сприяє активізації відносин між країнами-учасницями туристичного процесу. Необхідно відмітити, що значною є роль в'їзного туризму з Туреччини для міста Львова й регіону. Його значення виявляється у тому, що даний вид туризму може джерелом формування доходів підприємств туристичної індустрії та наповнення місцевих бюджетів, поштовхом для розширення асортименту та зростання якості туристичних продуктів, підвищення рівня їх конкурентоспроможності.

Висвітленню ролі туризму в економіці, проблемам розвитку міжнародного туризму у світі та Україні присвятили свої праці: Любіцева О.О. [5], Полещук М.І. [8], Бейдик О.О., Новосад Н.О. [1], Охріменко А.Г. [7], Мальська М.П. [6], Щербакова Н.О. [9], Дядечко Л.П. [2], Кифяк В.Ф. [3] та багато інших вітчизняних та зарубіжних науковців і практиків. Попри це, питання проблеми розвитку в'їзного туризму, і саме з Туреччини, ще не знайшли свого відображення у теоретичних та практичних розробках. Тож на сьогоднішній день актуальним є проведення дослідження передумов розвитку в'їзного туризму з Туреччини у Львові та регіоні, виявлення проблем та перспектив турецького напрямку в Західній Україні, акцентування уваги на питанні зміни спрямованості турецького туристичного потоку на культурно-пізнавальний напрямок.

Метою статті є аналіз можливостей та передумов розвитку в'їзного туризму з Туреччини, дослідження його теоретичних засад та визначення пріоритетних напрямків розвитку для Львова та регіону.

Наявність потужної ресурсної бази і високий рівень розвитку туристичної індустрії Туреччини зумовив орієнтацію країни на в'їзний напрямок туризму. Звичайно, це має великий позитивний вплив на турецьку економіку, проте це дещо негативно позначається на внутрішньому туризмі держави таким чином, що турецьких туристів вважають другим пріоритетом і часто розглядають як "іноземних" у своїй країні. Згідно з дослідженнями [10] переважна більшість громадян Туреччини надають перевагу відпочинку у своїй країні, але для них це стає все важче і важче з кожним роком через орієнтацію на міжнародні потоки, а саме: високі ціни на туристичні послуги, які того ж встановлюються в євро або доларах; заклади розміщення не тільки не пропонують пільгові ціни для турецьких громадян, а й навіть ставлять більшу ціну, ніж для іноземців. Саме з цієї причини кількість турків, що надають перевагу відпочинку за кордоном, зростає.

Найбільш популярний туристичний регіон для турецьких мандрівників – Європа, а зокрема Центральна Європа (Німеччина, Австрія та Швейцарія), якій надають перевагу 54% турків, що обирають Європу; Західна Європа займає частку 33%, Північна Європа – 7% , Південна Європа – майже 4% та Східна Європа – лише 2%. Відзначимо, що для відвідування країн Європи громадянам Туреччини потрібна віза, оскільки держава не входить до ЄС. До прикладу вартість візового збору в Німеччину, Іспанію, Італію, Швецію – 80 євро, натомість для відвідування

України візи не потрібно за міжнародною угодою від 2012 року, що спрощує формальності в'їзду в країну.

Аналізуючи дані про туристичні потоки м. Львова по місяцях 2015 року, які надані «Львівським туристичним барометром» [4], можемо відзначити, що Туреччина стабільно входить у топ-5 країн, що є лідерами за прибуттями у Львів. Майже у всіх місяцях, починаючи з початку 2015 року, турецькі туристи займають третє місце за кількістю розміщених іноземних туристів у готелях та хостелах. Крім того, турки у рейтингу країн за пересуванням авіатранспортом стабільно знаходяться на другій позиції завдяки дешевим авіаперельотам в Україну. Прямі рейси зі Стамбулу до Львова організовують вже чотири авіакомпанії: TurkishAirlines, лоукостPegasus, AtlasGlobal та МАУ.

За кількістю туристів, які звертаються за допомогою у Центр туристичної інформації, турецькі туристи знаходяться в середньому на четвертому місці. Нашою ціллю є залучення якомога більшої кількості турецьких сімей до пізнавально-екскурсійної діяльності, оскільки відомо, що дуже часто турки приїжджають в Україну з метою секс-туризму. При цьому значна увага має бути зосереджена на питанні широкого висвітленні туристичного потенціалу конкретного регіону, його переваг та можливостей.

Важливим є виокремлення таких культурно-історичних пам'яток, що пов'язані з турецьким народом і будуть становити інтерес у саме у цих туристів у нашому регіоні.

1) Кам'янець-Подільський. Після перемоги Туреччини у турецько-польській війні 1672-1676 роках місто перейшло під владу турків, які розпочали реконструкцію міста. З'явився Замковий (Турецький) міст, Вірменський бастіон та укріплення біля Вітряної брами, котре збереглося до нашого часу під назвою Турецькі бастіони. На скелястому схилі західної частини турки збудували нову вежу, відому під назвою «башта на броді», зберігся також мінарет, прибудований до західного фасаду Кафедрального католицького костьолу Св. Петра і Павла. У фондах історичного краєзнавчого музею «Коран», чотки, молитовний килимок, глиняні люльки, східна кераміка XVII ст.

2) Хотин. Протягом 1711-1718 рр. турки перетворили Хотинську фортецю на один із найнепрístupніших бастіонів тодішньої Центрально-Східної Європи. Навколо старого замку спорудили Нову фортецю, яка була розрахована на розміщення всередині 20-тисячного війська. Основу укріплень становили потужні земляні

вали, бастіони й широкі рови, вимурувані тесаним каменем. У валах були облаштовані брами з баштами. У Новій фортеці збудували також мечеть із мінаретом.

3) У с. Гутисько, що на Тернопільщині, знаходиться **турецький цвинтар** з часів Першої Світової війни, який налічує близько двохсот поховань турецьких офіцерів. Такі масові захоронення турків є не лише в Гутиську Тернопільської області, а й у Мечищеві, а також у Пукові, Верхній Липеці, Лопушні, Рогатині, Путятинцях, що на Івано-Франківщині. Приміром, у Лопушні — це не просто кладовище, а пантеон з полірованого ракушняку, граніту й мармуру.

4) **Рогатин**, крім мусульманських захоронень, може цікавити турецьких туристів як батьківщина Роксолани, – співправительки турецького володаря султана Сулеймана Пишного, – Насті Лісовської.

Для залучення якнайбільшої кількості туристів в якості турецьких сімей варто розробити комплексну програму знижок чи так звані «Дні відкритих дверей» у культурно-просвітніх закладах, музеях, галереях Львівщини. Задля того, аби туристи з дітьми могли краще зорієнтуватися у нашому регіону та могли задовольнити свої потреби у відпочинку та рекреації, варто популяризувати видання, путівники, які забезпечать їх необхідною інформацією. Прикладом такого видання може слугувати путівник «Сімейний відпочинок у Львові», який розроблений Центром туристичної інформації. У ньому вказано об'єкти пізнавального відпочинку (музеї, театри цікаві місця і пам'ятники), центри активного відпочинку та розваг, парки і зоокутки, широкий ряд закладів харчування. При цьому присутня їхня коротка характеристика, конкретні переваги, графік роботи, адреси та вік дітей, на яких розрахований певний заклад. Такі видання досить повно розкривають ряд пропозицій, які ставлять перед потенційними споживачами підприємства туристичної індустрії м. Львова.

Проаналізувавши структуру туристичних потоків до м. Львова, і визначивши Туреччину як один з найперспективніших напрямків, наше завдання полягає у тому, щоб навчитися управляти турецькими туристичними потоками, попередньо вивчивши дану цільову аудиторію і залучивши відповідні туристичні ресурси, матеріально-технічну базу та інфраструктуру. Доцільним є проведення інформаційно-рекламної роботи щодо популяризації та пропаганди туристичного потенціалу Львівщини, туристичного бренду регіону на світові туристичні ринки, оскільки спостерігається таке явище як необізнаність турків про культурний

відпочинок в Україні.З метою підвищення туристичного іміджу регіону потрібно проводити активну маркетингову політику, спрямовану на просування регіонального турпродукту, залучення таких турецьких туристів, які б формували сприяли формуванню позитивного іміджу нашої держави та Львова, зокрема.

Список використаних джерел:

1. Бейдик, О.О. Фактори формування туристичних регіонів і центрів в'їзного туризму України: зб. наук. статей [Текст] / О.О. Бейдик, Н.О. Новосад // Проблеми міжнародного туризму. – К.: ППНВ, 2010. – С. 284 – 299\
2. Дядечко, Л.П. Економіка туристичного бізнесу [Текст] / Л.П. Дядечко. – К.: Центр учбової літератури, 2007. – 224 с.
3. Кифяк, В.Ф. Організація туризму: навч. посіб. [Текст] / В.Ф. Кифяк. – Чернівці: Книги-XXI, 2008. – 344 с.
4. Львівський туристичний барометр [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://www.facebook.com/barometer.lviv.ua/?fref=photo>.
5. Любіцева, О.О. Ринок туристичних послуг [Текст] / О.О. Любіцева. – К.: Альтерпрес, 2005. – 436 с.
6. Мальська, М.П. Туристичний бізнес: теорія і практика: навчальний посібник [Текст] / М.П. Мальська, В.В. Худо. – К. : Центр учбової літератури, 2009. – 424 с.
7. Охріменко, А.Г. Тенденції формування в'їзного туристичного потоку до України [Текст] / А.Г. Охріменко [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://dspace.nbu.gov.ua/xmlui/bitstream/handle/123456789/48335/12-Okhrimenko.pdf?sequence=1>
8. Полещук, М.І. Основні тенденції розвитку міжнародного туризму [Текст] / М.І. Полещук // Науковий збірник Білоруського державного університету. – 2012. – Вип. III. – С. 176 – 179.
9. Щербакова, Н.О. Шляхи стимулювання туристичної привабливості України [Текст] / Н.О. Щербакова // Управління проектами, системний аналіз і логістика. Технічна серія. – 2014. – Вип. 13 (2). – 18 с.
10. YigithanDagci, Turkish Travellers' Preferences on Travelling Abroad and Possible Interest to Travel to Northern Part of Europe, Especially Finland [Text] : dissertation / YigithanDagci, 2013

ЗАКОРДОННИЙ ДОСВІД ВИКОРИСТАННЯ ВЕЛОІНФРАСТРУКТУРИ В ТУРИЗМІ

Лариса Медвідь, Надія Кампов

*Мукачівський державний університет,
Мукачево, Україна*

Стрімкий розвиток велоруку в містах, збільшення кількості велосипедистів і прогнози росту числа велопоїздок призвели до популяризації велоруку та створення відповідної велоінфраструктури. В більшості країн Європи велосипед активно використовується в міському середовищі, як популярний вид транспорту та для організації велоподорожей. У багатьох європейських міст є добре сформована велоінфраструктура, яка задовольняє потреби і місцевих жителів і велотуристів.

Організація велосипедного руху та велосипедної інфраструктури в різних країнах світу має свої особливості. Вивчення закордонного досвіду розвитку велоінфраструктури має на меті виокремити основні принципи і прийоми її створення, можливості використання в туризмі та перейняти досвід її розбудови в містах України.

Використання велоінфраструктури в містах Європи має свої відмінності (див. табл. 1).

Отже, країни з якісною вело інфраструктурою мають вищу питому вагу велосипедного транспорту, тому існує тісний зв'язок між якістю велоінфраструктури її використанням велосипедистами. Елементи велоінфраструктури використовуються не лише місцевими жителями, вони активно залучаються до туристичної галузі і попит на велотуристичні послуги в містах Європи щорічно зростає.

Розглянемо як вирішують питання організації велосипедного руху в різних країнах. Однією з перших країн, де почалося створення велосипедної інфраструктури, є Данія. Датчани починають впровадження в місті велосипедного руху з організації спеціальних смуг на наскрізних магістралях, за відсутності такої можливості з окремого району. Велосипедну зону часто створюють в центрі міста, поступово розширюючи її до міських околиць.

Питома вага велосипедів у всіх поїздках в країнах Європи [1, 2].

Країна	Національний показник, %	Питома вага велосипедистів(в тому числі туристів) на міському рівні
Нідерланди	26	Для міст лідерів показник складає від 35 до 40%; міст з найнижчими показниками варіює від 15 до 20%
Данія	19	Відмінності між великими містами незначні, в середньому перебувають на рівні 20% від усіх поїздок;
Бельгія	10	Значна різниця між Фламандією (14%) і Валонією (3%). Багато міст у Фломандії досягають рівня 15%. Лідером є місто Брюггер – 20%;
Німеччина	10	Західні землі мають в середньому вищий рівень користування велосипедами, особливо Нордрейн-Вестфален. Деякі міста мають показники від 20 до 30%;
Австрія	9	Лідерами у розвитку велоінфраструктури є Грац (14%), Зальцбург (19%);
Швейцарія	7	Деякі міста мають вищий за загальнонаціональний рівень розвиток велоінфраструктури, зокрема Берн (15%), Базель (17%), Цюрих (15%), і особливо Вінтерхюр (приблизно 20%).
Швеція	7	Середній показник в містах – 10%, лідерами є міста: Вастерос – 33%, Лунд і Мальма – 20%;
Італія	5	Північні регіони країни мають добре розвинуту велоінфраструктуру: Парма (15%), Ферара (20%), рівень розвитку велоінфраструктури у Флоренції – 30%;
Франція	5	Лідерами у розвитку велоінфраструктури є Стасбур (12%) та Авіньон (10%);

Велотранспорту надається пріоритет за допомогою містобудівних заходів: шляхи для руху велосипедистів і автомобілів прокладаються за найкоротшою траєкторією. При плануванні велосипедної інфраструктури в Данії ретельно організують роботу перехресть, де велодоріжки перетинаються з лініями руху міського транспорту. Як правило,

велосипедисти мають пріоритет над іншими учасниками дорожнього руху. Їм забезпечують «зелену вулицю» – режим, при якому велосипедисти, їдучи від перехрестя до перехрестя, потрапляють на зелене світло [3]. Прибирання від снігу проїжджої частини комунальними службами починається в першу чергу з велосипедних доріжок.

Розвинену велоінфраструктуру має Фінляндія. На околицях міст під автомагістралями часто будують спеціальні тунелі для велосипедистів, навіть якщо рух на самих магістралях не надто інтенсивний. Велодоріжки у містах найчастіше сполучені з пішохідною зоною. У країні створені спеціальні відокремлені велошляхи, які не збігаються із загальним напрямком автомобільних доріг, а «петляють» між туристичними атракціями. Протяжність цих велошляхів часто перевищує довжину шляху по автостраді у півтора-два рази. Наприклад, шлях від Хельсінки до Темпере по автостраді складає 180 км, а по велошляху – більше 300 км [1]. Для велотуристів створено спеціальні велостоянки, є навіть вертикальні. Велосипеди можна перевозити практично в усіх потягах, за винятком магістральних. Це правило розповсюджується на всі види громадського транспорту.

Серед країн Європи Нідерланди мають одну з найкраще розвинутих велоінфраструктур. Зокрема, тут знаходиться найбільша велосипедна розв'язка та найдовший велосипедний міст. В нідерландських містах (наприклад, Гаазі і Чилбургзі) прокладено веломаршрути, якими можна проїхати через все місто, практично ніде не перетинаючи автошляхи. Якщо ж це тапляється, то в місцях перетину влаштовуються спеціальні світлофори і різнорівневі розв'язки. Плануючи елементи велоінфраструктури в Нідерландах врахували потреби користувачів велотранспорту і розмістили велостоянки в місцях найбільшого скупчення припаркованих велосипедів на вулицях. Приклад Нідерландів засвідчує, що попит на велотранспорт зростає як серед місцевих жителів так і серед гостей-туристів, які залюбки пересідають на велосипеди, підвищуючи безпеку вулиць і зменшуючи екологічне навантаження на навколишній простір.

У Франції велосипедні доріжки проходять по правому краю автомобільних доріг. Вони прокладені таким чином, що сполучаються з окремою смугою для громадського транспорту. По таких велодоріжках можуть рухатися велосипедисти, зупинятися автобуси, паркуватися таксі. В країні велосипедисти мають пріоритет над іншими видами наземного транспорту. Для цього на світлофорах між стоп-лінією для автомобілів і пішохідним переходом є спеціально відведене місце для велосипедистів.

Велосипед є дуже поширеним засобом руху у Франції. Цьому сприяє не тільки інфраструктура, що створює сприятливі умови для пересування на двоколісному транспорті, але й впроваджена система прокату. Це дає можливість будь-якому французу купити собі річний абонемент, який дає право прокату велосипеда з паркуванням й безкоштовним переміщенням на ньому. Потім велосипед треба залишити на іншій парковці. Якщо пункт призначення не досягнутий, то велосипедист має право взяти велосипед на пункті прокату і рухатися далі до заданого місця. Подібною послугою можуть скористатися туристи в Парижі. Велопрокатні пункти пропонують їм денний абонемент, який дає право користуватися велосипедом з паркуванням протягом дня.

Італія має значну протяжність спеціально обладнаних велошляхів. Так, поблизу Санремо вздовж Середземного моря проходить 24 км велошляху, який має 2 смуги – по одній в кожному напрямку, а також окрему смугу для пішоходів [1]. Місцевість вздовж побережжя гірська, тому на маршруті створено велосипедні тунелі.

Отже, велоінфраструктура – ефективний елемент транспортної системи, за допомогою якого можна значно знизити навантаження на дорожню мережу особистого автотранспорту та громадського транспорту. Існують різні принципи прокладання велошляхів та розбудови велоінфраструктури, вибір яких залежить від існуючої вулично-дорожньої мережі та її завантаженості транспортом, конкретних умов прокладання шляхів, рельєфу місцевості, призначення маршрутів і тощо.

Список використаних джерел:

1. Просуваючи велотранспорт: Підручник з велосипедної політики PRESTO. Інфраструктура. [Електронний ресурс] – Режим доступу: [ttp://www.rupprecht-consult.eu/uploads/tx_rupprecht/UA_PRESTO-Policy-Guide-Infrastructure1_01.pdf](http://www.rupprecht-consult.eu/uploads/tx_rupprecht/UA_PRESTO-Policy-Guide-Infrastructure1_01.pdf).
2. Данія, Оденсе – опыт планирования городской велокультуры. [Електронний ресурс] – Режим доступу: // [http: bike.od.ua](http://bike.od.ua).
3. Велосипед в городе. [Електронний ресурс] – Режим доступа: // www.wildlife.by.

ДО ПИТАННЯ ТУРИСТСЬКО-РЕКРЕАЦІЙНОГО ВИКОРИСТАННЯ ЗООЛОГІЧНИХ ПАРКІВ

Михайло Мельнійчук, Тарас Безсмертнюк

*Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки,
Луцьк, Україна*

Останніми роками особливої актуальності серед географічних, конструктивних, геоекологічних досліджень вітчизняних та зарубіжних науковців набуває питання використання природоохоронних територій для задоволення рекреаційних потреб. В основному, увага вчених зосереджена на вивченні рекреаційної діяльності в межах національних природних парків, тоді як інші категорії природно-заповідних територій та об'єктів, в тому числі і зоологічні парки, досліджені в даному аспекті недостатньо. Здебільшого зоологічні парки розглядаються науковцями як зразок тематичних парків або ж як науково-просвітницькі заклади.

Основи туристсько-рекреаційного використання зоологічних парків в Україні закладені за законодавчому рівні [7; 8]. Відповідно до Закону України «Про природно-заповідний фонд України» [8] зоологічні парки створюються з метою організації екологічної, освітньо-виховної роботи, створення експозиції рідкісних, екзотичних та місцевих видів тварин, збереження їх генофонду, вивчення дикої фауни та розробки наукових основ її розведення у неволі. Можуть мати статус загальнодержавного або місцевого значення. Основними завданнями зоологічних парків є: формування та утримання колекцій тварин; збереження та відтворення в штучних умовах тих тварин, які зникають, рідкісних, занесених до Червоної книги України та Міжнародних червоних списків; проведення науково-дослідних робіт; проведення навчально-виховної та культурно-освітньої роботи в галузі екології, охорони природи, етології, зоології, мисливського та тваринного господарства; поширення еколого-освітніх знань; здійснення різноманітних форм культурного обслуговування, створення умов для відпочинку та дозвілля населення, при цьому зберігати сприятливі умови для утримання тварин [3]. На території зоологічного парку з метою забезпечення виконання поставлених перед ними завдань виділяються зони: експозиційна (призначена для стаціонарного утримання тварин і використання їх з культурно-пізнавальною метою); наукова (у її межах проводиться науково-дослідна робота, відвідування цієї зони не дозволяється, як виняток – з дозволу адміністрації парку); рекреаційна (призначена для організації відпочинку

та обслуговування відвідувачів парку); господарська (зона, де розміщуються допоміжні господарські об'єкти) [8].

Розглянемо наукові підходи до трактування терміну «зоологічний парк». На думку таких вчених, як Н. В. Антонюк, Н. М. Ганич, М. П. Мальська, зоологічні парки – це тематичні парки, тобто такі, які надають розважальні, анімаційні послуги, а також послуги торгового, виховного та пізнавального характеру. А. Ю. Александрова [1] зазначає, що останнім часом тематичні парки складають серйозну конкуренцію традиційним DESTИНАЦІЯМ з великою кількістю традиційних історико-культурних пам'яток. М. Б. Біржаков [2] розглядає зоологічні парки як спеціальні науково-просвітницькі заклади, призначені для утримання диких тварин в неволі (або майже в неволі), з метою демонстрації публіці, вивчення, збереження та відтворення, наголошуючи на тому, що всі тварини без виключення, а також рептилії та птахи являються об'єктами зацікавленості туристів, особливо молодшого віку.

Аналіз світового досвіду організації роботи зоологічних парків свідчить про те, що природа та тваринний світ мають велике культурно-виховне, наукове, пізнавальне та туристсько-рекреаційне значення [5]. На території зоологічного парку для забезпечення додаткового доходу даним установам природоохоронного значення відвідувачам можуть надаватися наступні послуги туристсько-рекреаційного спрямування: екскурсійний супровід, навчальні послуги (наприклад, організація гурткової роботи), послуги харчування, реалізація сувенірної продукції, виставкова діяльність, анімаційні послуги, катання на тваринах.

В Україні налічується 13 зоологічних парків як об'єктів природно-заповідного фонду, серед яких 7 загальнодержавного значення, які є природоохоронними культурно-освітніми та науково-дослідними установами: Київський, Миколаївський, Менський, Одеський, Рівненський, Харківський, Черкаський.

Для прикладу розглянемо функціонування Рівненського зоологічного парку як установи туристичної галузі. Рівненський зоологічний парк площею 11,6 га на східній околиці міста Рівне, заснований 1982 року, відзначається особливим рекреаційним значенням і можливостями та виступає на сьогодні улюбленим місцем відпочинку та прогулянок місцевого населення. Основна частина зоопарку – це залишки старого фруктового саду та єдиний в межах міста природний лісовий масив площею 4,7 га. В умовах зоопарку утримується 180 видів тварин, з яких 10 видів занесені до Червоної книги України, 86 видів – до Червоної книги Міжнародного Союзу охорони природи. На території зоопарку

знаходиться більше 130 видів деревних, чагарникових та трав'янистих рослин. Про кожну тварину можна дізнатися більш детально, ознайомившись з інформаційними стендами, отримавши кваліфіковану інформацію у спеціалістів зоопарку, замовивши екскурсію.

Паралельно з науково-освітніми функціями, зоопарк виконує важливе значення в організації дозвілля та відпочинку населення. Працівники зоопарку влаштовують традиційні свята – відкриття сезону, день захисту дітей, день птахів, день дикої природи та влаштовують показові годівлі тварин. Щорічно зоопарк відвідує більше 150 тис. осіб. Для відвідувачів зоопарку розроблена зручна система вартості квитків, а постійні відвідувачі можуть придбати річний абонемент.

На подальше покращення та вдосконалення форм роботи з відвідувачами направлена науково-освітня діяльність Рівненського зоологічного парку. Так, протягом 2014 року проведено 153 екскурсії територією зоопарку, 14 масових заходів, які викликають велику зацікавленість у відвідувачів. Маршрути та розповіді лектора розробляються і корегуються в залежності від змін, що відбуваються в експозиціях тварин. Проводиться активна робота з пропагування знань про екологічні та біологічні особливості тварин [4]. Зоопарк виступає потенційним цікавим об'єктом відпочинкової та пізнавальної рекреації.

Організація рекреаційної діяльності в межах зоологічних парків вимагає належного функціонування об'єктів туристсько-рекреаційного призначення: приміщення закладів харчування, сувенірні крамниці, зоомагазини, музеї, дитячі майданчики, атракціони. Залучення зоологічного парку до рекреаційної сфери доцільне за наявності висококваліфікованого персоналу, налагодженого ефективного управління діяльністю установ даної категорії природоохоронних об'єктів.

Важливою передумовою організації рекреації на основі зоологічного парку є визначення максимального рекреаційного навантаження на його територію. Основним інструментом контролю туристсько-рекреаційної діяльності в межах об'єктів природно-заповідного фонду України виступають «Методичні рекомендації щодо максимального рекреаційного навантаження природних комплексів та об'єктів в межах природно-заповідного фонду України за зонально-регіональним розподілом» [6]. Проте, по відношенню до зоологічних парків, як штучно створених об'єктів природно-заповідного фонду, дані рекомендації не виступають ефективними, оскільки в сукупності не враховують таких показників, як тривалість робочого дня того чи іншого зоологічного парку, довжина прогулянкових доріжок, швидкість руху рекреантів за умови постійних

зупинок з метою спостереження за тваринами, психологічна комфортна щільність відвідувачів. Крім того, у відношенні до зоологічних парків, запропоновані методичні рекомендації не враховують також ряд факторів, а саме: кількість вольєрів з тваринами, кількість місць в закладах харчування, місця для зупинок і відпочинку, середній термін перебування рекреантів на території зоологічного парку, перетинання потоків туристів у межах зоологічного парку, особливості створення та функціонування зоопарку.

Разом з тим, для ефективного розвитку рекреаційної діяльності в межах зоологічних парків необхідно зосередити увагу на вирішенні актуальних проблем у сфері туристського використання даних природоохоронних установ. Так, зоологічні парки загальнодержавного значення як об'єкти природно-заповідного фонду перебувають у підпорядкуванні Міністерства культури. Тут виникає суперечність: для закладів культури затверджено перелік платних послуг, який по суті унеможлиблює діяльність зоологічного парку у рекреаційній сфері, оскільки в ньому відсутні такі характерні зоопаркам послуги, як рекламно-видавнича діяльність, прогулянки на тваринах тощо. Негативними моментами також виступають: недосконалість нормативно-правової бази, що стосується питань функціонування природоохоронних об'єктів; неналежний рівень розвитку туристської інфраструктури; недосконалість управлінських підходів у керуванні рекреаційними потоками; відсутність у працівників необхідних знань та умінь у сфері рекреації; низька якість рекреаційних послуг; невідповідність існуючої матеріально-технічної бази зоологічних парків світовим тенденціям утримання тварин у штучно створених умовах та провідним екологічним стандартам; відсутність механізмів стимулювання туристсько-рекреаційної діяльності.

В підсумку, туристсько-рекреаційне використання зоологічних парків як об'єктів природно-заповідного фонду може здійснюватись лише із врахуванням природоохоронних обмежень, їх рекреаційну функцію необхідно розглядати виключно як додаткову до заповідної. Дані природно-заповідні установи мають важливе екологічне, освітнє та наукове значення. Раціональне природокористування, забезпечення сталого розвитку туризму в зоологічних парках є одним із основних напрямів стратегічного розвитку природно-заповідного фонду.

Список використаних джерел:

1. Александрова А.Ю. «Международный туризм» // [учеб. пособ.] / А.Ю. Александрова. – М.: Аспект Пресс, 2001. – 464 с.

2. Биржаков М.Б. «Введение в туризм» // [учеб. изд.]. – [6-е переработанное и дополненное] / М.Б. Биржаков. – СПб.: «Издательский дом Герда», 2004. – 448 с.
3. Грищенко Ю.М. Основи заповідної справи: Навчальний посібник. – Рівне: РДТУ, 2000. – 239 с.
4. Доповідь про стан навколишнього природного середовища в Рівненській області у 2014 році [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://www.ecorivne.gov.ua/tmp/dopovid_2014.pdf
5. Коваленко Л.П. Маркетинговий аналіз зоологічних парків України та особливості їх використання в туристичних цілях / Л.П. Коваленко, А.В. Жупаненко // Вісник соціально-економічних досліджень. – 2012. – Вип. 1. – С. 214–218.
6. Методичні рекомендації щодо визначення максимального рекреаційного навантаження природних комплексів і об'єктів у межах природно-заповідного фонду України за зонально-регіональним розподілом / [Упор. С.С. Комарчук, А.В. Шлапак, В.П. Шлапак та ін.]. – К. : Державна служба заповідної справи Мінекоресурсів України, Науковий центр заповідної справи Мінекоресурсів України, 2003. – 43 с.
7. Про затвердження Положення про рекреаційну діяльність у межах територій та об'єктів природно-заповідного фонду України : Наказ, Положення [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0679-09>
8. Про природно-заповідний фонд України : за станом на 04.08.2016 / Верховна Рада України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/2456-12>

ТЕОРЕТИЧНІ АСПЕКТИ ВДОСКОНАЛЕННЯ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ УКРАЇНИ

Володимир Монастирський

Львівський національний університет імені Івана Франка,

Львів, Україна

Д. Фігурний

Львівський коледж Державного університету телекомунікацій,

Львів, Україна

Сучасна політична і соціально-економічна ситуація в Україні, що характеризується не стабільністю, наявністю яскраво виражених соціальних і військових конфліктів, анексією окремих територій,

щорічним незначним зростанням внутрішнього валового продукту (валовий національний дохід України в 2014 р. склав 1,5 трлн грн. в 2015 р. – 1, 9 трлн. грн. без урахування тимчасово окупованої території Автономної Республіки Крим, та частини зони проведення антитерористичної операції), зменшенням реальних доходів населення, створюють не зовсім сприятливі умови для розвитку внутрішнього і в'їзного туризму.

Крім вищенаведених умов слід зазначити ще і систематичну зміну за підпорядкуванням центрального виконавчого органу з туризму в Україні. Досліджуючи історію назв розташувань та діяльності центральних виконавчих органів з туризму відзначимо, що з кінця 80-х років ХХ ст. до сьогодні центральними виконавчими органами в галузі туризму в Україні були такі: до 1988 р. – Головне управління Української РСР з іноземного туризму; 1989-1993 рр. – центральної державної структури не було.

З 1993 по 1999 рік – Державний комітет України з туризму (підпорядкований Кабінету Міністрів України). Наступним центральним виконавчим органом з туризму (1999-2001 рр.) був Державний комітет молодіжної політики, спорту та туризму. Молодіжна та фізкультурно-спортивна сфери відсунули туристичну сферу на третій план. У 2001-2002 рр. – функціонував Державний департамент туризму який проіснував лише півроку, протягом яких нічого визначного для туристичної сфери не було зроблено. Пізніше з 2002 по 2005 рр. утворена Державна туристична адміністрація, при якій відбулися зміни в національному законодавстві щодо регулювання інвестиційної діяльності, функціонування туристичних підприємств та організацій, готельного бізнесу.

З 2006 по 2010 рр. центральним органом управління галуззю стає Міністерство культури і туризму з Державною службою туризму та курортів. Нею здійснюється адаптація законодавства України до відповідних Директив Європейського Союзу. У грудні 2010 р. внаслідок реорганізації центральних та урядових органів державної влади України (відповідно до указів Президента від 09.12.2010 р. № 1085/2010 та від 06.04.2011 р. № 370/2011, постанови КМУ від 28.03.2011 р. № 346) утворилось Міністерство інфраструктури України з функціями реалізації державної політики у сфері туризму. І з 27.01.2016 затверджено Положення про управління туризму та курортів як самостійний структурний підрозділ Міністерства економічного розвитку і торгівлі України. Крім того, на сучасному етапі немає структури управління туризмом і при Президентові України. На цьому недоліку акцентують

увагу багато вітчизняних науковців та експертів, і обґрунтовують необхідність створення консультативно-дорадчого органу з питань туризму при Президентові України. Деякі дослідники вважають за доцільне відновлення діяльності Ради з туризму і курортів при Кабінеті Міністрів України [2].

За даними Всесвітньої туристичної організації (UNWTO), у більш як 80 країн світу туризм віднесено до компетенції міністерств і відомств економічного блоку, у решті – до міністерств і відомств соціального блоку (міністерства культури, екології, освіти, інформації, археології) [3. с. 20]. Можливо прикріпленість туристичної галузі до економічного міністерства і в Україні дасть позитивні результати, проте часті реорганізації не сприяють розвитку галузі.

Важлива роль туризму для економіки країни і ряду суб'єктів, що мають значний туристичний потенціал, закріплена у відповідних нормативно-правових актах. Туристична діяльність в Україні констатується, що держава визнає туристичну діяльність однієї з пріоритетних галузей економіки держави [1].

В цілому в Україні і у ряді її суб'єктів туризм позиціонується як галузь економіки, що відіграє важливу роль в соціально-економічному розвитку, що зумовлює активну участь держави в дії на цю сферу. В той же час фахівці одностайно відмічають, що найбагатший туристичний потенціал країни використовується недостатньо ефективно і туристична діяльність не приносить того результату, який можна було чекати і який планувався в регіональних програмах, що розробляються і реалізуються в останнє десятиліття для розвитку туризму. До таких програм можна віднести цільові програми розвитку туризму областей України.

Поза сумнівом, їх реалізація дала певний позитивний імпульс розвитку туризму, але повністю поставлені цілі досягнуті не були. Це викликано рядом причин, і однією з основних є недостатня державна підтримка туризму як галузі економіки.

Необхідність посилення дії держави на сферу туризму нині обумовлена також загостренням конкурентної боротьби як на міжнародному, так і на внутрішньому ринках туристичних послуг. При цьому внутрішня конкуренція загострюється між суб'єктами, що мають в якості пріоритетних один і той же вид туризму. Приміром, по культурно-пізнавальному туризму загострюватиметься конкуренція між Львовом, Києвом, Одесою і деякими іншими культурно-історичними центрами України.

З Закону України про туризм виходить, що держава впливає на сферу туризму за допомогою державного регулювання. У зв'язку з цим вдосконалення державного регулювання в Україні в цілому і в її регіонах слід вважати найважливішим завданням, рішення якого дозволить забезпечити стійкий розвиток туризму і досягнення заданих показників.

Організаційно-управлінський механізм є центральною складовою державного механізму регулювання галузі туризму, адже саме через його важелі впливу реалізуються основні управлінські рішення, що визначають рівень розвитку галузі в країні загалом та окремих її регіонів [2].

Основними напрямками державного регулювання, на наш погляд, являється розвиток теорії державного регулювання стосовно сфери туризму і розробка методичних положень і рекомендацій, що забезпечують досягнення цілей державного регулювання.

Розвиток теорії державного регулювання повинен включати уточнення понятійно-категоріального апарату і наукове обґрунтування системи і механізму державного регулювання. До основних понять слід віднести саме державне регулювання, його форми і методи.

Існують різні підходи до визначення суті державного регулювання. Ось один з них : «державне регулювання туризму полягає в розробці і прийнятті засадничих правил організації і розвитку туристичного бізнесу в країні». В той же час в одному з економічних словників регулювання трактується як «функція управління, що забезпечує функціонування керованих процесів у рамках заданих параметрів».

Прийнявши останнє визначення за основу, нами пропонується наступне трактування даного поняття, через яке розкривається його суть : державне регулювання туризму – це діяльність органів державної влади регіону по дії на сферу туризму з метою забезпечення її функціонування в заданих параметрах або досягнення нових показників її розвитку.

У державному регулюванні туризму виділяють три рівні – загальнодержавний, обласний та районний. І на першому, другому і третьому рівнях використовуються різні форми і методи регулювання. При цьому деякі форми і методи властиві тільки одному рівню, що зумовлюється розділенням повноважень в цій сфері між центром і регіонами.

Розглядаючи форму як зовнішнє вираження змісту державного регулювання, можна виділити такі основні форми, як підтримка, стимулювання, легалізація, регламентація і координація.

Методи державного регулювання туризму досить детально розкриті у Законі України про туризм, ряду економічних законів і науковій літературі з цієї проблеми. Тому у рамках цієї статті зупинятися на них доцільно тільки при необхідності розкриття детальніше будь яке з положень.

Тому залежно від конкретної ситуації, що склалася у сфері туризму, слід визначати пріоритетні об'єкти і здійснювати їх першочергове регулювання в найбільш доцільних формах і найбільш дієвими методами.

Для цих цілей необхідно розробити методіку визначення пріоритетних напрямів регулювання туризму, яка в загальному вигляді повинна включати наступні заходи і дії :

- визначення проблемних об'єктів регулювання;
- визначення потреб в засобах і заходах, необхідних для поліпшення ситуації;
- вибір доцільних форм регулювання;
- вибір методів і засобів регулювання;
- безпосереднє регулювання дії на проблемні об'єкти;
- контроль дієвості проведеного регулювання.

Дія на об'єкти зовнішнього середовища носить більше обмежений характер і здійснюється з використанням невеликого числа методів, але має не менш важливе значення для туристичної сфери регіону, чим регулювання об'єктів внутрішнього середовища, оскільки саме за його результатами формуються туристичні потоки в регіон. Головною метою регулювання об'єктів зовнішнього середовища є стимулювання населення (потенційних туристів) у відвідуванні саме свого регіону. Для цього в регіоні проводяться виставки і презентації розроблених туристичних продуктів за межами свого регіону, запрошуються на власні виставки і презентації, а також в рекламні тури туроператори, представники недержавних організацій сфери туризму, керівники і фахівці органів влади і зарубіжних країн. Розроблена рекламна продукція повинна поширюватися через представництва українських організацій за кордоном, а також доцільно обладнати рекламні стенди з інформацією про пам'ятки дестинації і пропонованих турах в місцях великого скупчення людей, таких як аеропорти, залізничні і морські вокзали, і інших об'єктах.

В цілому розвиток теорії державного регулювання туризму і розробка методичних положень по його організації і здійсненню повинні зробити позитивний вплив на туристичну діяльність в Україні.

Список використаних джерел

1. Закон України «Про туризм»: від 15.09.1995 р.// Відомості ВР – 1995. – № 325.
2. Біль М. Механізм державного управління туристичною галуззю (регіональний аспект) / М. Біль, Г. Третяк, О. Крайник. – К. : НАДУ, 2009. – 40 с.
3. Герасименко В.Г. Управління національним туризмом у контексті міжнародного досвіду / В.Г. Герасименко, С.С. Галасюк // Вісник ДІТБ. Серія: Економіка, організація і управління підприємствами (в туристичній сфері). – 2008. – № 12. – С. 19–24.
4. Монастирський В.Р. Державне регулювання туристичної діяльності в Україні / В.Р. Монастирський // Вісник Львівського університету. Серія географічна. 2013. Випуск 43. Частина 2. С. 249–254.

ФОРМУВАННЯ КОМПЕТЕНТНОСТІ ЗБУТОВОГО ПЕРСОНАЛУ ТУРИСТИЧНИХ ПІДПРИЄМСТВ

Єлизавета Музичка

*Національний університет харчових технологій,
Київ, Україна*

Перехід до інноваційного шляху розвитку економіки вимагає використання нових підходів до формування та розвитку компетентності збутового персоналу туристичних підприємств. Сучасні методи управління персоналом, які являють собою організовану послідовність дій, супроводжуються позитивними змінами у діяльності працівників підприємства, забезпечуючи цільовий контрольований перехід з поточного стану до майбутнього, більш досконалого та якісно нового. Цей процес супроводжується розвитком компетентності збутового персоналу, здобуттям сучасних знань, здатністю вирішувати поставлені завдання з використанням нових або існуючих управлінських механізмів. Висококваліфіковані та мотивовані до якісного виконання своїх обов'язків працівники, маючи високу компетентність, спроможні продуктивніше виконувати свої обов'язки, а отже приносити найбільше користі компанії.

Для того, щоб сформувати високу компетентність збутового персоналу у туристичній сфері, працівники повинні бути обізнані з продуктами, які вони пропонують. Обов'язковими заходами у рамках підвищення компетентності є ознайомлення з інформаційним

середовищем туристичних мереж, вивчення сучасного програмного забезпечення, яке дає можливість виконувати різноманітні операції щодо надання послуг, відвідування курортних зон та місць відпочинку, розвиток вмінь пропонувати туристичні продукти для вибагливих клієнтів.

Процес формування компетентності працівників є складною системою, яка містить різні методи, процедури, прийоми забезпечення бізнес-одиниць робочою силою з належним професійно-кваліфікаційним рівнем, що даватиме можливості досягнення поставлених цілей у реалізації турпродуктів.

Зростання продуктивності кадрового складу є однією із основних функцій менеджменту в туризмі. Зміна економічного і політичного середовища відкриває як значні можливості, так і спричиняє загрози для кожного підприємства туристичного бізнесу. Управління збутовим персоналом у такій ситуації набуває особливої значущості, оскільки дає змогу систематизувати та дисциплінувати роботу працівника відповідно до зовнішнього і внутрішнього середовища компанії, розкрити особисті якості групи людей для підвищення результативності їх праці з урахуванням інноваційних змін в економіці.

Керівники передових західних туристичних підприємств при виборі стратегічних зон господарювання вважають за необхідне підвищувати частку управлінського впливу на персонал з-поміж інших важливих параметрів, що забезпечують ефективність діяльності [1, с. 173]. З огляду на досвід останніх років діяльності провідних світових підприємств можна зробити висновок, що кардинальне переформатування відносин у трудових колективах дало змогу значною мірою підвищити продуктивність праці, покращити якісні характеристики послуг, стабілізувати розвиток і поліпшити фінансове становище [2, с. 165]. Також все частіше підтверджується практикою явище, коли розвиток компетентності збутового персоналу є статтею інвестицій, а не витрат.

Формування компетентності збутового персоналу можна здійснювати через створення системи його оцінювання. Для туристичних підприємств можна запропонувати систему оцінювання менеджерів з продажу туристичних продуктів та керівників підрозділів, які відповідають за збут. Обґрунтування нових систем оцінювання збутового персоналу потрібне як реакція на постійну зміну оточуючого бізнес-середовища, зміни в якому по-різному впливають на результати діяльності. Зокрема, кризові явища в економіці, негативні тенденції та настрої на ринку праці, нерівномірність темпів зростання заробітної плати

та цін, зростаючі потреби населення вимагають від керівництва постійного перегляду діючих систем мотивації та оцінювання працівників з метою перегляду сформованої компетентності. Для туристичних підприємств пропонується така система критеріїв оцінювання різних категорій працівників:

- для менеджерів з продажу в системі критеріїв містяться такі параметри, як: кількість проданих туристичних продуктів, якість виконання поставлених завдань, кількість позитивних відгуків від клієнтів;

- до критеріїв оцінювання працівників, які керують збутом можна віднести такі: оперативність вирішення виробничо-господарських проблем; схильність до впровадження новинок у господарський процес.

При цьому для формування продуктивної компетентності збутового персоналу особливе значення у системі нематеріального стимулювання працівників мають такі заходи:

- створення на підприємствах дошок пошани, на яких поряд із передовими працівниками буде розміщено портрети керівного складу, що дозволить рядовим членам трудового колективу відчутти рівність поряд з керівниками, а інших працівників така ситуація стимулюватиме потрапити у подібне положення;

- розміщення за бажанням працівників їх даних на інтернет-сторінці підприємств, щоб увесь світ зміг побачити сумлінних представників даного підприємства;

- оплата занять у фітнес-клубах, басейнах або придбання путівки на відпочинок для передових фахівців, незалежно від посади яку вони займають, орієнтування на оплачувані послуги буде здійснюватись за запитами управлінських працівників, але тільки у межах України.

- проведення щомісячних зборів колективу, де передових співробітників буде нагороджено різними заохочувальними подарунками. Запрошення на ці заходи представників місцевих засобів масової інформації, щоб про досягнення учасників трудового колективу дізналась переважна більшість населення та потенційні працівники.

Новітні технології управління компетентністю збутового персоналу також дають значні можливості для розвитку туристичних агентств. В умовах переходу до інноваційної економіки поширюються ефективні способи формування, використання та розвитку збутового персоналу, спрямовані на підвищення ефективності його роботи та конкурентоспроможності компанії. До таких технологій можна віднести аутсорсинг, коучинг, тренінги, круглі столи тощо. Розглянемо їх

детальніше.

Реалізація функцій менеджменту в провідних туристичних підприємствах все частіше здійснюється з використанням аутсорсингу. Можливості аутсорсингу дають змогу вирішити завдання з меншими затратами часу і ресурсів, оперативніше отримати якісні результати, дотримуючись при цьому найвищих стандартів безпеки, гармонізації та контролю. Для підвищення компетентності збутового персоналу завдяки аутсорсинговим послугам фахівцям туристичних підприємств потрібно спрямовувати свої зусилля на опанування досвіду цих зовнішніх експертів. Нажаль реалізація основних положень аутсорсингу в Україні ускладнюється через відсутність теоретико-практичного інструментарію та успішного довгострокового досвіду туристичних підприємств, які б стабільно використовували аутсорсинг.

Іншою технологією формування високої компетентності збутового персоналу туристичної організації є коучинг, основне завдання якого полягає не навчити чому-небудь, а стимулювати до самонавчання, щоб у процесі діяльності персонал зміг сам збагачувати свої професійні знання [3, с. 17]. Суть цього підходу полягає у розкритті прихованого внутрішнього потенціалу, і приведенні у дію системи мотивації кожного індивідууму. Уміння ставити перед собою конкретні цілі та визначати способи їх досягнення обумовлює те, що робота працівника стає більш ефективною. Формування компетентності працівників з використанням коучингу розглядається у працях зарубіжних вчених. Зокрема, Ж. Робертс [5] вважає, що коучинг повинен сформувати сукупність знань, що утворюють компетентність працівників, і на основі цього вони будуть якісно виконувати свою роботу. Проте такий підхід є не досить реальним для туристичних підприємств, оскільки збутовий персонал, володіючи лише знаннями, іноді не спроможний реалізувати сукупність своїх компетентностей. Зважаючи на це, існують дослідження [4], де застосування коучингу передбачає розкриття індивідуальних особливостей працівника, формування компетентності для ефективного виконання своїх функцій та прогнозування результативності виконання посадових обов'язків. Цей підхід є більш цінним для практичної реалізації у туристичному бізнесі, оскільки специфічна робота тренерів з кожним фахівцем збутової діяльності допоможе визначитись кожному працівнику з майбутніми професійними діями для покращання компетентності.

Антикризове управління персоналом в умовах переходу до інноваційної економіки є однією з технологій підтримки компетентності збутового персоналу. Серед стратегічних напрямів управління персоналом

у посткризові періоди можна виділити розробку та вдосконалення планів роботи з персоналом, які повинні передбачати встановлення сукупності якостей потенційного співробітника.

Концептуальні підходи до антикризового управління збутовим персоналом спонукають керівний склад туристичних підприємств концентрувати зусилля на передових, розрахованих на перспективу способах формування компетентності працівників, таких, як: підвищення кваліфікації повного складу трудового колективу компаній у зв'язку з необхідністю якіснішого продажу туристичних продуктів; омолодження кадрового складу і стимулювання до вивчення іноземних мов та інформаційних технологій; розробка способів повного використання наявної робочої сили у періоди зниження чисельності споживачів; залучення переважної більшості працівників до управління організацією.

Для стабільної роботи працівників та успішного формування компетентності збутового персоналу потрібно використовувати прийоми матеріального та нематеріального стимулювання, підтримувати високий рівень оплати праці та освіченості, розробляти нові підходи до оцінювання та застосовувати новітні технології розвитку персоналу, а також дотримуватись моральних цінностей та управлінського професіоналізму. Створювати систему постійного професійного навчання і підготовки персоналу; впровадження прогресивних форм організації навчального процесу з використанням передового світового досвіду; розробка на підприємствах систем оцінювання, мотивації та стимулювання персоналу, передбачаючи раціональне поєднання матеріальних і нематеріальних засобів і врахування індивідуальних особливостей кожного працівника.

Список використаних джерел:

1. Бендасюк О.О. Особливості розвитку трудового потенціалу України в умовах переходу до інноваційної моделі економіки / О. О. Бендасюк // Регіональна економіка. – 2012. – №1. – С. 172–177.
2. Галаз Л.В. Роль конкурентоспроможного трудового потенціалу в інноваційному розвитку туристичного підприємства / Л.В. Галаз // Вісник національного університету "Львівська політехніка". – 2012. – № 611. – С. 162–170.
3. Уитмор Дж. Coaching – новий стиль менеджмента и управления персоналом : практ. пособие / Джон Уитмор; пер. с англ. – М. : Финансы и статистика, 2011. – 160 с.
4. Boyatzis R. The Competent Manager / R. Boyatzis. – New York : Wiley, 2005.– 406 p.

МУЗЕЙНА МЕРЕЖА РІВНЕНСЬКОЇ ОБЛАСТІ ТА ЇЇ ВИКОРИСТАННЯ

Олександра Мулевич, Андрій Манько

*Львівський національний університет імені Івана Франка,
Львів, Україна*

Важливе місце у реалізації культурної політики сучасної української держави посідають музейні установи різного профілю, ставлення до яких упродовж чималої кількості років залишається досить неоднозначним.

Рівненська область має розгалужену музейну мережу що складається з 13 державних музейних закладів, що включає 10 музеїв, 2 історико-культурні заповідники міст Дубна та Острога, Національний історико-меморіальний комплекс «Поле Берестецької битви 1651 року», а також Костопілький, Березнівський, Млинівський, Радивилівський, Зарічненський районні краєзнавчі та Корецький історичний і Дубровицький історико-етнографічний музеї. На державному обліку знаходиться 3258 пам'ятки історії та культури (таблиця 1.1), з них археології - 1088, історії - 1760, монументального мистецтва -84, архітектури – 321 [2].

Таблиця 1.1

Кількість пам'яток історії та культури

Кількість пам'яток	Одиниць	Чисельність обслуговуючого персоналу, осіб
Історії	1760	133
Архітектури	321	-
Монументального мистецтва	84	133
Природи	64	-
Археології	1088	133
Інше(ландшафтні та об'єкти садово-паркового мистецтва)	12	-

Протягом 2015 року для відвідувань було відчинено 13 музеїв, які включають 33 відділи та відокремлені підрозділи музейного показу. Серед них 5 – історичні та 5 – комплексні. Понад 277 тис. осіб відвідали музеї у 2014 році, що менше на 4,1% ніж у 2013 році. (рис. 3.2) Середня відвідуваність одного музею становила майже 21,4 тис. осіб. У музеях було проведено 5,8 тис. екскурсій для 102,5 тис. відвідувачів, з яких 68,6% – учні та студенти. Зберігається 266,7 тис. експонатів основного фонду, які належать до державної частини Музейного фонду України [1].

Державний історико-культурний заповідник міста Дубно (м. Дубно, вул. Замкова 7-а). Заповідник створено в 1993 році на базі комплексу пам'яток історії, культури й архітектури м. Дубно, який включає в себе Дубенський замок XV-XVIII ст., Луцька брама XVI ст., Синагога XVI ст., Спасо-Преображенська церква XVII ст., Свято-Юр'ївська церква XVII ст., монастир кармеліток XVII ст., костел бернардинів і його келії XVII ст., костел Яна Непомука XX ст., Свято - Іллінський собор поч. XX ст., світські будівлі XVIII - XIX ст. у центральній частині міста. До складу Заповідника входить краєзнавчий музей.

Заповідник «Поле Берестецької битви» (Радивиліаський р-н, с. Пляшева). Існує з 1966 року як музей-заповідник «Козацькі могили», статус державного заповідника отримав у 1991 році. Це меморіальний комплекс, присвячений подіям Визвольної війни українського народу 1648-1657 рр.

До складу заповідника входять: Георгієвська церква, споруджена в 1910 - 1914 рр. на острові Журавлиха з розписами інтер'єрів відомого художника І.Іжакевича. В її підземній частині зберігається скляний саркофаг з останками загиблих учасників битви; дерев'яна Михайлівська церква середини XVIIст., перенесена з сусіднього села Острів, у якій за переказом, молився перед битвою Б.Хмельницький і обидва храми з'єднані між собою підземним переходом; місця поблизу села Острів - козацький цвинтар в урочищі Монастирщина з кам'яними хрестами XVII ст., колишній острів Гайок, на якому героїчно оборонялися і загинули 300 козаків; Козакова яма - глибоке озерце, де, за народною легендою, загинув останній козак.

Музей Уласа Самчука (м. Рівне, вул. С. Петлюри 17). Музей відкрито 2007 р. Експозиція музею висвітлює головні творчі здобутки Уласа Самчука, зосереджує увагу на вплив особистості письменника на український літературний процес XX ст. Музей сфокусовує увагу на рівненському періоді життя і діяльності письменника, зримо відтворивши

літературну, культурну та духовну палітру краю в його найпереломніші та найдраматичніші роки і дні.

Музей бурштину (м. Рівне, вул. С. Петлюри 17). Відкритий музей в 2010 році на базі Рівненської бурштинової фабрики. У музеї знаходиться безліч необроблених експонатів неповторної краси та велика кількість ювелірних виробів ручної роботи.

Серед унікальних експонатів музею є шматки бурштину віком до 40 млн. років, які знайдені в різний час на території Рівненської області. У музеї бурштину виставлено найдавніший бурштиновий виріб в Україні - це диск-амулет віком приблизно 2,5 тисячі років. Тут також знаходиться шматок дикого бурштину вагою в 2 кг.

Окрасою музею вважається кілька каменів, в яких закристалізовані різні комахи. Експонати Рівненського музею бурштину розповідають про історію видобутку каменю на Поліссі, а також про єдине в Україні підприємство по переробці бурштину.

Музей книги та друкарства (м. Острог, вул. Папаніна, 45). Його експозицію розгорнуто в Луцькій надбрамній вежі XV-XVI ст. Музейні зали розміщені на трьох поверхах. Вони знайомлять з історією створення книги, виникнення друкарства та діяльністю Івана Федорова. Серед рідкісних експонатів найдавніша друкована книга «Декреталій» папи Григорія IX (Париж 1511р.), глаголичне видання Хорвацького (Венеція 1561р.), Острозька Біблія Івана Федорова (1581р.). Книжкова колекція музею нараховує близько 3 тисячі експонатів.

Музей нумізматики (м. Острог, вул. Незалежності, 45). Нумізматична виставка розпочала діяти у грудні 1997 році. Колекція нараховує понад 11 тис. одиниць зберігання. Значну частину зібрання становлять монети, паперові гроші, цінні папери, нагороди тощо.

Музей Пересопницького Євангелія (Рівненська область, Рівненський район, с. Пересопниця)

29 серпня 2001 року у селі Пересопниця на Рівненщині на місці фундаменту монастиря, в якому написали Першокнигу, відкрили музейний комплекс під відкритим небом «Княже місто» та культурно-археологічний центр «Пересопниця». Подію приурочили до 450-річчя Пересопницького Євангелія.

В музеї зберігається копія Пересопницького Євангелія, а оригінал знаходиться в Національній бібліотеці України імені В.І.Вернадського у м. Києві. Пересопницьке Євангеліє - добротна книга вагою 9,3 кг., писана на пергаменті форматом 38x24 см. та вміщає 482 аркушів.

Таким чином, музейна мережа Рівненщини залишається привабливим середовищем не лише для проведення змістовно наповненого вільного часу населення, але й осередком пам'ятко – охоронної, науково-дослідної, культурно-освітньої діяльності, збереження історичної пам'яті та підвищення духовності широкого загалу. При належній організаційно-фінансовій підтримці музейної справи, вона здатна принести значний приріст туристичних потоків та ввести Рівненщину до числа найвідоміших центрів концентрації слов'янської матеріальної й духовної культури.

Список використаних джерел:

1. Пономарьова Т.О. З історії формування музейної мережі краю / Т.О. Пономарьова // Українська культура: минуле, сучасне та шляхи розвитку : Міжвуз. зб. наук. пр. – К., 1997. – Вип. II. – С. 103-110.
2. Історико-краєзнавчі музеї України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <https://uk.wikipedia.org/wiki>

ПРОБЛЕМИ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ РЕЛІГІЙНОГО ТУРИЗМУ В ТЕРНОПІЛЬСЬКІЙ ОБЛАСТІ

Юлія Мусій, Андрій Манько

*Львівський національний університет імені Івана Франка,
Львів, Україна*

Тернопільська область володіє великим потенціалом та налічує велику кількість об'єктів релігійної спадщини. Загалом в Тернопільській області налічується понад 3000 релігійних пам'яток. Це стає поштовхом для створення провідної стратегії розвитку релігійного туризму в Тернопільській області.

Розглядаючи територію Тернопільської області як один з найсприятливіших для розвитку релігійного туризму регіонів України, зважаючи на розташування релігійних та паломницьких центрів, особливості їх транспортного зв'язку із обласним центром і сучасних туристичних попиту і пропозиції, виокремлено на території області чотири туристичні райони: Північний, Центральний, Південний і Західний [1, с.96]. Ці туристичні райони є найбільш оптимальними щоб провести детальний аналіз потенціалу території для розвитку релігійного туризму.

Північний туристичний район охоплює Кременецький і Шумський адміністративні райони. Він має частково виражену паломницьку спеціалізацію, передусім завдяки розташуванню тут центру православної віри Почаївської Лаври. Основним чинником що перешкоджає розвитку релігійного туризму є недостатньо розвинена та не якісна інфраструктура (обмаль готелів, мала їх місткість 400-450 місць. Аналіз сучасної ситуації на ринку туристичних послуг району дає підстави стверджувати, що ядром розвитку релігійного туризму залишатиметься м. Кременець як найбільший за людністю населений пункт, в якому концентрується діяльність туристичних агентств району.

Західний туристичний район охоплює Бережанський, Підгаєцький та Монастирський адміністративні райони. Через низьку забезпеченість закладами розміщення туристів, ресторанного господарства та дозвілля район поки що не може привабити велику кількість туристів. Також слід зазначити що релігійні об'єкти Західного району, потребують покращення їхнього сучасного стану, це дає підстави прогнозувати, що за умов вирішення цих питань, регіон буде зарекомендований як територія поширення релігійного (на базі численних давніх дерев'яних і кам'яних культових споруд у Монастирській, Григорові, Новосілці, Шумлянах) туризму.

Ядром Західного туристичного району залишатиметься м. Бережани як найбільший районний центр і найбільш забезпечений закладами розміщення туристів населений пункт цієї частини області. В межах Підгаєцько-Монастирського туристичного підрайону ядрами можуть стати містечка Коропець та Устя-Зелене, які вже формуються як багатопрофільні центри і в майбутньому можуть стати хорошим місцем для проведення релігійно-екскурсійного туризму.

Південний туристичний район, розташований у межах Гусятинського, Чортківського, Бучацького, Борщівського та Заліщицького адміністративних районів, має велику кількість кам'яних, дерев'яних церков та святих джерел. Таке різноманіття дає можливість створення великої кількості напрямів розвитку релігійного туризму. Найбільш сформованими центрами туризму є Гусятин, Бучач, Заліщики, Більче-Золоте, Королівка, Монастирок, Сновидів, Кривче, Сапогів, Нирків.

Релігійний потенціал Південного туристичного району найменше розвинутий у цьому плані. Для перетворення району на територію активного туристичного використання з метою відвідування релігійних пам'яток слід поширювати інформацію про невідомі але цікаві релігійні об'єкти (наприклад, Хрестовоздвиженська церква (1753-1770 роки),

Миколаївська церква (1610 р.) і дзвіниця (XIX ст.) Церква в урочищі
Монастирок (XVI ст.)), збільшити
місткість закладів розміщення [2, с.264].

Унікальність Південного туристичного району полягає також у
можливості розвитку на його території історично-релігійного туризму
(Устечко, Біла, Скородинці, Колиндяни) .

Центральний туристичний район є найбільшим за площею та
рівнем сучасного розвитку туристичної галузі зокрема релігійного
туризму, він охоплює Лановецько-Збараський, Зборівсько-
Тернопільський, Козівський, Підволочиський, Теремовлянський
туристичні підрайони. Туристичний район має сучасну досить яскраво
виражену спеціалізацію на паломницькому, релігійно-екскурсійному
туризмі, що з різною інтенсивністю виявляється у туристичних
підрайонах. Обсяги туристичного споживання у Центральному
туристичному районі коливаються від 1 млн., грн., на рік у Лановецько-
Збараському, Козівському, Підволочиському до 3-6 млн., грн. у
Зборівсько-Тернопільському, понад 11 млн., у Теремовлянському
підрайоні та у м. Тернополі. Ядром розвитку туризму, як Центрального
туристичного району, так і всієї Тернопільської області, є м. Тернопіль.
Через нього пролягають усі основні транспортні шляхи, в тому числі
державного значення. У поєднанні з чистотою довкілля, наявністю
релігійних об'єктів та закладів дозвілля це приваблює значну кількість
туристів. У Тернополі працюють більше 60 туристичних агентств і
туроператорів внутрішнього та в'їзного туризму, тому це сприяє
поширенню та створенню релігійних маршрутів [3, с.67].

Туристичне споживання є значним також у Теремовлянському
підрайоні. Окрім унікальних туристичних ресурсів тут є старовинне
історичне релігійне місто Теремовля. Найбільшими туристичними
центрами Теремовлянського підрайону є селище Зарваниця -духовний
центр греко-католицької віри, місце паломництва християн, та с.
Заздрість, де розташована меморіальна кімната-музей Йосипа Сліпого. У
структурі туристичного споживання Теремовлянського підрайону
переважають послуги готелів, кемпінгів, місць короткотермінового
проживання та харчування, що служать базою для розвитку
паломницького та релігійного туризму. Географічна близькість підрайону
до обласного центру дає змогу частіше використовувати цю територію
в екскурсійно-релігійних програмах як для
вітчизняних, так і для іноземних громадян [4].

Ланівецько-Збараський та Козівський підрайони характеризуються недостатньою кількістю релігійних споруд, також відсутні заклади готельного господарства а місткість закладів харчування незначна [5, с.304].

Отже, реалізація заходів з розвитку туристичної індустрії допоможе створити сучасну туристичну інфраструктуру, збільшити частку в'їзного туризму, що водночас позитивно вплине на розвиток таких видів економічної діяльності, як транспорт, готелі та ресторани, роздрібна торгівля, харчова промисловість, що дасть поштовх для збільшення туристичних потоків з метою відвідування релігійних об'єктів.

Дослідження доводять, що розвитку релігійного туризму в регіоні перешкоджають такі фактори: недосконала інфраструктура, відсутність ефективної регіональної політики в галузі туризму, низька якість туристичних послуг. Зумовлені ці фактори, насамперед, малими інвестиціями у розвиток матеріальної бази туризму, невідповідністю туристичних закладів області міжнародним стандартам, неефективністю використання релігійних об'єктів, відсутністю інноваційних проектів з питань розвитку нового перспективного напрямку як релігійний туризму.

Список використаних джерел:

1. Береза Г. Теробовлянщина. Рідний край / Географія району - Тернопіль: Підручники і посібники, 2004. - 96 с.
2. Питуляк М. Характеристика ресурсів Тернопілля /Микола 4. Питуляк // Українська наука: минуле, сучасне, майбутнє. -Тернопіль, 1998 . - 264 с.
3. Гимназія в Бучачі // Дѣло, 1.01.1890: [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://osbm.in.ua/index.php/uk/010-01-25-09-30-25/20>
4. Управління розвитку туристичної інфраструктури департаменту розвитку інфраструктури транспорту та туризму тернопільської обласної державної адміністрації: [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.ternotour.com.ua/sakralni>
5. Заставецька О. В. Географія Тернопільської області : навч. посіб. / Заставецька О. В., Затавецький Б. Г, Ткач Д. В. - Тернопіль : Підручники і посібники, 2001 - 304с.

ПРОБЛЕМИ ЕТНОСПІЛЬНОТИ ЦИГАН НА ЗАКАРПАТТІ В КОНТЕКСТІ РОЗВИТКУ ЕТНІЧНОГО ТУРИЗМУ В РЕГІОНІ

Віталій М'якушенко, Ірина Кочеткова

*Київський національний університет імені Тараса Шевченка,
Київ, Україна*

Зростання популярності етнічного туризму в Україні та світі пояснюється потребою людей у етнічній ідентифікації в умовах процесу глобалізації, бажанням подивитися традиційне життя, побут та звичаї різних народів, переважно екзотичних. Одним з таких народів на території України є цигани (рома), регіоном компактного проживання яких є Закарпаття. Розвиток етнічного туризму дозволить залучити до рекреаційно-туристичної сфери нові території, зокрема один з найбільш мультинаціональних регіонів України - Закарпатську область, що може стати фактором покращення соціально-економічної ситуації внаслідок створення відповідної інфраструктури, нових робочих місць, збільшення доходів населення та місцевих бюджетів. Тому в дослідженні актуалізується *проблема* включення циганського населення Закарпаття в розвиток етнотуризму регіону.

Аналіз публікацій показує, що дослідження проблем циганського етносу і можливість використання їх як потужного ресурсу розвитку етнотуризму - не занадто популярний предмет досліджень. Щодо загальних питань циганознавства на особливу увагу заслуговують праці Белікова О.В. та Зіневич Н. О., питань регіональної специфіки циганського населення Закарпаття торкаються роботи Малика Л.П. і Пітюлича М.І. Що стосується питання вирішення проблем етностпільноти циган із подальшим використанням їх специфічного колориту в розвитку етнічного туризму то, на жаль, згадок про це практично немає і вони занадто загальні.

Нині переважна більшість циган ідентифікує себе як рома. Тому в суспільному житті цигани вживають цей етнонім, який вважається політично коректним у багатьох європейських країнах і суспільно-політичних організаціях. В Україні, більшість населення традиційно сприймає ромів як циган, у той час коли частина циган не вважають себе ромами (наприклад, деякі групи циган Закарпаття ідентифікують себе з угорцями, а на інші з молдованами).

Цигани на Закарпатті — п'ятий за чисельністю народ Закарпатської області. За даними перепису населення 2001 року їх налічувалося 14 тис.

(1,1% населення області), що становило майже 30% циганського населення України. За неофіційними оцінками закарпатських експертів їх кількість на Закарпатті може сягати 40-50 тис. (3,2 — 4,0% населення). Основним місцем проживання закарпатських циган є рівнинні райони області (Берегівський, Мукачівський, Ужгородський, Виноградівський) [5].

Ромська етнічна меншина краю відрізняється від інших спільнот особливостями своєї життєдіяльності, етнокультурної мобілізації і етноменталітету. Ця специфіка виявилась, насамперед, у низькому освітньому рівні. Проте це не єдина проблема циган Закарпаття.

Дані перепису 1989 року та результати прикладних соціологічних досліджень засвідчили вкрай низькі освітньо-культурні та кваліфікаційні показники ромів краю. На той час понад 98% циган були робітниками та колгоспниками. А серед дітей шкільного віку 83,6% отримували тільки неповнусередню освіту, більшість з яких в Ужгородському, Берегівському, Виноградівському, Іршавському районах, містах Ужгород та Мукачево [8].

У 1999 р. на тисячу циган Закарпаття середню спеціальну освіту мали п'ять осіб, загальну середню – 79, неповну середню – 406, початкову – 384 [6].

Певна частина циган має проблеми з паспортним режимом. Відсутність паспортів й прописки унеможлиблює працевлаштування, отримання державних субсидій, пенсій та інших виплат, позбавляє права на голосування.

Великою проблемою залишається складна гігієнічна та екологічна ситуація у циганських поселеннях: відсутність, питної води, каналізації, часто – електрики, побутова забрудненість. Це, а також інші негативні чинники зумовлюють високий рівень захворюваності серед циган та дитячої смертності.

Складною проблемою залишається й проблема взаємин циган з оточуючим населенням. Закарпатські засоби масової інформації часто помічають лише негативні сторони життя циган, а це впливає на формування негативного ставлення до них з боку населення; внаслідок чого порушуються фундаментальні права людини.

Питання рідномовних засобів масової інформації ромів на початок 1990-х років залишалось «білою плямою». Тільки в кінці 90-х років, завдяки громадським лідерам ромської спільноти, цей аспект етнокультурного розвитку циган краю було дещо оптимізовано. У квітні 1999 року з'явилась перша в незалежній Україні періодична преса для

ромів – газета «Романі Яг». За підтримки Фонду «Відродження» газета публікувала матеріали українською, ромською, російською та угорською мовами. Постійні рубрики «Романі Яг»: «Ромські громади», «Світ і ми», «Права ромів», «Освіта», «Культурна спадщина», «Творчість», «Доля людські» висвітлювали життя ромської етнічної групи краю, спростовуючи негативний стереотип образу циган[1]. Питання видання книг ромською мовою залишилось проблемою для її вирішення вже у найближчій перспективі (2010-ті роки).

Потрібно зазначити, що найбільших успіхів у контексті етнокультурного розвитку цигани краю досягли у сфері професійної та художньо-самодіяльної культури, проведенні різнопланових культурно-пропагандистських заходів, свят та фестивалів. Ансамбль «Романі Яг» був переможцем фольклорних фестивалів в Будапешті, лауреатом VI Міжнародного фестивалю в м. Горжов (Польща) в 1994 році, інших фестивалів у Словаччині, Австрії. Ансамбль «Сонячна Радванка» брав участь у мистецьких фестивалях в Україні, Польщі, Угорщині, Іспанії, Македонії[2].

Отже, головними проблемами циганської етноспільноти Закарпаття є: проблеми освіти, працевлаштування та паспортного режиму, охорони здоров'я та екології циганських поселень, створення негативного етнічного стереотипу, часто внаслідок некоректних публікацій у ЗМІ щодо циган.

Заходами, які покращили б становище ромів регіону є:

- 1) покращення комунально-побутових умов циганського населення;
- 2) залучення працездатного циганського населення до суспільнокорисної праці;
- 3) розвиток освіти й дошкільного виховання;
- 4) розвиток циганської культури: створення центрів циганської культури, проведення фестивалів народного мистецтва; розвиток циганських ЗМІ;
- 5) покращення охорони здоров'я циганського населення;
- 6) враховуючи традиції, історичні особливості розвитку циганської спільноти, курс України на децентралізацію, стимулювати розвиток самоврядування в місцях компактного проживання циган;
- 7) контроль з боку Міністерства інформаційної політики та його виконавчих органів над засобами масової інформації з метою не припустити подальшого розпалення антициганських настроїв у ЗМІ.

За умови хоча б часткового вирішення вищеперерахованих проблем і створення позитивного іміджу ромів, вони можуть стати потужним ресурсом розвитку етнотуризму в регіоні.

В Україні значно поширені етнографічні музеї які збирають, зберігають, вивчають та експонують етнографічні колекції, які знайомлять сучасників із процесами етногенезу, побутом і культурою різних етнічних спільнот та історичних періодів. Так, на Івано-Франківщині діють Коломийський музей народного мистецтва Гуцульщини та Покуття ім. Й.Кобринського і Косівський музей народного мистецтва та побуту Гуцульщини [7]. В цьому плані здається логічною ідея відкриття циганського етнографічного музею на Закарпатті, який, крім залучення до екскурсійних турів, також чинив би позитивний вплив на етнокультурне життя ромів регіону, сприяв би покращенню їх образу в очах оточуючих.

На базі етнографічних музеїв формуються сучасні етнічні тури. Візьмемо, для прикладу, знову ж таки, регіон Гуцульщини. Сьогодні туристичні фірми пропонують такі етнічні тури, як «Гуцульські коломийки» – ознайомлення з побутом та традиціями гуцулів і відвідуванням Музею гуцульського побуту, етнографії та музичних інструментів Романа Кумлика (сmt. Верховина, Івано-Франківська обл.), музею «Гуцульська гранда» (с. Криворівня, Івано-Франківська обл.), музею народного мистецтва Гуцульщини та Покуття «Гуцульщина» (м. Коломия, Івано-Франківська обл.), музею «Писанки»[3]. Як бачимо, гуцульські етнографічні музеї залучаються турфірмами до розроблених екскурсій, а отже користуються популярністю в замовників. Тому можна з високою ступінню ймовірності припустити, що і музей ромів, за умови його відкриття, буде приваблювати етнотуристів, тим більше що подібних музеїв в Україні взагалі немає, а в усьому світі нараховується дуже обмежена кількість.

Однією з активних форм безпосереднього залучення іноземних та вітчизняних туристів до української етнічної культури є організація фестивальних дійств та фольклорних свят. Зі вступом України до Міжнародної Ради з організації фестивалів фольклору й народного мистецтва (CIOFF) на території України щорічно проводяться міжнародні фестивалі.

Саме у сфері організації фестивалів та інших художньо-самодіяльних заходів циганська етноспільнота досягла найбільших результатів. За умови їх виходу на міжнародний рівень, це стало б ще однією рушійною силою розвитку етнічного туризму в регіоні.

Цигани на Закарпатті є п'ятим за чисельністю народом за офіційними даними. Реальна ж цифра може бути в кілька разів більшою. Це найбільш проблемна етноспільнота Закарпаття з труднощами у сфері освіти, працевлаштування та паспортного режиму, охорони здоров'я та екології циганських поселень і роками створюваним негативним іміджем. Проте за умови хоча б часткового подолання наявних проблем, циганський колорит, їх специфічний спосіб життя і традиційні заняття можуть стати серйозним фактором розвитку етнічного туризму в регіоні.

Список використаних джерел:

1. *Бідзіля Ю.* Проблеми етнопсихології та відродження культури на сторінках ромської газети «РоманіЯг» / ЮрійБідзіля // Сучасні проблеми мовознавства та літературознавства. Випуск 5. Міжнародна наукова конференція «Українська література в загальноєвропейському контексті». – Ужгород: ЛПРА, 2002.
2. *Мітряєва С.І.* Національно-культурні товариства Закарпатської області / Національний інститут стратегічних досліджень. Закарпатський філіал / Світлана Іванівна Мітряєва. – Ужгород: Вид-во В.Падяка, 2001.
3. Офіційний сайт туристичного агентства "Клуб мандрівників" // [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://travellers-club.lviv.ua/carpathian/carpaty/01.htm>
4. Про затвердження Порядку організації і проведення в Україні Міжнародних фестивалів народної творчості. Наказ Міністерства культури і освіти від 06.08.98 № 363 // [Електронний ресурс]. — Режимдоступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/z0629-98>.
5. Про кількість та склад населення Закарпатської області за підсумками Всеукраїнського перепису населення 2001 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://2001.ukrcensus.gov.ua/results/general/nationality/zakarpatia/>
6. Роми краю: 10 років у контексті соціально-економічних реформ // РоманіЯг.– 2002.–№ 3
7. *Рутинський М.Й, Стецюк О.В.* Музеєзнавство: Навч. посіб. – К., 2008.
8. Цигани Закарпаття: проблеми, шляхи вирішення / Малик Л.П., Пітюлич М.І., Передрій О.С., Шинкар В.А. – Ужгород: Госпрозрахунковий редакційно-видавничий відділ Закарпатського обласного управління по пресі, 1991.

СУЧАСНІ ТРЕНДИ СВІТОВОЇ ІНДУСТРІЇ ТУРИЗМУ І ГОСТИННОСТІ

Ігор Пандяк

*Львівський національний університет імені Івана Франка,
Львів, Україна*

Важлива особливість сучасної організації туристичної та готельної індустрії – надзвичайно висока фрагментація. Особливо виділяється розвинутою диверсифікацією та інноваціями готельна індустрія. Сформована у світовій готельній індустрії фрагментація, активний її розвиток в Україні – відображає характер цього бізнесу – орієнтацію на складну структуру попиту та високу адаптацію в конкуренції бізнесу до ринку.

Серед новітніх тенденцій – тренди, пов'язані з зміною статусу окремих типів закладів розміщення, зокрема хостела, який перетворюється на зручний засіб розміщення не тільки для бюджетних подорожуючих, також для ділових клієнтів. З розширенням конкурентних можливостей хостелів виникла необхідність використання нових термінів у сфері гостинності. Один з таких – “poshtel” – гібрид слів “posh” (розкішний) і “hostel” (гуртожиток, недорогий готель). Сьогодні намітилась тенденція пріоритету у введенні в експлуатацію хостелів як колективного засобу розміщення, ця тенденція набуде ширшого розвитку у перспективі. Сучасні хостели змінюють свій дизайн, набувають яскраво вираженої індивідуальності, виразності, оснащуються сучасним обладнанням, забезпечуючи гостям доступ до високотехнологічних комунікативних технологій. Активно розвивається тренд ART Hostels, у якому втілюється поєднання ночівлі і елементів мистецтва, найчастіше музичних вечорів, інші розваги. Таким чином, концепт poshtel став конкурентом дорогих бутік-готелів. У Великобританії найближчим часом очікується зростання цього сегмента ринку на 3% зі збільшенням приросту до 216 млн. фунтів стерлінгів.

Популярним на ринку стає тренд спільних подорожей – Peer-to-peer trips. Попит на дешеві варіанти подорожей та тенденція об'єднання туристів у невеликі компанії від 8 до 20 осіб змушує індустрію гостинності пропонувати послуги за значно нижчими цінами. Розміщення в індивідуальному секторі (будинку, віллі, апартаментах) для такої компанії обійдеться значно дешевше, за розміщення у готелі. Окрім фінансового моменту, у цьому тренді поєднується автентичність

дестинації. Сьогодні туристи бажають відчувати реальну автентку дестинації – місцеву кулінарію, приготування їжі місцевими жителями, у їх власному будинку. Peer-to-peer dining – запрошення до столу, знайомство з національною кухнею, майстер класи з кулінарії, гастрономічні тури. Вартість надання послуг з проживання в приватному секторі в країнах Європи, згідно з прогнозами експертів, у 2017 р. досягне 15,4 млрд. дол. Якщо готельні заклади не відреагують на ці з особливо високими темпами зростання тенденції, вони втратять значну частку клієнтів [1].

Все більшої популярності у готельній індустрії набувають тренди з новітніми технологіями у пропонованих продуктах. Google Glass і SMART ATCHN полегшують для туристів планування і управління поїздкою. Готелі, авіакомпанії і туристичні агентства використовують ці пристрої як електронні ключі, засоби бронювання і видачі посадкових талонів, пошуку найкращих пропозицій. Використання цих пристроїв стає незамінним для мандрівників, які постійно користуються Інтернетом. Експерти прогнозують зростання продажів: з 9 млн. одиниць у 2013 р. до 180 млн. у 2016 р. До 2018 р., згідно доповіді WTM, 35% on-line бронювань прогнозується з використанням мобільних пристроїв [2].

Запущений в 2013 р. у Великобританії новий сайт www.routehappy.com, об'єднав для подорожуючих інформацію про доступні польоти за низькими цінами. У сайті запропоновано “шкалу щастя” з пунктами від 1 до 10 для оптимального вибору споживачем комфортних і доступних рейсів. Потенційний споживач може вибрати більш високу якість польоту із запропонованих авіакомпанією додаткових послуг та товарів: Wi-Fi, разваг, беруші, простору для ніг. Цей сайт акумулює значний обсяг інформації про літаки та відгуки туристів про їх перельоти, тому “шкалу щастя” можуть використовувати як подорожуючі, так і авіакомпанії. Клієнти отримують комфортний переліт, а авіакомпанії – інформацію від пасажирів. Інші сектори туристичної інфраструктури (готелі, ресторани, санаторно-курортні заклади, екскурсійні автобуси та ін.) можуть перейняти досвід використання “шкали щастя”.

Привертає увагу активний розвиток такого сегменту ринку – PANK (Professional Aunt No Kids). Термін “Professional” можна трактувати у двох значеннях: по-перше, це подорожі окремої економічно активної категорії мандрівників, і по-друге, подорожі соціальної категорії мандрівників-жінок, які не мають власних дітей і опікуються дітьми родичів, знайомих, виконують обов'язки “доброї тітки”.

Дослідження свідчать, у США налічується 23 млн. таких жінок, і вони щорічно витрачають 9 млрд. дол. на іграшки та подарунки для дітей. Найбільше, 48% РАНК-жінкам, подобається подорожувати з племінниками. Тенденції демографічної ситуації, насамперед в економічно розвинених країнах, свідчать про зростання кількості жінок, які не поспішають заводити своїх власних дітей [3].

Батьки все частіше намагаються відпочивати самотійно, передаючи своїх дітей турботливій і активній тітоньці для окремого відпочинку. Індустрія гостинності повинна цілеспрямовано освоювати цей сегмент ринку, пропонуючи свої можливості для розваг, активного, екологічного, сімейного відпочинку.

Важливою потенційною категорією клієнтів закладів гостинності є так звані мілленіали, діти, які народились в період у 1981-1990 рр. Особливість цієї категорії подорожуючих – відпочинок групами, надають перевагу містам, часто користуються мобільними телефонами (Селфі, on-line послуги), 8 з 10 читають звіти про подорожі в блогах, форумах, соцмережах. Готелям доцільно формувати спеціальний продукт для цієї категорії відпочиваючих.

Цікаві тенденції щодо очікувань подорожуючих від засобів розміщення. Для гостей важливі різні ознаки, які відображають приналежність готелю до категорії екологічно чистих, “зелених”. Сьогодні єдиного стандарту та сертифікації для таких готелів не розроблено, проте найбільш визнаними ідентифікаціями є використання в назві, рекламі словосполучень Energystar, Leed, Greenseal. Згідно доповіді “USA Building Council”, “зелені готелі” проголошують економію енергії до 26 %, зниження викидів вуглекислого газу до 33 %, зменшення споживання води до 30 %, використовують у діяльності альтернативні види транспорту й енергії. З огляду на зростання екологічної грамотності населення у світі, можна констатувати зростання переваг у виборі подорожуючими такого сегмента готельного бізнесу. Згідно інформації видання “Journal of Sustainable Tourism”, 40 % туристичного ринку надає перевагу у розміщення в екоготелях [4].

Актуальна сьогодні послуга готелів, зі зростанням попиту серед бізнес-гостей – надання номера або офісу на декілька годин. Менеджменту бізнес-готелів необхідно змінити стратегію мінімальних термінів здачі номерів – не менше ніж на одну добу. Така стратегія забезпечить збільшення доходів, активізує використання закладами розміщення додаткових можливостей. Найчастіше така категорія гостей прибуває для відпочинку між авіарейсами, для ділових короткотермінових

зустрічей, до початку робочого дня підприємства, куди вони прибули у відрядження.

Інший тренд пов'язаний з терміном “braggie”, що означає фотографія, розміщена у соціальних мережах відпочиваючими, охочими похвалитись своїм екзотичним або розкішним оточенням. Типові braggie – це вигляд з вікна номера готелю, інтер'єр номера і навколишньої території до готелю. Сьогодні готелі з професійним менеджментом заохочують своїх гостей різними бонусами, преміями і подарунками, якщо гості розміщують фото на сторінці Facebook готелю або в інстаграм [1].

Наслідки інтеграції України у світовий економічний, культурний простір, важливість у цьому процесі туризму, зумовила появу і розвиток окремих популярних трендів на її території. Упродовж останніх 10-15 років в Україні розвиваються хостели, усвідомлення важливості чистоти навколишнього простору зумовлює вибір клієнтами екоготелів, відповідної дестинації.

Список використаних джерел:

1. WTM Global Trends Report 2014 року. [Електронний ресурс]: URL: http://www.wtmlondon.com/RXUK/RXUK_WTMLondon/2015/documents/WTM-Global-Trends-2014.pdf
2. Journal of Sustainable Tourism. [Електронний ресурс]: URL: <http://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/09669582.2015.1125909>
3. Savvy Auntie Community report. [Електронний ресурс]: URL: <http://savvyauntie.com/About.aspx?GroupId=76&Name=Community%20Guidelines>
4. USA Building Council. [Електронний ресурс]: URL: <http://elemental.green/?gclid=CJbm-MPekc8CFUQq0wodqPwIKA>

ДО ПРОБЛЕМИ ТУРИСТИЧНОГО НАВАНТАЖЕННЯ СТАРОЇ ЧАСТИНИ МІСТА ЛЬВОВА

Наталія Паньків, Наталія Макарчук

*Львівський національний університет імені Івана Франка,
Львів, Україна*

За останні роки туризм проявив себе як надзвичайно стійка та життєздатна економічна діяльність, як один з ключових чинників економічного відновлення окремих територій, генеруючи значні кошти в експортному секторі та сприяючи створенню додаткових

робочих місць. Європа завжди була і є потужним туристичним регіоном світу, а Львів, як європейське місто, є невід'ємно її складовою, популярність якого серед туристів зростає щораз більше. Все це формує пріоритетність галузі туризму серед низки інших секторів економіки міста.

Львів активно розвивається, впроваджує нові програми розвитку, вдосконалює рівень якості наданих послуг. Місто не раз з'являлося у рейтингах Топ-міст для відвідування та було рекомендоване туристам. У 2015 році Львів відвідало близько 2 млн. осіб, і надалі ця цифра чимраз зростатиме.

Проте, не зважаючи на всі «плюси», що їх приносить зростання кількості туристів для міста, виникає багато проблем, адже туризм має властивість негативно впливати на туристичні ресурси. Тому важливим напрямком розвитку туристичної галузі у місті є сталий та регульований туризм.

За ЮНВТО сталий розвиток туризму означає ефективне управління всіма видами ресурсів, забезпечення задоволення економічних, соціальних та естетичних потреб туристів за умов збереження культурної цілісності, екологічної безпеки, біологічного різноманіття та систем життєзабезпечення відпочинкового середовища.

Допомогти в цьому може логістика туризму, що досліджує та регулює потокові явища в туристичній сфері, зокрема туристопотоки, тобто визначає максимально допустиме туристичне навантаження на рекреаційно-туристичні ресурси, що не порушує сталість їхнього туристичного господарства та забезпечує можливість відтворення ресурсної бази туристичної дестинації.

Щодо забезпеченості туристичними ресурсами, то Львівська область чи не найкраще забезпечена такими ресурсами в Україні. Лише у самому місті налічується 371 культурно-історичний об'єкт, серед яких є археологічні пам'ятки, пам'ятки сакральної архітектури, історико-архітектурні пам'ятки, музеї тощо.

Крім туристичних ресурсів, Львів також добре забезпечений туристичною інфраструктурою. Сюди належать гастрономічна сфера, заклади розміщення, допоміжна туристична інфраструктура і транспортна інфраструктура.

Щодо гастрономічної сфери, яка представлена різними закладами харчування, то у центральній частині місті їх налічується понад 130, крім того нараховується 12 закладів розміщення.

Допоміжна туристична інфраструктура представлена театрами, кінотеатрами, розважальними закладами.

Для допомоги туристам Львів насичений центрами туристичної інформації та туристичними бюро, на вулицях присутні інформаційні табло з картою міста, номерами та адресами основних допоміжних служб, переліком закладів харчування та розміщення.

Транспортна туристична інфраструктура представлена «Чудо поїздом» та велопрокатними центрами. Перший - є цікавою атракцією для туристів, що організовує екскурсійні маршрути у Львові. Другий – допомагає туристам самотужки досліджувати наше місто.

Використання туристичних ресурсів та інфраструктури міста безпосередньо пов'язане з поняттям туристичного навантаження.

Допустиме туристичне навантаження – це те максимальне навантаження (тобто чисельність туристів), яке може прийняти туристична дестинація (або конкретний туристичний об'єкт) без будь-якої шкоди для місцевих туристичних ресурсів, без негативних вражень, погіршення стану здоров'я туристів від подорожі та виникнення екологічних, соціально-економічних проблем у місцевих мешканців.

Визначення допустимого туристичного навантаження на дестинацію не має єдиного механізму розрахунків. Це зумовлене особливостями самих туристичних дестинацій, які можуть бути великим містом чи курортом, а також внутрішніми особливостями, тобто орієнтацією на певні види туризму.

Львів багатий на історико-архітектурні пам'ятки, відповідно саме вони є опорними точками у визначенні туристичного навантаження. Слід пам'ятати, що Львів належить до великих міст - центрів пізнавального туризму, тому визначення туристичного навантаження є складнішим, ніж для інших туристичних дестинацій.

Для визначення норми допустимого туристичного навантаження потрібно дотримуватись наступних етапів: провести моніторинг туристичних потоків з диференціацією за цілями подорожі; визначити щоденну пропускну здатність найбільш відвідуваних туристичних об'єктів; визначити розмір існуючого номерного фонду засобів розміщення туристів; визначити кількість туристів, що прибули з метою пізнавального туризму; визначити допустиму норму розширення номерного фонду засобів розміщення.

На основі зібраних відомостей проф. Смирнов І.Г. пропонує проводити наступні розрахунки:

1. Диференціація за цілями подорожі на основі моніторингу туристичних потоків. Весь туристичний потік (D) приймається за 100 % та визначається частка кожного конкретного виду туризму.

$$D = d_1 + d_2 + d_3 + \dots + d_n,$$

де d_1 – пізнавальний туризм (%), d_2 – діловий туризм (%), d_3 – паломницький туризм (%), d_n – інші види туризму (%).

2. Визначення щоденної пропускної здатності найбільш відомих та відвідуваних туристичних об'єктів (C).

$$C = (c_1 + c_2 + c_3 + \dots) (1 - I_r),$$

де c_1 – пропускна спроможність об'єкту 1; c_2 – пропускна спроможність об'єкту 2; c_3 – пропускна спроможність об'єкту 3; I_r – коефіцієнт коригування відвіданя об'єкту місцевими мешканцями та неорганізованими туристами.

2.1. Визначення пропускного потенціалу об'єкту: $\Pi = T / \Psi$, де Π – пропускний потенціал об'єкту (чол.); T – площа об'єкту (м^2); Ψ – рекомендований стандарт щільності відвідувачів (м^2 /туриста).

2.2. Визначення коефіцієнта ротації: $K_r = \text{Ч} / \text{В}$, де K_r – коефіцієнт ротації; Ч – кількість годин на день, коли об'єкт відкритий для туристів (год.); В – середня тривалість відвідування (год.-хвил.).

2.3. Визначення максимально допустимої кількості щоденних відвідувачів (максимальний щоденний потік туристів - логістичний потенціал об'єкту): $M_v = \Pi \cdot K_r$,

де M_v – максимальна допустима кількість щоденних відвідувачів (чол.); Π – пропускний потенціал об'єкту (чол.); K_r – коефіцієнт ротації.

3. Визначення розміру існуючого номерного фонду засобів розміщення великого міста, що задовольняють певним стандартам якості та потребам різних сегментів туристичного потоку (H):

$$H = h_1 + h_2 + h_3,$$

де h_1 – кількість місць у готелях вищої категорії; h_2 – кількість місць у готелях середньої категорії; h_3 – кількість місць у готелях нижньої категорії.

4. Визначення кількості розміщень для туристів, що прибули з метою пізнавального туризму (K). При цьому слід врахувати, що існує певний відсоток гостей, які суміщають головну мету свого перебування у великому місті з пізнавальним туризмом.

$$T = H \cdot d_1,$$

$$K = [H - T] I_o + T,$$

де T – кількість місць у засобах розміщення великого міста, що відповідає кількості туристів, мета приїзду яких – пізнавальний туризм; d_1

– частка пізнавального туризму в туристичному потоці; I_0 – коефіцієнт туристів, що відвідують об'єкти туристичного показу, але чия мета візиту не відповідає пізнавальному туризму.

5. Визначення допустимої норми збільшення номерного фонду засобів розміщення, враховуючи допустиму пропускну здатність культурно-історичних об'єктів (P):

$$P = C - K.$$

Важливим критерієм пропонованого підходу виступають відомі об'єкти туристичного показу, тому чим більш розвинутим є культурно-історичний потенціал великого міста і чим вищий ступінь його диференційованості, тим ширшими є межі максимальної пропускну здатності.

До прикладу визначимо щоденну пропускну спроможність Львівського історичного музею (Площа Ринок, 6), а саме виставкової зали «Королівські зали».

Музей відкритий з 10:00 до 18:00. Площа виставкової зали становить 300 м². Щоденна відвідуваність музею, зазвичай, різна. Музей приймає групи кількістю від 10 до 30 осіб, протягом дня груп може бути від 2 до 20. Як результат, в середньому за день приходить 7 – 10 груп, тобто середня кількість туристів, які щодня відвідують музей складає приблизно 210 - 300 осіб. Середня тривалість екскурсії - приблизно 30 хв.

Визначено, що для комфортного проведення екскурсії є оптимальним, щоб в експозиційному залі знаходилась одна група обсягом 30 осіб. Тоді на кожну особу припадає 10 м² вільного простору. Пропускний потенціал об'єкту (П) становить 30 осіб.

Визначимо коефіцієнт ротації (Кр). $K_p = Ч/В = 8 / 0,5 = 16$

Максимально допустима кількість щоденних відвідувачів у цьому музеї становить: $M_v = 30 \times 16 = 480$ осіб.

Очевидним є те, що щоденно музей Історії у Львові може приймати не більше 420 осіб. Така кількість відвідувачів є оптимальною, що дозволить забезпечити нормальне функціонування музею та не призведе до негативного впливу та руйнування основних атракційних об'єктів у виставковому залі.

На основі вищесказаного очевидно є необхідність визначення загального допустимого туристичного навантаження на стару частину міста загалом та на окремі туристичні об'єкти зокрема задля застосування певних заходів для обмеження туристичного потоку у місця, де туристичне навантаження перевищує допустиму норму. Це допоможе розвантажити стару частину міста та вберегти цінні об'єкти від

негативного впливу туристів, тим самим забезпечуючи їхнє подальше існування.

Список використаних джерел:

1. Долішній М.І. Проблеми та перспективи забезпечення інноваційного розвитку національної економіки та її регіонів / М.І. Долішній // Вісник Львівської комерційної академії. – Сер.: Економічна. – Львів : Вид-во Львівської КА, 2005. – № 18, ч. I. – С. 3-6.
2. Любіцева О.О., Бабарицька В.К. Туризмознавство: вступ до фаху: Підр. / О.О. Любіцева, В.К. Бабарицька. – К.: ВПЦ «Київський університет», 2008. – 335 с.
3. Мальська М.П., Антонюк Н.В., Ганич Н.М. Міжнародний туризм і сфера послуг: Підр. / М.П. Мальська, Н.В. Антонюк, Н.М. Ганич. – К.: Знання, 2008. – 661 с.
4. Смирнов І.Г. Логістика туризму: Навч.пос. / І.Г. Смирнов. - К.: Знання, 2009. – 444с.
5. Смирнов І.Г. Логістичний менеджмент рекреаційно-туристичних ресурсів / І.Г. Смирнов // Гуманітарний вісник ДВНЗ „Переяслав-Хмельницький державний педагогічний університет імені Г. Сковороди”. Спец. випуск. – 2010. – С. 270-274..
6. <http://city-adm.lviv.ua/>
7. <http://www.032.ua/>
8. <http://www.touristinfo.lviv.ua/>

ПРИРОДНО - ГЕОГРАФІЧНІ ПЕРЕДУМОВИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ УКРАЇНСЬКОГО РОЗТОЧЧЯ

Наталія Паньків

*Львівський національний університет імені Івана Франка,
Львів, Україна*

Українське Розточчя розташоване у північно-західній частині Львівської області, в межах Жовківського та Яворівського районів. Межує на півночі з Сокальським районом, на сході – з Кам’яно-Бузьким, на південному сході – з Пустомитівським районом і Львовом, на півдні – з Городоцьким та Мостиським районами, на заході з Республікою Польща (протяжність кордону з Республікою Польща становить 82 км). Регіон є приміським та прикордонним.

Площа території регіону складає 2842 км², населення – 234 тис. чол., в тому числі міське – 93 тис. осіб, сільське – 141 тис. осіб. В регіоні нараховується 2 райони, 303 поселення, в тому числі п'ять міст – Жовква, Рава-Руська, Дубляни, Яворів, Новояворівськ, шість селищ міського типу – Куликів, Магерів, Івано-Франкове, Шкло, Краковець, Немирів, 292 села [7].

Села об'єднані у 73 сільські ради, адміністративними і культурними центрами регіону є міста Яворів (14 тис. осіб) та Жовква (13 тис. осіб).

Багатством природно-рекреаційних ресурсів регіон завдячує географічному розташуванню на межі різних природних територій: залісненого горбогірного пасма Розточчя, рівнини Малого Полісся та горбистого пасма Грядового Побужжя. Тут межа природних територій співпадає з важливою геологічною, кліматичною межею в Європі та межами ареалів поширення рослин і тварин. Розточчям проходить Головний Європейський вододіл. Все це обумовлює неповторність та унікальність флористично-фауністичних формацій регіону.

Розвиток туризму та рекреації передбачають наявність відповідних комфортних умов природного середовища (природних чинників). Їхня наявність у межах будь-якої території достатня для оцінки можливостей її використання з метою відпочинку та туризму. Крім того необхідна відповідність вимогам стаціонарних закладів відпочинку, володіння територією комфортними властивостями протягом максимального часового періоду.

Орографічний ресурс є одним з пріоритетних з точки зору туристичного використання регіону, адже складній тектонічній та геологічній будові території Українського Розточчя відповідає не менш складний та різноманітний рельєф, що робить район Розточчя своєрідним, цікавим і привабливим. Жовківський район знаходиться у межах Волино-Подільської височини. Височинною складовою частиною Малого Полісся є Пасмове Побужжя. Воно складається з підвищених пасм і міжпасмових знижень, що простягаються паралельно з заходу на схід. Всього виділяється чотири таких пасма: Смереківське, Куликівське, Грядецьке, Малехівське. Південно-західна частина району є горбистою височиною у вигляді вузького плато з типовим ерозійним рельєфом. Середня висота району над рівнем моря 250 м, найвища точка району знаходиться на території Розточчя у масиві Гарай — 393 м. У Яворівському районі середня висота розташування населених пунктів, які розміщені у лісостеповій зоні, становить приблизно 280 м над рівнем моря. Західна частина району — рівнинна, а східна належить до Розтоцького

географічного регіону Розтоцько-Опільської лісостепової фізико-географічної області [4].

При оцінці території необхідно враховувати не лише абсолютну висоту місцевості, але й ступінь розчленованості рельєфу, що характеризується глибиною та щільністю розчленованості, а також крутизною схилів. З оздоровчою метою найсприятливішим є слабогорбистий та хвилястий рельєф, саме такий є в регіоні Українського Розточчя. Все це створює сприятливі передумови для рекреаційно-туристичного використання території дослідження.

Кліматичні умови регіону Українського Розточчя в поєднанні з особливостями рельєфу створюють умови для розвитку спортивних видів туризму, так як клімат регіону визначається м'яким характером з вираженими сезонами та комфортними періодами не менше трьох місяців як для літнього, так і зимового відпочинку. Зима загалом настає у листопаді, а закінчується у березні; літо розпочинається у кінці травня, а закінчується у першій половині вересня. Щороку утворюється сніговий покрив, його висота незначна, проте це не заважає використовувати територію для спортивно-оздоровчого туризму взимку.

Загалом кліматичні ресурси Українського Розточчя доволі різноманітні, клімат сприятливий для розвитку рекреаційно-туристичної діяльності, що дає змогу широко використовувати кліматотерапію як один з методів лікування та профілактики низки хвороб.

Гідрологічні ресурси представлені річками басейну Західного Бугу. В нього впадають ріка Рата, з притоками Мощанка, Свиня, Желдець, Біла, а також річка Полтва. Значні площі займають стави, що розташовані біля сіл Великі Грибовичі, Блищиводи, Крехів, Цитуля, Любеля, Нова Скварява, Потелич та слугують місцем масового відпочинку населення району. Великі озера знаходяться біля сіл Майдан, Фійна та Воля Висоцька, Лелехів, Немирів [35]. За наявності водних ресурсів в межах району розміщені відпочинкові бази: в с.Зашків "Берекавиця", в с. Фійна "Карат", в с. Майдан "Чарівні озера" та "Янтар", а Янівський кар'єр щорічно є місцем організації різноманітних водних видів змагань.

Бальнеологічні ресурси Українського Розточчя представлені родовищами мінеральних вод. Зокрема, поблизу м. Жовква знайдені напірні сірководневі води з температурою на поверхні 39°C. Є доцільним подальший пошук та дослідження їх як термальних. Термальні води знаходяться на приватній земельній ділянці, а їхнє освоєння з метою використання реабілітаційно-лікувальних властивостей має перспективу для району загалом. Зауважимо, що у 1989 році поблизу Жовкви

проводилась геологорозвідка для виявлення підземних кастрових ємкостей для закачування відпрацьованих шахтних вод (необхідні були великі глибини, більше 800 м). Внаслідок буріння низки свердловин, в п'ятьох з них виявилась вода. В результаті випадково натрапили на родовище термальної води. Після завершення буріння та випробування гідрогеології свердловина законсервована та ніколи не експлуатувалася. У мінеральній воді свердловини виявлено вміст біологічно активного компонента бромиду в концентрації, яка перевищує бальнеологічну норму ($39,84 \text{ мг/дм}^3$ при нормі $25,0 \text{ мг/дм}^3$), таким чином вода є бромною. У воді також виявлено значний вміст цінного в бальнеологічному відношенні сірководню ($33,19 \text{ мг/дм}^3$). Мінімальними концентраціями цього компонента для віднесення вод до сірководневих лікувальних є 10 мг/дм^3 . Тобто за сукупністю цих показників вода є унікальною. Вміст санітарно-хімічних показників, нормативних компонентів і з'єднань у воді не перевищує граничної допустимої концентрації для мінеральних лікувальних вод. До речі, схожі термальні води використовуються на курортах Італії, Німеччини, Австрії, Угорщини, Франції, Чехії [8].

На сьогодні власник земельної ділянки шукає інвестора для будівництва готельно-оздоровчого комплексу, одним з функціональних напрямків якого може бути бальнеологічне лікування та оздоровлення. Відкриття бальнеологічно-готельного комплексу в екологічно-чистій місцевості – велика перспектива для Жовкви, яка ще більше зацікавлюватиме як туристів, так і місцевих відпочивальників. Окрім того, частково вирішиться чи не найактуальніше нині питання працевлаштування. Дослідження та освоєння термальних вод, створення належного рівня туристичної інфраструктури – все це є елементом популяризації історичного міста Жовкви з цінними історично-архітектурними пам'ятками, що частково зможе вирішити соціально-економічні питання та створить перспективи розвитку туристичної галузі району в цілому [8].

Багатство мінеральних вод регіону з лікувальними властивостями типу “Нафтуса”, “Миргородська” (“Анна”), зосереджених в районі селищ Шкло і Немирів та природних лікувальних речовин (пелоїдів) сприяли створенню санаторіїв “Немирів” і “Шкло”.

Значущість гідрологічних об'єктів території для рекреації та туризму важко переоцінити. Проте їхня рекреаційна цінність зростає при відповідному облаштуванні берегової зони відпочинку, тобто створенні рекреаційно-туристичної інфраструктури: пляжів, причалів, пунктів харчування, лікування, прокату, розваг, санітарно-технічного

облаштування. На жаль, більшість річок в регіоні є забрудненими та необлаштованими для безпечного використання.

Велике пізнавальне значення мають печери Українського Розточчя: найбільша рукотворна печера регіону Страдчанська та печера-монастир у скелі Тимоша (Крехівська) .

Таблиця 1

Інтегральна оцінка спелеоресурсів (бали) [8]

Використання \ Печери	Екскурсійне	Лікувально-оздоровче
Страдчанська	3	0
Крехівська	3	0

Страдчанська печера — геологічна пам'ятка природи місцевого значення. Розташована біля села Страдч (Яворівський район, Львівська область), на лівому березі річки Верещиці, неподалік від траси Львів — Краковець. Печера міститься в надрах Страдчанської гори (359 м). Вхід до печери розташований на стрімкому північному схилі гори. Загальна довжина ходів — понад 270 м. Складається з вхідної галереї (завдовжки бл. 40 м), де влаштована каплиця. Печера рукотворна, хоча її творці використовували природні тектонічні тріщини, які поступово розширювали та поглиблювали. З історичних джерел відомо, що за княжих часів тут існував печерний монастир [7]. Печери часто використовують як екскурсійні об'єкти. Вони також слугують головними об'єктами розвитку наукового, біологічного та екологічного туризму.

Близько 25% території Яворівського та Жовківського районів вкрито лісами.

Своїм багатим природно-рекреаційним ресурсам регіон завдячує географічному розташуванню на межі різних природних територій: залісненого горбогірного пасма Розточчя, рівнини Малого Полісся та горбистого пасма Грядового Побужжя. Тут межа природних територій співпадає з важливою геологічною, кліматичною межею в Європі та межами ареалів поширення рослин і тварин. Розточчям проходить Головний Європейський вододіл. Таким розташуванням регіону пояснюється багатство та унікальність його флори і фауни, виникнення природоохоронних територій [4]. У Жовківському та Яворівському районах нараховується 42 території та об'єктів природно-заповідного фонду, які займають 10% території, в тому числі Яворівський національний природний парк, Розтоцький природний заповідник, 7 заказників, 24 пам'ятки природи, регіональний ландшафтний парк

«Равське Розточчя», 5 парків – пам’яток садово-паркового мистецтва та 5 заповідних урочищ [4].

Природа Українського Розточчя є неоціненним багатством і за своїм призначенням виконує екологічні, естетичні, виховні та інші функції.

Негативні процеси антропогенного втручання в навколишнє природне середовище виявляються у погіршенні рекреаційних властивостей природних територій регіону. Тому важливим є розвиток екологічного туризму, який вирізняється від звичайного пріоритетами, скерованими на активне пізнання об’єктів та явищ природи, екологічну просвіту та виховання, даючи можливість особистого внеску в збереження природних ресурсів та їх охорони.

Важливою передумовою для створення екологічного туризму на Розточчі на початку 90-х років виступили природоохоронні території: заповідник “Розточчя”, лісові заказники “Грядя” і “Завадівський”, геологічні пам’ятки - Крехівські печери. Завдяки сприятливим природним умовам Яворівський національний природний парк має також значний рекреаційний потенціал для розвитку еколого-пізнавального, культурологічного, сакрального, а також спортивного (кінного, велосипедного та лижного) туризму, а на прилеглих територіях - кваліфікованого туризму (мисливство, рибальство). В навколишніх населених пунктах існують сприятливі умови для розвитку агротуризму [5]. У парку функціонує чотири комплексних автобусно-пішохідних маршрути: "Страдч - Чорні озера", "Від Янова до Крехова", "Сповідь часу", "Яворівський полігон - минуле і сучасність", а також чотири пішохідних еколого-пізнавальних стежки: "Стежка Івана Франка", "Лелехівка", "Верещиця", "Голуби". В зоні стаціонарної рекреації парку облаштовані місця масового відпочинку туристів: літні відпочинкові навіси, мангали, місця для розведення вогнищ. На водоймах створені умови для аматорської риболовлі, облаштовано пляж, є можливість користування плавзасобами [5].

Переломним моментом у розвитку альтернативного туризму стала реалізація проекту “Сільські громади Розточчя”. Проектом було розроблено план розвитку стійкого інтегрованого туризму, куди входило навчання з підготовки прийому туристів в агрооселях, розроблені екотуристичні і культурологічні маршрути, проводилось інформаційно-рекламне забезпечення. З часом питання розвитку сільського та екотуризму переросли у міжнародну співпрацю. В 1999 році розпочали функціонування перші агротуристичні осередки Українського Розточчя в с.Мокротин та с.Потелич. З 1998 року екотуристичний центр у Жовкві

бере участь і в розвитку мережі пішохідних, велосипедних та кінних трас на Розточчі; проводить екологічні акції з покращання навколишнього середовища, випускає туристичні буклети, карти та путівники Розточчям.

Села Нова Скварява, Крехів, Глинсько, Потелич, Куликів, Рава-Руська, Зіболки, Зашків, Гійче, Дубляни володіють значним природним туристичним ресурсом для розвитку “зеленого сільського туризму” [8]. Різноманіті природно-географічні особливості території дослідження є одним з провідних чинників не лише сучасного розвитку туризму та рекреації, а й передумовою виникнення нових видів у майбутньому.

Список використаних джерел:

1. Бейдик О.О. Рекреаційно-туристичні ресурси України: методологія та методика аналізу / О.О. Бейдик. - Київ. ун-т, 2001. - 395 с.
2. Брусак В.П. Географічні дослідження в заповідниках/ В.П. Брусак, Ю.В. Зінько// Природничі дослідження на Розточчі: зб. наук-техн. праць. - Львів: Вид-во Укр. ДЛТУ, 1995. - С. 5-14
3. Жовква-тур [Електронний ресурс] – Режим доступу: <http://www.zhovkva-tour.info>
4. Заповідник “Розточчя” [Електронний ресурс] – Режим доступу: www.zarovidnyk.org
5. Івась О. Яворів і Яворівщина // Львівська газета, 25 січня 2013
6. Кифяк В.Ф. Організація туризму: навчальний посібник / В.Ф. Кифяк. – Чернівці: Книги. ХХІ, 2008. – 344 с.
7. Програма розвитку туризму та рекреації у Львівській області на 2011-2020 рр., затверджена рішенням Львівської обласної ради від 24.05.2011 р. - №136. [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.oblrada.lviv.ua>.
8. Рекреаційний потенціал Львівщини / Статист. збірник. - Львів: Головне управління статистики у Львівській обл., 2012. – 96 с.

ВЕЛАСПЕДНЫ МАРШРУТ «СЛЯДАМІ ПРЫБУЖСКІХ ТАЯМНІЦ» – ВОПЫТ ТРАНСГРАНІЧНАГА СУПРАЦОЎНІЦТВА

Аляксандр Панько

*Брэсцкі дзяржаўны ўніверсітэт імя А. Пушкіна
Брэст, Беларусь,*

У межах Праграмы трансгранічнага супрацоўніцтва Польшча-Беларусь-Украіна 2007-2013 на тэрыторыі Брэсцкай вобласці былі рэалізаваныя некалькі сумесных праектаў, накіраваных на развіццё сферы турызму ў рэгіёне. Дзякуючы дапамозе ЕС была праведзеная рэканструкцыя гістарычнага парку і парэшткаў замку Сапегаў у г. Высокае, адбудаваны музей Напалеона Орды ў в. Варацэвічы, створаная сетка экалагічных трас у ваколіцах Белавежскай пушчы, закладзены арганізацыйныя асновы трансгранічнага турыстычнага кластэра Палесся і інш [1].

На працягу 2012-2014 гг. Вышэйшай дзяржаўнай школай імя Яна Паўла Другога (Бяла Подляская, Польшча) сумесна з Брэсцкім дзяржаўным універсітэтам імя А. С. Пушкіна быў рэалізаваны праект міжнароднай тэхнічнай дапамогі «Веласіпедны маршрут – слядамі прыбужскіх таямніц». Галоўнай мэтай праекта з’яўлялася інтэнсіфікацыя выкарыстання трансгранічнага турыстычнага патэнцыялу тэрыторыі беларуска-польскага памежжа (рэгіён Бяла-Подляская – Брэст) для павышэння сацыяльна-эканамічнага развіцця краю. Для дадзенага рэгіёну характэрна наяўнасць атракцыйных турыстычных рэсурсаў, памежных пераходаў, каля 400 тысяч мясцовых жыхароў і значны паток транзітных турыстаў.

У рамках праекта распрацаваны трансгранічны веласіпедны маршрут па тэрыторыі Брэсцкага і Камянецкага раёнаў Брэсцкай вобласці і Бяльскага павету Люблінскага ваяводства. Агульная працягласць трас маршруту складае 600 км, з іх па беларускім баку – 211 км.

У аснову планавання маршруту пакладзены прынцып магчымасці скразнога веласіпеднага падарожжа па тэрыторыі трох адміністрацыйных адзінак прыгранічнага рэгіёну. Маршрут разбіты на чатыры трасы (чырвоная, сіняя, зялёная і жоўтая) і дае магчымасць пазнаёміцца з асноўнымі прыроднымі і культурнымі славутасцямі прыбужскага рэгіёну. Распрацаваны маршрут злучыў паміж сабой маркіраваныя на мясцовасці велатрасы Нацыянальнага парку “Белавежская пушча” і Біясфернага рэзервату “Заходняе Палессе”. Таксама праз памежныя пераходы

“Дамачава-Славытычы”, “Брэст-Тэрэспаль” і “Пясчатка-Половцы” веламаршрут дае магчымасць падарожжа па тэрыторыі двух краін. З польскага боку, дзе узровень веласіпеднай інфраструктуры значна вышэйшы, быў выкарыстаны прынцып трох кальцавых трас. Гэта дазволіла новыя маршруты і створаныя раней злучыць ў агульную сетку веласіпедных трас пад эгідай аднаго брэнду “Слядамі прыбужскіх таямніц”. Маршрут на польскай тэрыторыі аб’яднаў цікавыя турыстычныя цэнтры: Бяла Падляская, Менджыжэц Падляскі, Янаў Падляскі, Раманаў, Лесна, Тэрэспаль і інш.

Ідэя праекту была агучаная ў 2010 г. на канферэнцыі, прысвечанай перспектывам развіцця памежных тэрыторый Польшчы і Беларусі. Тады было выказана меркаванне аб неабходнасці ўмацавання інфраструктуры для веласіпеднага турызму ў Брэсцкай вобласці і стварэння умоў для з’яўлення трансгранічных беларуска-польскіх трас. Праектная група падрыхтавала сумесную заяўку на грант, якая была высока ацэненая і атрымала фінансаванне.

На першым этапе даследаванняў экспертамі праекта была сістэматызаваная інфармацыя аб прыродных, культурна-гістарычных рэсурсах тэрыторыі беларуска-польскага памежжа, аб’ектах турыстычнай і спадарожнай інфраструктуры і інш. Былі праведзены некалькі экспедыцый па праектнай тэрыторыі, у тым ліку сумесна з партнёрамі. Сабраная інфармацыя легла ў аснову выбару ключавых кропак маршруту, выкарыстаная пры падрыхтоўцы картасхем і даведніка. Па беларускім баку пры планаванні маршруту (жоўтая траса) ўпор быў зроблены на спалучэнні розных па тэхнічнай складанасці дзялянак (асфальтавыя, грунтавыя, лясныя дарогі), разнастайнасці ландшафтных комплексаў (лясы, азёрныя экасістэмы, выдмы, палі, лугі, селітэбныя тэрыторыі і інш.), магчымасці знаёмства з гістарычным мінулым краю і культурнымі традыцыямі насельніцтва.

Для інфармавання турыстаў былі распрацаваныя і ўсталяваныя на мясцовасці 78 інфармацыйных стэндаў. На вялікіх стэндах размешчаная картасхема рэгіёну, на ёй пазначаны чатыры трасы веламаршруту. Прыводзіцца агульная інфармацыя аб праекце і маршруце, зроблены тэматычны блок, прысвечаны мясцовасці, на якой усталяваны стэнд. Вялікія стэнды усталяваны на памежных пераходах, каля значных гістарычных ці прыродных аб’ектаў. Напрыклад, на Беларусі такі стэнд усталяваны побач з палацам Нямцэвічаў у в. Скокі ці каля Траецкага касцёлу, дзе быў ахрышчаны, а потым і пахаваны апошні кароль Рэчы

Паспалітай Станіслаў Панятоўскі. Стэнды аформлены ў аднолькавай каляровай гаме; выкарыстаны тры мовы: англійская, польская і руская.

Малыя інфармацыйныя стэнды таксама на трох мовах даюць інфармацыю пра ключавыя кропкі на маршруце: гістарычныя аб'екты і мясціны, прыродныя славутасці і інш.

Праектам таксама прадугледжаны выраб і мантаж на мясцовасці 14 стаяначных месцаў для веласіпедыстаў. Такі аб'ект ўяўляе сабой металічную паркоўку для ровараў, лавачку і смеццевы бак. На беларускай тэрыторыі стаяначныя месцы абсталяваны побач з палацам Нямцевічаў у в. Скокі, Траецкім касцёлам у в. Воўчын, царквой Святой Параскевы ў в. Мікалаева і на тэрыторыі экалагічнага цэнтра Біясфернага рэзервату «Заходняя Палессе» у в. Ляплеўка.

Другім элементам навігацыі для турыстаў з'яўляюцца адмысловыя картасхемы. Экспертамі праекта былі падрыхтаваныя тры тыпу картасхем. На агульнай для ўсяго праектнага рэгіёну (Брэсцкі, Камянецкі раёны, Бяльскі павет) картасхеме пазначаны чатыры трасы маршрута, метадам умоўных знакаў выдзелены аб'екты турыстычнай інфраструктуры, культурныя і прыродныя славутасці. На адваротным баку картасхемы прыведзена характарыстыка трас, апісанне асноўных славутасцяў, практычная інфармацыя. Усе тэксты на картасхеме падаюцца на трох мовах. Дзве іншыя картасхемы «Бяльскі павет» і «горад Бяла Падляская» датычацца польскага боку. На іх таксама прадстаўлена інфармацыя аб славутасцях і інфраструктуры краю. Агульны тыраж выдадзеных картасхем складае 10 000 асобнікаў.

Наступным крокам была праца над пуцэвадзіцелем па маршруце. Экспертамі напісаны тэкст, падабраныя фатаграфіі, распрацаваныя картасхемы. Пуцэвадзіцель мае фармат А-5, што дазваляе яго браць у падарожжа. Каляровая гама раздзелаў адпавядае колерам трас, тым самым палягчаецца навігацыя па тэксце. Паслядоўна на трох мовах складзена апісанне трас, славутасцяў на маршруце, дэталёвая інфармацыя аб інфраструктуры і аспектах, звязаных з перасячэннем мяжы. Важным элементам даведніка з'яўляюцца геаграфічныя каардынаты мясцовасцей, якія даюць магчымасць планаваць падарожжа па веласіпедным маршруце з GPS-навігатарам. Даведнік выдадзены накладам 5000 асобнікаў.

Для апрабацыі маршрута быў арганізаваны міжнародны трансгранічны веласіпедны рэйд. Яго ўдзельнікамі сталі студэнты і выкладчыкі геаграфічнага факультэта БрДУ імя А. С. Пушкіна і Вышэйшай дзяржаўнай школы ім. Яна Паўла II у Бялай Падляскай. У

наступныя сезоны па маршруце былі арганізаваны некалькі супольных беларуска-польскіх падарожжаў.

Такім чынам, распрацаваны і пазначаны на мясцовасці і на картасхемах веласіпедны маршрут з'яўляецца трансгранічным турыстычным прадуктам, які дае магчымасць знаёмства з атракцыямі прыбужскага рэгіёна. Перспектывы развіцця дадзенага маршруту наўпрост звязаны з ростам папулярнасці актыўнага правядзення часу сярод мясцовага насельніцтва.

Праект «Веласіпедны маршрут – слядамі прыбужскіх таямніц» паклаў пачатак для плённага супрацоўніцтва паміж вышэйшымі навучальнымі ўстановамі Брэста і Бялай Падляскай. У 2014-2016 гг. праводзіліся сумесныя фізіка-геаграфічныя даследаванні, арганізаваны дзве навуковыя канферэнцыі, сумесныя стажыроўкі. Плануецца падрыхтоўка новага сумеснага гранту.

Выкарыстаныя крыніцы:

1. News from the Projects [Электронны рэсурс]. – Рэжым доступу: http://www.pl-by-ua.eu/news.php?cat_id=2. Дата доступу: 10.09.2016.

ІНДУСТРІАЛЬНИЙ ТУРИЗМ ЯК ЗАСІБ ФОРМУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО ОБРАЗУ ПРОМИСЛОВИХ ЦЕНТРІВ

Вікторія Пацюк, Володимир Казаков

*Криворізький державний педагогічний університет,
Кривий Ріг, Україна*

У розвитку світової туристичної діяльності виділяється декілька тенденцій, однією з яких є тотальна туристифікація простору, що виявляється у залученні до туристичної сфери все нових територій та об'єктів. Саме тому території, які раніше взагалі не виділялися на туристичній мапі, нині починають формувати свій туристичний образ. Туристичною «terra incognita» традиційно вважаються промислові території, однак, як свідчить досвід багатьох зарубіжних локацій, і ці території можуть залучати значні туристичні потоки.

Туристичний образ регіону або центру відображає його основний туристичний потенціал та акцентує увагу на найбільш брендових об'єктах, виокремлюючи регіон або туристичний центр з-поміж інших

територіальних утворень. Формування туристичного образу певних регіонів та центрів розпочинається з аналізу та оцінки їх туристичного потенціалу. Однак образ промислових регіонів формуються крізь призму виробничого процесу та популярності індустріальних підприємств. В той же час, промислові об'єкти можуть виступати і як туристичний ресурс, особливо якщо вони стають об'єктом доволі інноваційного туристичного виду – індустріального туризму.

Індустріальний (промисловий) туризм – це вид туризму, який розвивається в промислових регіонах, та має на меті ознайомлення з індустріальними об'єктами, пізнання витворів архітектури індустріальних споруд, відвідування як функціонуючих, так і непрацюючих промислових підприємств з метою задоволення пізнавальних, професійних, ділових та інших інтересів [1].

Виробничі екскурсії мали місце ще в 30-х рр. ХХ ст., але всі вони носили епізодичний характер. Відомо, що першим підприємством, що допустило до себе перших туристів в 1930 р. була компанія «Пежо» в м. Сошо (Франція). Перші організовані тури на промислові об'єкти в західноєвропейському туроперейтингу з'являються тільки на початку 80-х рр. ХХ ст. [6].

Нині промисловий туризм в європейських країнах знаходиться майже на піку свого розвитку, створено організацію «Європейський маршрут індустріальної спадщини», що поєднує найпрезентабельніші промислові об'єкти в тематичні та регіональні маршрути. Понад сто індустріальних об'єктів у світі мають статус Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО.

У нашій країні присутня ціла низка об'єктів, які сприяють формуванню позитивного туристичного образу промислових центрів. Серед промислових об'єктів нашої країни підвищеним інтересом у туристів користуються:

Чорнобильська атомна електростанція, яку вважають одним з «найекзотичнішим» місць для туризму на Землі. Національним провайдером екскурсій в Чорнобильську зону є підприємство «Чорнобиль Тур», яке розробило програми відвідування об'єкту різної тематичної спрямованості та тривалості (від 1 до 4 днів). Футуристичним завданням даної організації є створення Чорнобильського національного парку для збереження культурних, історичних та природних багатств Зони, їх повернення в розумне користування людиною, і надання цій території статусу об'єкта Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО [5].

Піонером розвитку індустріального туризму в Україні є *Соляна шахта у м. Соледар*. Для туристичного обслуговування було виділено 1,5-

кілометрову ділянку відпрацьованих виробок ГП «Артемсіль», на глибині 287 м. Під час екскурсії туристи відвідують соляне футбольне поле, підземні лабіринти, концертну залу, підземну галерею, оглядають оригінальні фігури, виконані із солі. В одній із відпрацьованих соляних галерей міста сьогодні існує церква [4].

Електросталеплавильний завод Інтерпайп Сталь у Дніпрі, що є першим потужним металургійним підприємством, побудованим в Україні за роки незалежності. Цей знаковий для українського суспільства проект об'єднує в собі новітні технології та п'ять масштабних арт-інсталяцій Олафура Еліассона. На підприємстві створено безпечні умови для перебування туристів та регулярно проводяться безкоштовні екскурсії для організованих груп туристів.

Полтавський гірничозбагачувальний комбінат – єдине гірничодобувне підприємство в Україні, що регулярно проводить екскурсії як для вітчизняних, так і закордонних туристів. На комбінаті розроблено 7 екскурсійних маршрутів, відвідувачі можуть ознайомитись з будь-яким виробничим процесом, починаючи від видобутку залізної руди та завершуючи її збагаченням і випуском обкотишів. Упродовж місяця на підприємстві відбуваються 25–30 екскурсій. До того ж, будь-хто має змогу на власні очі побачити всю техніку, що працює на підприємстві – від дрібних автомобілів до потужних великовантажних Hitachi.

Однак найбільший потенціал щодо розвитку індустріального туризму і в промисловому Придніпров'ї, і в Україні в цілому має місто Кривий Ріг, що володіє унікальною ресурсною та геопросторовою базою задля становлення даного туристичного напрямку. У Кривому Розі індустріальний туризм є одним із десяти стратегічних напрямів розвитку міста, що в майбутньому може приносити значні фінансові дивіденди до бюджету міста.

Розвиток індустріального туризму в місті був ініційований владними структурами. Обговорення перспектив розвитку даного туристичного виду в місті розпочалося восени 2012 року, після чого при плідній взаємодії Управління економіки Криворізької міської ради, фахівців КП «Інститут розвитку міста Кривого Рогу» та експертів ДВНЗ «Криворізький національний університет», а саме авторів даної статті, було розроблено «Програму розвитку промислового туризму в місті Кривому Розі на 2013-2015 роки». Після її реалізації Програму було пролонговано на 2016-2020 роки [2, 3].

Основною метою Програми є здійснення заходів, спрямованих на розвиток туристичної галузі, забезпечення умов для повноцінного

розвитку індустріального туризму, створення якісного туристичного продукту, здатного відобразити все різноманіття індустріальної спадщини та максимально задовольнити потреби внутрішнього й міжнародного туризму [2].

За час реалізації Програми було досягнуто наступних результатів:

- створено сайт «Індустріальний туризм у Криворізькому регіоні» (www.krt.dp.ua), де розкрито інформацію про об'єкти промислового туризму міста, його інфраструктуру, представлено провідний світовий та вітчизняний досвід становлення промислового туризму, систематизовано наукову базу дослідження промислового туризму;
- проведено інвентаризацію та створено міський реєстр індустріально-туристичних об'єктів;
- здійснено соціологічні дослідження туристичних вподобань населення;
- туристичні можливості міста презентовано на V Міжнародній туристичній виставці в м. Забже (Польща), II-му Київському міжнародному туристичному форумі, V Європейській конференції з індустріального туризму в м. Феррол (Іспанія), XVI Міжнародному конгресі ТІССІН в м. Лілль (Франція);
- розроблено та видано низку буклетів та створено відеоролики, де репрезентовано туристичний потенціал міста;
- активізовано процес підписання договорів про співпрацю з провідними промисловими підприємствами, туристичними фірмами та закладами туристичної індустрії;
- створено туристичний бренд промислового туризму міста;
- організовано I Міжнародного науково-практичного форуму «Індустріальний туризм: реалії та перспективи» та всеукраїнський форум «Індустріальний туризм: кращі практики для ефективного розвитку території»;
- розроблено понад 50 екскурсійних маршрутів індустріальної тематики, серед яких найбільшою популярністю користуються маршрути природно-техногенними ландшафтами «Гаємниці Кочубеївських штолень», «Криворізький Гранд-каньйон», «Нічний Кривий ріг з висоти Бурщицького відвалу», відвідування промислових об'єктів, де безумовним лідером є кар'єр Південного ГЗК, відвідування об'єктів індустріальної спадщини різних старих рудників, а також впроваджуються екстремальні маршрути (спуски в закинуті шахти), велоекскурсії антропогенними ландшафтами міста та регіону, дайвінг до затоплених кар'єрів, сплави на байдарках по річці Інгулець крізь велетенські техногенні ландшафти.

Однак промисловий туризм як у місті Кривий Ріг, так і в інших промислових центрах країни не використовує увесь свій наявний потенціал з огляду на цілу низку чинників:

1. Відсутність на законодавчому рівні визначення поняття «індустріальний туризм», та відповідно, відсутність нормативно обумовленої процедури відвідування промислових об'єктів екскурсантами.

2. Негативний туристичний імідж промислових регіонів та заангажованість мислення населення щодо можливості розвитку туризму на цих територіях.

3. Відсутність концепції розвитку внутрішнього туризму в Україні. Основна діяльність державних установ туристичного профілю спрямована на залучення іноземних туристів, тоді як найбільші туристичні підприємства країни, навпроти займаються туристичним імпортом (вивозом туристів за кордон). Якщо у світі на внутрішній туризм припадає 80-90% усіх туристичних поїздок, то в Україні згідно з даними Державного комітету статистики, цей показник у 2014 році становив лише 13,3% [3].

4. Складності в отриманні допуску на цікаві для туристів промислові об'єкти. Не всі керівники промислових підприємств бажають відкривати доступ до своїх об'єктів, зсилаючись на техніку безпеки та відсутність економічного зиску.

5. Відносно висока вартість відвідування окремих промислових об'єктів, цікавих як українському, так і закордонному туристу (за спуск до однієї зі своїх найглибших у Європі шахт підприємство «Криворіжзалізрудком» в 2015 році ставило 450 грн. з однієї особи, а в 2016 вдвічі збільшило тарифи. Мінімальна ж вартість туру до ЧАЕС стартує з 34 \$.

6. Недостатність джерел фінансування на проведення промоції промислового туризму. Промисловий туризм є специфічним видом туризму для України, тому для його популяризації необхідні значні фінансові ресурси. У той же час, суб'єкти господарювання, що здійснюють діяльність у цій сфері, мають незначний рівень прибутків, пов'язаних з цим напрямом діяльності, через відносно невеликий туристичний потік та неможливість надання комплексних туристичних послуг, отже не можуть інвестувати в просування промислового туризму.

7. Труднощі (як технічні, так і адміністративні) у створенні оглядових майданчиків на відвалах, копрах шахт та інших промислових об'єктах.

8. Відсутність розвиненої туристичної інфраструктури в промислових центрах.

Таким чином, туристичний образ промислових центрів цілком доцільно формувати крізь призму промислових потужностей даних територій. Консолідована діяльність керівників промислових підприємств, туристичних фірм, представників державних органів управління та науковців сприятиме формуванню інноваційного туристичного продукту та висвітленню нових граней в туристичному образі нашої країни.

Список використаних джерел:

1. Пацюк В.С. Індустріальний туризм та його особливості / В.С. Пацюк // Географія та туризм: Наук. зб. / Ред. кол.: Я.Б. Олійник (відп. ред.) та ін. – К.: ЛГТ, 2009. – Вип. 2. – С. 104–109.
2. Програма розвитку промислового туризму в місті Кривий Ріг на 2013-2015 роки [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://so.kryvyirih.dp.ua/ua/treezas_so.
3. Програма розвитку промислового туризму в місті Кривий Ріг на 2016-2020 роки [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://krt.dp.ua/files/pdf/The_program_of_development_of_industrial_tourism_2016-2020.pdf.
4. Экскурсии в соляные шахты [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://artyomsalt.dn.ua/>
5. Чернобыль Тур [Електронний ресурс]. – Режим доступу: https://chernobyl-tour.com/ukraine/?action_skin_change=yes&skin_name=ua
6. Чумаков В. Сборочный цех впечатлений // Вокруг света. – 2007. - №11. – С. 116 – 126.

ІСТОРИЧНІ РЕКОНСТРУКЦІЇ ЯК ПЕРСПЕКТИВНИЙ НАПРЯМОК ПОДІЄВОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Іван Посохов

*Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна,
Харків, Україна*

Туристично-рекреаційна галузь – сфера економічної діяльності, яка є однією з найбільш динамічних та розвинутих у світі. Сьогодні, в межах існуючого туристичного простору, формується його особливий сегмент – подієвий простір, частка якого в секторі туристичних послуг щорічно збільшується.

«Історичні реконструкції» як сегмент подієвого туризму набувають популярності серед туристів, в тому числі й в Україні, оскільки мають форму фестивалю або шоу, що, безумовно, сприяє інтересу до них широких верств населення, а, як наслідок, і підвищенню популярності місць їх проведення. Останні два десятиліття більшість країн охопив рух історичної реконструкції. Наразі, в світі існує більш ніж 250 клубів історичної реконструкції [8]. Часто саме вони сприяють проведенню зазначених вище заходів, які стають основою для розвитку подієвого туризму в тому чи іншому регіоні, привертаючи до себе увагу тисяч людей з усього світу, і в свою чергу, сприяючи економічному розвитку відповідних регіонів.

Істотний внесок у розробку проблем організації та оцінки ефективності історичних реконструкцій у туризмі зробили закордонні дослідники Д. Болдуїн, Е. Брунер та ін. [5;6]. Вивченням особливостей організації та проведення заходів із використанням історичних реконструкцій на пострадянському просторі займаються такі науковці як А. Нікольський, В. Хабаров [1]. У працях українських вчених, на жаль, на даний час майже відсутній категоріальний апарат, який би надав змогу адекватно характеризувати «історичні реконструкції», немає чітких визначень, які б дозволили розкрити сутність івент-туризму, його відмінні ознаки тощо. Недостатня вивченість цього сегменту ринку туризму як одного із спеціалізованих туристичних ринків, зростаючий інтерес до нього у світі і в Україні, обумовлюють актуальність теми представленого дослідження.

Слід зазначити, що під час роботи над статтею виникла низка проблем, пов'язаних з недостатньою кількістю відповідних статистичних даних. В Україні щорічно проводиться декілька десятків такого роду

заходів, які можна віднести до «історичних реконструкцій» (фестивалів або шоу) [2], хоча й досить різних за масштабами та спрямованістю. Для дослідження розвитку «історичних реконструкцій» в Україні автор виявив у відкритих джерелах 27 подієвих заходів, що були згруповані у базі даних. Існують також десятки інших «реконструкцій», але рівень їх організації, відсутність достовірної інформації щодо чисельності залучених учасників та глядачів (очевидно, показники є дуже низькими) не дають нам змоги залучити їх до цього аналізу.

З 27 досліджуваних історичних реконструкцій на території України навесні проводиться 11 (41%), влітку – 10 (37%), восени – 4 (15%) та взимку – 2 (7%). Така тенденція спостерігається в більшості країн, адже вона зумовлена погодними умовами, які сприяють або заважають проведенню цих заходів. В Україні активна фаза припадає на початок травня – кінець вересня. Що стосується проведення «історичної реконструкції» взимку, то такі заходи не привертають увагу великої кількості туристів і організуються, здебільшого, для самих учасників. Слід зазначити, що навіть ці прості підрахунки свідчать, що для вибору часу проведення «історичних реконструкцій» основне значення має пора року, ніж, наприклад, державні або релігійні свята, які істотно впливають на час проведення інших видів подієвого туризму (значна кількість з яких відбувається у грудні та січні).

Нами було підраховано, що «історичні реконструкції» проводяться у менше ніж половині областей України. Так, з 25 областей України (враховуючи АР Крим), на території лише 11 з них проводяться такого роду подієві заходи. Це є дуже низьким показником для цього напрямку подієвого туризму, адже Україна має передумови для його розвитку у багатьох регіонах.

Обрані фестивалі історичної реконструкції проводяться в таких областях України: Київська, Львівська, Одеська, Сумська, Тернопільська, Хмельницька, Закарпатська, Чернівецька та Чернігівська, а також АР Крим. Найбільша частка припадає на Чернігівську область (22%), де проводиться 6 реконструкцій, та Київську область (19%) з 5 реконструкціями. Дещо менші частки припадають на Хмельницьку (15%) та Чернівецьку (11%) області. Найменші частки належать АР Крим, Закарпатській, Львівській, Одеській, Сумській, Тернопільській областям. Таким чином, ми бачимо, що провідні позиції займають області, що розташовані в Північній, Західній та Південній Україні. Східна Україна в цьому плані фактично не представлена. Можна припустити, що це пов'язано з певною специфікою цієї частини України (туризм не

відноситься тут до першочергових напрямків розвитку культури), а також нестабільною політичною ситуацією на цій території (зона проведення АТО), але, вважаємо, що ці фактори не вичерпують усього спектру причин.

Загалом, фестивалі історичних реконструкцій в Україні проводяться: на місцях визначних подій, на території з визначними пам'ятками (Хотинська фортеця, Меджибізька фортеця), на території культурно-історичних комплексів (Центр культури та історії «Парк Київська Русь», Національний історико-культурний заповідник «Гетьманська столиця»).

Сталий розвиток фестивалів історичних реконструкцій в Україні бере початок тільки з 2001 р. Їх кількість з кожним роком, в цілому, зростає, хоча у 2012-2014 рр. відбувся незначний спад. Втім, примітно, що з 2014 року їх кількість знову почала зростати. Тож, на 2016 р. в Україні заплановано провести 19 фестивалів історичної реконструкції. Аналіз динаміки проведення таких заходів в Україні з 2001 по 2015 рр. виявив, що вони постійно розвиваються та привертають все більше туристів (навіть у тяжкі кризові часи, чого не можна сказати про більшість інших видів туризму). Також можна припустити, що частково збільшення популярності «історичних реконструкцій» пов'язано з досить низькою вхідною платою за відвідування видовищних «історичних реконструкцій» (що знаходиться в діапазоні 30-200 грн за день перебування), що має суттєве значення при низькій купівельній спроможності населення. Все це означає, що саме такі, навіть одноразові заходи, є конкурентноспроможними у туристичному спектрі України, а перехід від одноразових до регулярних заходів сприятиме подальшому розвитку туризму в регіонах.

Аналіз розподілу «історичних реконструкцій» за періодичністю є також важливою частиною нашого дослідження. Більшість з них проводяться в Україні щорічно, і лише декілька було скасовано в останні роки через нестабільну політичну ситуацію або з інших причин, часто не озвучених офіційно. Так, виявилось, що з врахованих 27 «історичних реконструкцій», 15 проводяться щорічно і 2 відбулися у 2016 р. вперше. У відсотковому значенні періодичні фестивалі займають 63% даного сегменту, неперіодичні – 30%, нові – 7%. Такі показники свідчать про те, що в Україні є високий відсоток «історичних реконструкцій», які проводяться регулярно; вочевидь, регулярність сприяє збільшенню кількості учасників та відвідувачів.

Важливою складовою аналізу заходів історичної реконструкції є підрахунки кількості туристів, які їх відвідали. Звичайно, це багато в чому

залежить від складу і кількості учасників, що, в свою чергу, залежить від формату заходу і, особливо, від турнірної програми і призового фонду. У силу високої згуртованості і нечисельності «реконструкторів», поширення інформації про той чи інший фестиваль, як правило, здійснюється через соціальні мережі, інші засоби комунікації подібного формату.

Аналіз виявив, що з 27 заходів історичної реконструкції лише 8 (30%) зібрали 20 та більше тисяч глядачів, що одразу висуває їх фактично у розряд мега-подій в Україні, що можуть бути знаковими для регіонів, у яких вони проводяться, і для країни в цілому. Ще 3 заходи (11%) в останній рік свого проведення зібрали від 5 до 20 тисяч глядачів. Ще 6 заходів (22%) відвідали менше ніж 5 тис. туристів. І, на жаль, найчисленніша категорія – 10 заходів (37%), – організатори яких не надали будь-якої інформації щодо кількості відвідувачів. Що стосується методики підрахунку відвідувачів, то жоден з організаторів «історичних реконструкцій» її не розкриває, але можна припустити, що за кількість відвідувачів заходу приймається кількість проданих на нього квитків. Таким чином, відсутність даних щодо кількості відвідувачів швидше за все означає, що вхід на захід був вільним, чисельність глядачів – порівняно незначною (менше 5 тис. осіб), а організатори заходу не висували на перше місце серед своїх цілей отримання прибутку за рахунок відвідувачів. Можна зробити й висновок, що всі «історичні реконструкції» в Україні за кількістю відвідувачів розподіляються на дві великі групи – заходи, які збирають велику кількість відвідувачів (25-35 тис. чол.), та заході з невеликою кількістю відвідувачів (менше 5 тис. чол.).

Організатори більшості заходів історичних реконструкцій створили власні веб-сайти, а саме – 17 з 27, тобто майже 2/3. Зазвичай, це стосується більш-менш масштабних із них. Це свідчить про те, що на сьогодні для все більшої кількості туристів, якщо захід або об'єкт не має власного сайту, то для них він просто не існує. Якщо ж звернути увагу на ті заходи, які не відображені на спеціальному сайті, то більшість із них проводилися одноразово, кількість їх учасників та глядачів або невідома, або є дуже незначною.

На нашу думку, деякі з загальних проблем розвитку туристичної сфери України є не такими суттєвими для подієвого туризму, адже учасниками та глядачами здебільшого стають молоді люди, які приділяють менше уваги комфорту, а значну роль в організації заходів відіграють громадські організації та клуби, які не потребують державного фінансування. Втім, останнє не означає, що держава має самоусунутися

від таких заходів, вже хоча б тому, що «історичні реконструкції» є формою здійснення певної політики пам'яті [2].

Втім, на сьогодні в Україні немає налагодженої системи планування, організації та координації подієвого туризму. Наразі, в Україні така сфера як івент-менеджмент знаходиться тільки на початковому етапі розвитку. Можна зробити узагальнюючий висновок, що при цілеспрямованій політиці держави в цьому плані з часом можна нейтралізувати більшість слабких сторін туристичного потенціалу тієї чи іншої території.

Саме тому, на нашу думку, для розвитку «історичних реконструкцій» як перспективного напрямку подієвого туризму на території України необхідно: удосконалювати законодавчу і нормативно-правову базу розвитку подієвого туризму; запровадити систему добровільної сертифікації якості такого роду туристичних послуг; сформувати сучасну систему підготовки та перепідготовки туристичних кадрів з урахуванням вимог подієвого туризму, надавати туристичним фірмам інформаційну підтримку з просування заходів, присвячених «історичним реконструкціям», випуску інформаційних матеріалів (каталоги, буклети), розробці всеукраїнського туристичного веб-сайту з календарем подій тощо. Запропоновані заходи сприятимуть формуванню зацікавленості та стабільного попиту з боку туристів до таких заходів, що, в свою чергу, стимулюватиме розвиток туризму в цілому.

Список використаних джерел:

1. Никольский А. Б. Методологические проблемы исторической реконструкции / А. Б. Никольский. – Режим доступа: <http://www.newchrono.ru/prcv/doklad/methodology.htm>
2. Посохов І.С. Історичні реконструкції в туристичній практиці та політиці пам'яті / І.С. Посохов // Гілея: науковий вісник: Збірник наукових праць. – К., 2015. Вип. 100. – С. 87-92.
3. Посохов І.С. «Історичні реконструкції» як форма культурно-пізнавального туризму: теоретичні аспекти / І.С. Посохов // Географія та туризм: Наук. зб. – К.: Альфа-ППК, 2014. – Вип. 28. – С. 103-111.
4. Хабаров В.В. Реконструкторам о реконструкции / В.В. Хабаров // Реконструкция исторического костюма: Сб. м-лов Fashion-блока XV Международного фестиваля 'Зиланткон'. – Казань, 2006. – С. 8–16.
5. Bowdin G. Events Management / Edited by: Bowdin, G., McDonnell, I., Allen, J. O'Toole, W. Oxford, 2001: Butterworth-Heinemann. – 536 p.

КРАЄЗНАВЧИЙ ПОГЛЯД НА ТУРИСТИЧНІ МОЖЛИВОСТІ ІЗЮМЩИНИ

Юлія Прасул, Наталя Бубир, Віліна Пересадько

*Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна,
Харків, Україна*

Туризм все більше набуває ознак краєзнавства, туристи обирають активний відпочинок у рідній місцевості. Крім того, особливого значення набуває вивчення стану освоєння та шляхів оптимального залучення ресурсів на територіях з реструктуризованою економікою, до яких відносимо Ізюмський район Харківської області – колись потужний і відомий центр приладобудування, а зараз занепалий район на околицях області з доброю екологічною ситуацією та багатими природними ресурсами. Особливого значення в цьому районі можуть набути квартальний та річний цикл туристичної діяльності, розвитку добового та тижневого циклу туристичної діяльності перешкоджає в першу чергу географічне положення району, яке ще погіршилося в останні роки.

Метою роботи є аналіз та оцінка краєзнавчо-туристичних ресурсів окремих локальних територій Ізюмського району через поглиблене вивчення окремих характеристик з подальшим виявленням проблем та перспектив розвитку туризму в районі. Теоретичною основою дослідження виступають наукові праці О. О. Бейдика, Я. І. Жупанського, М. П. Крачила, О. О. Любіцевої, В. І. Мацоли, В. П. Руденка, В. І. Стафійчука, Н. В. Фоменка та інших дослідників. Методичні основи викладені в працях О. О. Бейдика, Ю. І. Прасул, В. І. Стафійчука.

Необхідною умовою розвитку туристичної діяльності є наявність туристичного потенціалу, який може оцінюватися в різних масштабах: на рівні світу, країни, району і т. д. На краєзнавчому рівні потенціал будемо розглядати та оцінювати для адміністративного району області, точніше території сільрад і розуміти під ним сукупність природних (у тому числі природно-антропогенних), культурно-історичних і соціально-економічних умов та ресурсів для організації туристичної діяльності на певній локальній території, генерування та розподілу на ній туристичних потоків, формування регіональних туристичних кластерів, творення її самобутнього туристичного іміджу та туристичного бренду.

Ресурсам, факторам, властивостям, економічний ефект використання яких важко оцінити кількісно дається бальна оцінка, яка знаходить все більш широке застосування в краєзнавчо-туристичних дослідженнях,

вдосконалюється її методика. Однак і способи їх використання, і навіть сама можливість їх використання є дискусійними. У своєму дослідженні ми вважаємо за доцільне використовувати для визначення ступеня придатності певного об'єкту, ресурсу з точки зору окремого суб'єкта оцінювальні бали, бо використання декількох ознак з наступним виведенням загального балу або середнього арифметичного надає широкі можливості для детального вивчення території і визначення проблем та перспектив розвитку краєзнавчо-туристичної діяльності на ній, запропонувати шляхи подолання цих проблем. Сприймаючи туристичний потенціал Ізюмського району та м. Ізюм як одне ціле, можна стверджувати, що значення кожної зі складових частин цього цілого можна зрозуміти і оцінити лише після ретельного аналізу й оцінки складових частин.

Ізюмський район розташований на південному сході Харківської області. Фізико-географічне положення району для розвитку туризму є відносно сприятливим. Економіко-географічне положення відносно інших територій і об'єктів, що мають економічне значення і впливають на розвиток туристичної галузі даної території, положення щодо центрів формування туристичних потоків, політико-географічне положення за останні два роки значно погіршилося і оцінюється як незадовільне. У цілому, положення Ізюмського району можна оцінити як нижче середнього.

Природні ресурси Ізюмського району є сприятливими для розвитку краєзнавчого туризму. Щодо популярності природних об'єктів з метою залучення у туристичну галузь, то можна виділити тільки гору Кременець та криницю цілющої води в районі Піски м Ізюм. Зовсім не охоплені краєзнавчо-туристичною діяльністю, екологічними стежками регіональний ландшафтний парк, рідко запрошують на екскурсії до дендропарку, не пов'язують, на жаль, особливості природних об'єктів з історією краю, що б було цілком логічним для території Ізюмського району. Високо оцінена для організації природоорієнтованих видів туризму територія Заводської сільради, вище середнього – території Комарівської, Червонооскільської, Капитолівської, Студенокської, Малокомишуваської сільських рад та м. Ізюм. Вкрай несприятливі умови для організації відпочинку на воді, спортивних краєзнавчо-туристичних подорожей, сільського, екологічного туризму, мисливства та рибальства мають Куньєвська, Бражківська, Бригалдирівська, Олександрівська сільради через слабку атрактивність та одноманітність території.

Ізюмський район Харківської області має досить багату історико-культурну спадщину, враховуючи різностильність та часові рамки пам'яток історії та культури. Їх цінність невелика для розвитку міжнародного туризму, але надзвичайно висока для розвитку краєзнавчого екскурсійного та експедиційного туризму різної тематики, особливо археологічної та військово-патріотичної. Достатньою різноманітністю виділяються тільки Бугаївська, Капитолівська, Левківська, Малокомишуваська, Студенокська, Червонооскільська сільради та м. Ізюм, а за значенням – тільки м. Ізюм. Але жодна з них не увійшла до категорії найбільш забезпеченої історико-культурними ресурсами. З метою розвитку експедиційних напрямків археологічних досліджень доцільно використовувати території Кам'янської, Іванчуківської, Малокомишуваської сільрад та м. Ізюм. Для розвитку військово-патріотичного експедиційного напрямку найбільш придатні території Малокомишуваської, Бригадирівської, Студенокської та Червонооскільської сільських рад. Найменш придатні для розвитку краєзнавчого туризму території Довгеньківської, Олександрівської та Чистоводівської сільрад.

Історія Ізюмського району зобов'язана особливостям свого історико-географічного положення. Якщо розглядати минулі події в історичному розвитку, то слід зазначити їх численність та вагомість. Так, починаючи з Х століття, територія Ізюмщини фігурувала у тих чи інших подіях, в основному пов'язаних з оборонно-військовими діями. Зроблений аналіз культурно-історичних ресурсів та порівняння його з діючими екскурсійними маршрутами дозволяють зробити висновки, що при незмінному консерватизмі туристичних організацій, відсутності історико-краєзнавчих досліджень, незацікавленості у відтворенні подій далеко минулих днів, дані ресурси, виступаючи потужним елементом краєзнавчо-туристичної діяльності, не можуть поповнити туристичний потенціал. Доцільно на даній території розвивати пізнавальний, науковий, релігійний та паломницький види туризму.

Особливо велика територіальна диспропорція в Ізюмському районі спостерігається в інфраструктурних ресурсах, які в цілому виявилися на несподівано високому рівні за рахунок комфортних готелів та розгалуженої системи торгівлі. Так, заклади розміщення знаходяться тільки на територіях Червонооскільської (найбільше закладів), Заводської, Кам'янської сільрад та м. Ізюм. Привертає увагу розвиток відпочинкового та сільського зеленого туризму, для яких існують усі умови. На

незадовільному рівні є загальне інформаційне забезпечення, стан транспортної системи.

Якщо розглядати всі складові краєзнавчо-туристичного потенціалу, то слід зазначити про відносно слабку базу для розвитку краєзнавчого туризму. За загальною сприятливістю можна позитивно виділити тільки території Студенокської, Червонооскільської сільрад та м. Ізюм. Вкрай негативно виділяється майже половина сільрад Ізюмського району: Бугаївська, Олександрівська, Чистоводівська, Іванчуківська, Бригадирівська, Вірнопільська, Бражківська, Довгеньківська. З названих територій п'ять сільрад (Олександрівська, Чистоводівська, Бригадирівська, Вірнопільська, Бражківська) мають незадовільний бал за двома чи навіть трьома блоками, при цьому за жодним блоком ніяка з цих сільрад не отримала добру чи відмінну оцінку. Це означає, що фактично 25 % території є мало придатною для розвитку не те, щоб міжнародного чи національного туризму, а навіть і краєзнавчої туристичної діяльності, яка не висуває високих вимог до якості та кількості ресурсів. Майже половина території Ізюмського району є придатною для розвитку одного чи, як правило, декількох видів краєзнавчо-туристичної діяльності (рис. 1).

Причинами такого занепаду можуть бути такі: незацікавленість районної адміністрації і пасивність підприємницького сектору, віддаленість від центру формування туристичних потоків, незадовільна інформаційна підтримка, слабка культурно-історична база, невідповідність працівників галузі туризму до брендування території. Особливо яскраво проявляється остання проблема. Доцільно розширити мережу місцевих маршрутів, дати їм звучні назви «Сторінками історії», «Таємниці історії», «Чи Тмутараканські це балбали?», «Таємниці Дінця», «Дива ізюмської природи», «На межі двох світів», «Царські подарунки природи». Особливо при розробці маршрутів слід приділити увагу літературному надбанню, а саме героїчній поемі «Слово про похід Ігорів». Взагалі, ця територія є дуже цікавою для краєзнавчих туристичних маршрутів, бо межа лісостепової та степової зони, межа між кочівниками та осілими народами, не може розкрити всі таємниці одразу.

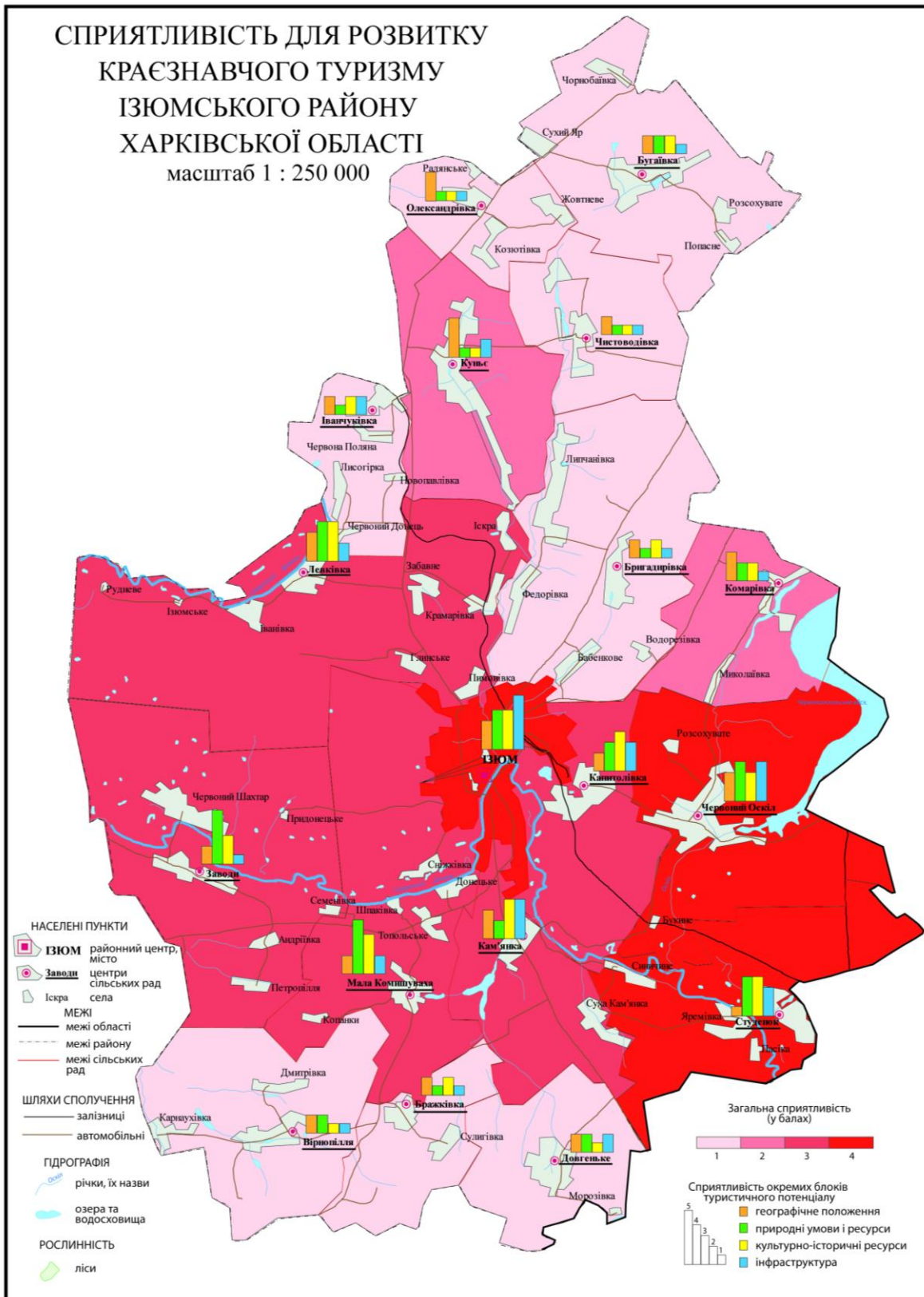


Рис. 1. Сприйнятливість окремих територіальних одиниць Ізюмського району з точки зору краєзнавчого туризму

КЛАСИФІКАЦІЙНІ ОЗНАКИ ТУРИСТИЧНИХ ПРОЕКТІВ

Ірина Пурська

Львівський національний університет імені Івана Франка,

Львів, Україна

Як засвідчує практика діяльності зарубіжних підприємств різноманіття застосування проектного управління надзвичайно велика. Його доцільно використовувати при розширенні економічної діяльності організації, виведенні на ринок нових туристичних продуктів, відкритті зарубіжного представництва, розбудові готельного комплексу, розробленні маркетингової стратегії, здійсненні маркетингових досліджень чи проведенні рекламної кампанії, організації виходу фірми на нові ринкові сегменти тощо.

Необхідність використання проектного менеджменту в управлінні організацією підтверджується також й тим, що ризик банкрутства для новостворених підприємств, особливо в перші 3-5 років, значний. Вітчизняна практика засвідчила, що засновники багатьох підприємств підходять до організації процесу управління достатньо легковажно. Як результат в середньому 10–15% від загальної кількості зареєстрованих підприємств оголошують про свою самоліквідацію. Крім цього, в останні роки кількість суб'єктів туристичного підприємництва в Україні починає суттєво зменшуватись: у 2014 р було зареєстровано 3885 суб'єктів туристичної діяльності, а у 2015 р. їх кількість зменшилась на 18% і становила 3182 суб'єкти. Очевидно, однією із причин такої ситуації є невміння туристичних підприємств ефективно використовувати сучасні технології управління загалом та управління проектами зокрема [6].

Найчастіше класифікаційними ознаками проектів виступає сфера діяльності, в якій він здійснюється; складність програми та її інноваційність; розміри проектного задуму та кількість учасників, які задіяні до його виконання; ступінь впливу на навколишній світ, що визначає масштаб проектних дій; тривалість реалізації проекту; рівень фінансової, технологічної, технічної, організаційної та іншої складності проекту (табл.1.1).

Варто звернути увагу, що такі класифікаційні ознаки як «масштаб та розмір проекту», «галузева приналежність проектів» характеризують проекти, які реалізуються на державному рівні, а саме органами місцевого, регіонального та національного управління. Натомість всі інші

класифікаційні ознаки можуть відноситись і до проектів мікро-, мезо та макрорівня.

Нині проекти достатньо успішно реалізуються органами місцевого самоврядування. Здебільшого такі проекти можна поділити на малі, середні та великі [1,2,5].

Найпростішими в реалізації є малі проекти. Вони не потребують значного фінансування, мають низький рівень технічної, технологічної та організаційної складності, передбачають виконання незначного обсягу робіт у фізичному та вартісному вимірі. Здебільшого малі проекти виконуються під керівництвом одного керівника, який координує виконання всіх проектних функцій. За різними підрахунками до малих проектів відносять проекти вартістю до 10 млн. дол..

Таблиця 1.1.

Класифікаційні ознаки туристичних проектів

Проекти, які реалізуються на макро- та мезорівнях		
Ознака класифікації	Види проектів	Характеристика
За галузевою приналежністю	<ul style="list-style-type: none"> – промислові; – транспортні; – освітні; – у сфері торгівлі; – туристичні; – комплексні, тощо 	Це проекти розвитку галузей та секторів економіки, їх реформування, створення промислових кластерів, індустріальних парків тощо.
За масштабом та розміром	<ul style="list-style-type: none"> – малі; – середні; – великі 	За основу поділу береться обсяг необхідних ресурсів, рівень інноваційності й складності реалізації інвестиційного проекту. Відповідно до виду проекту використовуються різні підходи до його планування, організації виконання та реалізації.
Проекти, які реалізуються на макро-, мезо- та мікрорівнях		
За метою та характером дії	<ul style="list-style-type: none"> – комерційні; – некомерційні 	Метою комерційних проектів є отримання прибутку, а некомерційних – вирішення нагальних соціальних проблем в суспільстві, або ж соціальні нововведення щодо створення,

		модернізації або підтримання матеріальних чи духовних цінностей громадян.
За ступенем складності	<ul style="list-style-type: none"> – монопроекти; – мультипроекти; – мегапроекти 	<p>Монопроекти – це короткострокові, прості в організації програми, що не потребують великої за обсягом документації та значних ресурсів.</p> <p>Мультипроекти включають декілька моно проектів, їх реалізація вимагає детального планування, використання великого обсягу ресурсів та тривалішого часу виконання з відповідною документацією.</p> <p>Мега проекти – це цільові програми розвитку регіонів, галузей, розбудови інфраструктури, створення вільних економічних зон тощо.</p>
За тривалість проекту	<ul style="list-style-type: none"> – короткострокові (до 1 року); – середньострокові (до 3 років); – довгострокові (більше 3 років) 	Точно встановлений період часу необхідний для розрахунку рівня прибутковості проекту, оскільки визначення співвідношення між вигодами та витратами потребує врахування фактора часу.
Щодо замовника та клієнта	<ul style="list-style-type: none"> – проекти всередині фірми; – проекти поза межами фірми 	Керівником внутрішніх проектів фірми є здебільшого її керівництво. Команда проекту формується з працівників організації. Виконання зовнішніх проектів делегується іншій організації, а фірма виступає змовником проектного задуму. Кожен вид проекту потребує застосування різних підходів до організації виконання та контролю.

Продовження Таблиці 1.

<p style="text-align: center;">За функціональним спрямуванням</p>	<ul style="list-style-type: none"> – виробничі; – технологічні; – фінансові; – дослідження і розвитку; – маркетингові; – з управління персоналом 	<p>Це проекти організуються в межах діяльності певних підрозділів фірми. Їх замовником є переважно керівництво фірми, а виконавцями її працівники, які залучаються до проектної команди. Наприклад проекти у сфері маркетингу - це проекти введення стандартів обслуговування, відкриття туристичного напрямку, проведення рекламної кампанії тощо.</p>
<p style="text-align: center;">За характером залучених сторін</p>	<ul style="list-style-type: none"> – міжнародні; – національні; – регіональних; – місцеві 	<p>Яскравими прикладами таких проектів є організація міжнародних/ національних / місцевих туристичних виставок, ярмарків, фестивалів. На рівні діяльності підприємств – це здебільшого комбіновані тури, які включають декілька регіонів чи країн.</p>

Яскравим взірцем малого проекту є проект «Створення міської туристичної-інформаційної інфраструктури у Львові». В результаті реалізації цього проекту встановлено 100 вказівників на основні об'єкти туристичного інтересу у Львові: пам'ятки архітектури, музеї, церкви та інші цікавинки міста. Загальна вартість проекту становила близько 1 мільйона доларів, 90% — це кошти Євросоюзу, 10% — фінансування Львівської міської ради [5].

Середні проекти відрізняються від малих за декількома ознаками, а саме збільшується обсяг запланованих робіт, зростає рівень витрат всіх видів ресурсів, підвищується ступінь складності окремих процесів проекту, а також збільшуються масштаби капіталовкладень. Як наслідок, реалізація проекту потребує багато проектного управління. За деякими даними, середні проекти можна характеризувати обсягами капітальних вкладень від кілька десятків до кілька сотень мільйонів доларів і термінами реалізації від двох до п'яти років.

Яскравими прикладами середніх за масштабом проектів є будівництво стадіонів для участі України у проведенні фінальної частини Євро-2012. Так, кошторис проекту будівництва донецького стадіону Донбас-Арена становив 400 млн. доларів. Проект був розроблений великобританською компанією «ArupSport», генеральним підрядником стала турецька фірма «Enka Construction», а інвестором — українська компанія System Capital

Management. Термін будівництва: квітень 2006 р. — серпень 2009 р. Загальна місткість стадіону складає 51 267 місць.

Найдешевшим проектом був проект будівництва харківського стадіону Металіст, оскільки він був розроблений українським Інститутом «Харківпроект», а генеральним підрядником стала вітчизняна компанія «Стальпроект». Загальна вартість проекту становила лише 57,1 млн євро. Проект повністю фінансувався коштами з міської та обласної ради. Термін будівництва: квітень 2007 р. - грудень 2009 р. Загальна місткість стадіону складає 41 538 місць [1].

Великі проекти перевищують за своїми параметрами середні в кілька разів, оскільки включають десятки малих й середніх за розмірами програм. Ефективна реалізація великого проекту вимагає використання сучасних інструментів управління, таких як метод поетапної розробки та реалізації проекту (Stage Gate Process), координації дій проектною командою, ретельного підходу до його структуризації, моніторингу та реалізації. Проектна команда великого проекту може бути дуже великою за чисельністю. Великі проекти – це проекти налагодження транскордонного співробітництва, розвитку секторів економіки, міждержавні та міжнародні проекти. Їх вартість може оцінюватись від сто мільйонів доларів і досягати більше 1 мільярда [3].

Сьогодні такий проект організовується в рамках Програми транскордонного співробітництва Польща - Білорусь - Україна 2014-2020. Основними напрямками цього мегапроекту є сприяння місцевій культурі та збереження історичної спадщини, підвищення доступності регіонів; розвиток міцного та стійкого до кліматичних впливів транспорту, комунікаційних мереж і систем; спільні виклики в галузі захисту і безпеки, і сприяння управлінню кордонами та управління безпекою, мобільністю та міграцією. Загальний бюджет програми становить понад 165 мільйонів євро [2].

Одним із інструментів ефективного управління проектами як на мікро-, мезо- та макрорівнях є програма Microsoft Project (або MSP). Це програмне забезпечення було спеціально розбілене для полегшення процесу управління проектами. Microsoft Project допомагає менеджеру проекту в розробці планів, розподілі ресурсів за завданнями, відстеження прогресу і аналізі обсягів робіт, використанні календарного та сіткового планування, підготовці звітів щодо виконаної роботи.

Отож, в залежності від типу та призначення проекту, використовуються різні підходи до його підготовки та реалізації, а саме: застосовуються різні способи до створення та управління проектною

командою, практикуються відмінні за складністю методи планування та організації виконання проектних процесів, встановлюються вимоги до документації, визначаються обсяг необхідного ресурсного забезпечення та здійснюються відповідні фінансові розрахунки ефективності проекту.

Список використаних джерел:

1. Євро-2012: ЗМІ порахували вартість українських стадіонів [Електронний ресурс] / Кореспондент. – Режим доступу : <http://ua.korrespondent.net/sport/1025789-evro-2012-zmi-porahovali-vartist-ukrayinskih-stadioniv>.
2. ЄІС ПТС Польща - Білорусь - Україна 2014-2020 [Електронний ресурс] // Європейський простір. Портал про європейського громадянського суспільства України. – Режим доступу : <http://eu.prostir.ua/library/267659.html>.
3. Класифікація Проектів [Електронний ресурс] / Тематичний архів статей. – Режим доступу : <http://ukrarticles.pp.ua/biznes-i-finansy/1981-klassifikaciya-proektov.html>.
4. Трілленберг Вілфрід Проектний менеджмент : конспект лекцій і семінарів / Трілленберг Вілфрід. – Тернопіль: Економічна думка, 2001. — 95с.
5. Туристичне ознакування Львова [Електронний ресурс] / Офіційний туристичний сайт міста. – Режим доступу : http://lviv.travel/ua/about_lviv/signs.
6. <http://www.ukrstat.gov.ua/>

TURYSTYKA UZDROWISKOWA W POLSCE

Arkadiusz Przybyłka

Uniwersytet ekonomiczny w Katowicach

Katowice, Polska

Turystyka uzdrowiskowa to wyjazdy związane z kuracją sanatoryjną, rehabilitacją i leczeniem uzdrowiskowym, powiązane z zabiegami przyrodolecznymi świadczonymi na podstawie konsultacji lekarza uzdrowiskowego [6]. Jednakże poza grupą ludzi, których stan zdrowia wymaga takiego tradycyjnego leczenia uzdrowiskowego wzrasta zapotrzebowanie na wypoczynek umożliwiający poprawę kondycji psychofizycznej i zapobieganie chorobom, jakie pociąga za sobą współczesna cywilizacja. Obecnie uzdrowiska w związku z tym służą nie tylko kuracjom leczniczym, ale również poprawie ogólnego stanu zdrowia [4]. Leczenie uzdrowiskowe jest kontynuacją leczenia szpitalnego lub ambulatoryjnego pacjenta, którego celem jest rehabilitacja,

leczenie chorób przewlekłych oraz profilaktyka, przy wykorzystaniu między innymi naturalnych zasobów leczniczych.

Uzdrowiska w Polsce działają w oparciu o ustawę z dnia 28 lipca 2005 r. o lecznictwie uzdrowiskowym, uzdrowiskach i obszarach ochrony uzdrowiskowej oraz o gminach uzdrowiskowych.

Lecznictwo uzdrowiskowe w Polsce jest prowadzone przy wykorzystaniu urządzeń lecznictwa uzdrowiskowego, takich jak:

- pijalnie uzdrowiskowe,
- tężnie,
- parki,
- ścieżki ruchowe,
- urządzone odcinki wybrzeża morskiego,
- lecznicze i rehabilitacyjne baseny uzdrowiskowe,
- urządzone podziemne wyrobiska górnicze [2].

Zakładami lecznictwa uzdrowiskowego są:

- szpitale uzdrowiskowe,
- sanatoria uzdrowiskowe,
- szpitale uzdrowiskowe dla dzieci i sanatoria uzdrowiskowe dla dzieci,
- przychodnie uzdrowiskowe,
- zakłady przyrodolecznicze,
- szpitale i sanatoria w urządzonych podziemnych wyrobiskach górniczych [2].

Gmina uzdrowiskowa oraz gmina posiadająca status obszaru ochrony uzdrowiskowej realizuje zadania własne związane z zachowaniem funkcji leczniczych uzdrowiska, w szczególności w zakresie:

- gospodarki terenami, z uwzględnieniem potrzeb lecznictwa uzdrowiskowego, ochrony złóż naturalnych surowców leczniczych oraz budowy lub innych czynności zabronionych w poszczególnych strefach ochrony uzdrowiskowej,
- ochrony warunków naturalnych uzdrowiska lub obszaru ochrony uzdrowiskowej oraz spełniania wymagań w zakresie dopuszczalnych norm zanieczyszczeń powietrza, natężenia hałasu, odprowadzania ścieków do wód lub do ziemi, gospodarki odpadami, emisji pól elektromagnetycznych, o których mowa w odrębnych przepisach,
- tworzenia warunków do funkcjonowania zakładów i urządzeń lecznictwa uzdrowiskowego oraz rozwoju infrastruktury komunalnej w celu zaspokajania potrzeb osób przebywających w gminie w celu leczenia uzdrowiskowego,

- tworzenia i ulepszania infrastruktury komunalnej i technicznej przeznaczonej dla uzdrowisk lub obszarów ochrony uzdrowiskowej, związanej ze spełnianiem określonych warunków [5].

Powodem, dla których znaczna część gmin w Polsce jest zainteresowanych uzyskaniem statusu uzdrowiska jest możliwość pobierania opłaty uzdrowiskowej, stanowiącej bezpośredni przychód budżetu gminy. Pochodzi ona od wszystkich przebywających w gminie dłużej niż dobę. Ponadto status uzdrowiska wiąże się ze wzrostem zainteresowania turystów daną miejscowością, czyli rozpoznawalnością i wartością marki takiej miejscowości [3].

Turystyka uzdrowiskowa w Polsce jest finansowana przez Narodowy Fundusz Zdrowia (NFZ), Zakład Ubezpieczeń Społecznych (ZUS), Kasę Rolniczego Ubezpieczenia Społecznego (KRUS) oraz Państwowy Fundusz Rehabilitacji Osób Niepełnosprawnych (PFRON). Popyt na rynku turystyki uzdrowiskowej zależy jednak przede wszystkim od zamożności społeczeństwa, nawyków leczenia i wypoczynku, dostępności usług leczniczych i turystycznych oraz od mody na zaspokajanie potrzeb tego rodzaju [6, s.32].

Zgodnie z ustawą o dnia 27 sierpnia 2004 roku o świadczeniach opieki zdrowotnej finansowanych ze środków publicznych leczenie uzdrowiskowe albo rehabilitacja uzdrowiskowa przysługuje w Polsce świadczeniobiorcy na podstawie skierowania wystawionego przez lekarza ubezpieczenia zdrowotnego.

Przy kwalifikowania pacjenta do zakładu lecznictwa uzdrowiskowego lekarz ocenia:

- stan zdrowia pacjenta,
- możliwość leczenia uzdrowiskowego przy wykorzystaniu właściwości naturalnych surowców leczniczych,
- przebieg choroby będącej wskazaniem do leczenia uzdrowiskowego lub rehabilitacji uzdrowiskowej,
- efekty przebytego w przeszłości leczenia uzdrowiskowego lub rehabilitacji uzdrowiskowej,
- zdolność pacjenta do samoobsługi lub samodzielnego poruszania się lub zdolność pacjenta do samoobsługi lub samodzielnego poruszania się na wózku inwalidzkim [8].

Świadczeniobiorca ponosi koszty przejazdu na leczenie uzdrowiskowe albo rehabilitację uzdrowiskową i z leczenia uzdrowiskowego albo rehabilitacji uzdrowiskowej oraz częściową odpłatność za wyżywienie i zakwaterowanie w sanatorium uzdrowiskowym. Podmiot zobowiązany do finansowania świadczeń opieki zdrowotnej ze środków publicznych pokrywa do wysokości określonej w

umowie oddziału wojewódzkiego NFZ z sanatorium uzdrowiskowym różnicę kosztów wyżywienia i zakwaterowania ubezpieczonego.

Dzieci i młodzież do ukończenia lat 18, a jeżeli kształcą się dalej – do ukończenia lat 26, dzieci niepełnosprawne w znacznym stopniu – bez ograniczenia wieku, a także dzieci uprawnione do renty rodzinnej nie ponoszą odpłatności za koszty wyżywienia i zakwaterowania w szpitalu uzdrowiskowym dla dzieci, sanatorium uzdrowiskowym dla dzieci i sanatorium uzdrowiskowym [1]. Oiekunowie natomiast ponoszą pełną odpłatność za pobyt.

Świadczenia gwarantowane w Polsce obejmują:

- uzdrowiskowe leczenie szpitalne dzieci w wieku od 3 do 18 lat,
- uzdrowiskowe leczenie sanatoryjne dzieci w wieku od 7 do 18 lat,
- uzdrowiskowe leczenie sanatoryjne dzieci w wieku od 3 do 6 lat pod opieką dorosłych,
- uzdrowiskowe leczenie szpitalne dorosłych,
- uzdrowiskowe leczenie sanatoryjne dorosłych,
- uzdrowiskową rehabilitację dla dorosłych w szpitalu uzdrowiskowym,
- uzdrowiskową rehabilitację dla dorosłych w sanatorium uzdrowiskowym,
- uzdrowiskowe leczenie ambulatoryjne dorosłych i dzieci [7].

Pobyt w szpitalu uzdrowiskowym trwa 21 dni i jest bezpłatny. Osoba pracująca otrzymuje w tym czasie zwolnienie lekarskie. Pobyt dziecka trwa 27 dni. Pobyt w sanatorium uzdrowiskowym trwa 21 dni. Pobyt dziecka jest bezpłatny, natomiast pobyt osoby pracującej jest częściowo odpłatny. Osoba pracująca odbywa go w ramach urlopu wypoczynkowego. Pobyt w szpitalu uzdrowiskowym na rehabilitacji uzdrowiskowej trwa 28 dni, jest bezpłatny i odbywa się w ramach zwolnienia lekarskiego. Pobyt w sanatorium uzdrowiskowym na rehabilitacji uzdrowiskowej trwa 28 dni, jest częściowo odpłatny i odbywa się w ramach urlopu wypoczynkowego. Uzdrowiskowe leczenie ambulatoryjne dorosłych i dzieci trwa od 6 do 18 dni [9].

Rehabilitacja prowadzona w ośrodkach rehabilitacyjnych współpracujących z ZUS oparta jest na założeniach kompleksowego oddziaływania procedurami diagnostyczno- leczniczo - rehabilitacyjnymi i psychologicznymi oraz na szeroko prowadzonej edukacji zdrowotnej. Celem wskazanego programu jest przywrócenie zdolności do pracy osobom, które w następstwie choroby są zagrożone długotrwałą niezdolnością do pracy i jednocześnie rokują odzyskanie tej zdolności po przeprowadzeniu rehabilitacji. Program rehabilitacji leczniczej w ramach prewencji rentowej skierowany jest do osób ubezpieczonych:

- zagrożonych całkowitą lub częściową niezdolnością do pracy,
- uprawnionych do zasiłku chorobowego lub świadczenia rehabilitacyjnego po ustaniu tytułu do ubezpieczenia chorobowego lub wypadkowego,

- pobierających rentę okresową z tytułu niezdolności do pracy rokujących jednocześnie odzyskanie zdolności do pracy po przeprowadzeniu rehabilitacji.

Podstawą skierowania ubezpieczonego lub rencisty do ośrodka rehabilitacyjnego jest orzeczenie o potrzebie rehabilitacji leczniczej wydane przez lekarza orzecznika ZUS.

Pełny koszt rehabilitacji uwzględniający w szczególności koszty leczenia, zakwaterowania i żywienia pokrywa ZUS. Koszty dojazdu do ośrodka rehabilitacyjnego z miejsca zamieszkania i z powrotem ZUS refunduje do wysokości ceny biletu najtańszego środka komunikacji publicznej.

Kompleksowa rehabilitacja lecznicza obejmuje ustalony indywidualnie program ukierunkowany na leczenie schorzenia będącego przyczyną skierowania na rehabilitację oraz na schorzenia współistniejące i uwzględnia w szczególności:

- różne formy rehabilitacji fizycznej tj. kinezyterapię indywidualną, zbiorową i ćwiczenia w wodzie oraz zabiegi fizykoterapeutyczne z zakresu ciepłolecznictwa, krioterapii, hydroterapii, leczenia polem elektromagnetycznym wielkiej i niskiej częstotliwości, leczenia ultradźwiękami, laseroterapii, masażu klasycznego i wibracyjnego,
- rehabilitację psychologiczną, w tym między innymi psychoedukację i treningi relaksacyjne,
- edukację zdrowotną ukierunkowaną na przekazanie informacji w zakresie: nauki zasad prawidłowego żywienia, znajomości czynników ryzyka w chorobach cywilizacyjnych, podstawowej wiedzy o procesie chorobowym uwzględniającej profil schorzenia, znajomości czynników zagrożenia dla zdrowia w miejscu pracy, podstawowych informacji o prawach i obowiązkach pracodawcy oraz pracownika, udzielania instruktażu odnośnie kontynuacji rehabilitacji w warunkach domowych po zakończeniu turnusu rehabilitacyjnego.

Rehabilitacja lecznicza w ośrodku rehabilitacyjnym powinna trwać 24 dni, przy czym czas jej trwania może być przedłużony lub skrócony przez ordynatora ośrodka rehabilitacyjnego po uprzednim uzyskaniu zgody ZUS w przypadku:

- pozytywnego rokowania co do odzyskania zdolności do pracy w przedłużonym czasie trwania rehabilitacji,
- wcześniejszego przywrócenia zdolności do pracy,
- zaistnienia innych przyczyn leżących po stronie osoby skierowanej na rehabilitację [10].

Kolejnym podmiotem finansującym usługi uzdrowiskowe jest KRUS, który zgodnie ze swym ustawowym obowiązkiem, zapewnia rolnikom uprawnionym

do świadczeń możliwości korzystania z rehabilitacji leczniczej. Jest ona organizowana w formie 21-dniowych turnusów, prowadzonych we własnych Centrach lub Ośrodkach Rehabilitacji Rolników KRUS oraz zakładach rehabilitacji leczniczej, z którymi Kasa współpracuje. Głównym celem rehabilitacji prowadzonej w KRUS jest zapobieganie niepełnosprawności lub ograniczenie jej do poziomu umożliwiającego ubezpieczonemu dalsze wykonywanie pracy w gospodarstwie rolnym, a w przypadku osób, które zdolność do pracy w gospodarstwie już utraciły - jej przywrócenie, o ile tylko jest to możliwe, w wyniku leczenia i rehabilitacji. Z rehabilitacji leczniczej można korzystać nie częściej niż co 12 miesięcy [11].

Bibliografia:

1. Art. 33 Ustawy z dnia 27 sierpnia 2004 r. o świadczeniach opieki zdrowotnej finansowanych ze środków publicznych (Dz. U. 2015, poz. 581)
2. Art. 5 Ustawa z dnia 28 lipca 2005 r. o lecznictwie uzdrowiskowym, uzdrowiskach i obszarach ochrony uzdrowiskowej oraz o gminach uzdrowiskowych (Dz. U. 2012, poz. 651)
3. Bojar-Fijałkowski T.: Prawo uzdrowiskowe w Polsce – stan i perspektywy. W: Turystyka zdrowotna i uzdrowiskowa. Pod red. M. Boruszcza, WSTiH, Gdańsk 2011, s. 222.
4. Dryglas D.: Rodzaje turystyki uzdrowiskowej i jej wpływ na realizację zadań promocji zdrowia. W: Uzdrowiska i ich funkcja turystyczno-lecznicza. Pod red. nauk. A. R. Szromka, PROKSENIA, Kraków 2012, s. 249.
5. Iwańska M.: Możliwość wykorzystania partnerstwa międzysektorowego w rozwoju turystyki uzdrowiskowej w Polsce. W: Turystyka uzdrowiskowa. Stan i perspektywy. Pod red. M. Boruszcza, WSTiH, Gdańsk 2009, s. 62.
6. Lewandowska A.: Turystyka uzdrowiskowa. US, Szczecin 2007, s. 19.
7. Rozporządzenie Ministra Zdrowia z dnia 23 lipca 2013 r. w sprawie świadczeń gwarantowanych z zakresu lecznictwa uzdrowiskowego (Dz. U. 2015, poz. 2027)
8. Rozporządzenie Ministra Zdrowia z dnia 5 stycznia 2012 r. w sprawie sposobu kierowania i kwalifikowania pacjentów do zakładów lecznictwa uzdrowiskowego (Dz. U. 2012, poz. 14)
9. Świadczenia opieki zdrowotnej finansowane..., op. cit., s. 64 i nast.
10. www.zus.pl
11. www.krus.gov.pl

WPLYW PIŁKARSKICH MISTRZOSTW EUROPY „EURO-2012” NA ROZWÓJ TURYSTYKI W POLSCE

Jacek M Ruszkowski, Dominik Pielka

*Wyższa Szkoła Bankowa w Poznaniu,
Poznan, Polska*

1. Formy turystyki związane z masowymi imprezami sportowymi.

Wielkie wydarzenia sportowe, jakimi są olimpiady czy piłkarskie mistrzostwa świata i Europy wymagają klasyfikacji turystyki.

Podział zaproponowany przez W. W. Gaworeckiego, który za podstawę bierze kryterium motywacji, wyodrębnia:

- turystykę wypoczynkową,
- turystykę poznawczą,
- turystykę sportową,
- turystykę nastawioną na przeżycia (np. turystyka oświatowa, wypoczynkowa, klubowa)
- turystykę rodzinną.

Ponadto W. W. Gaworecki dodaje wiele znaczących elementów, które mogą być wykorzystywane do podziału turystyki, takich jak: liczba uczestników, wiek uczestników, czas pobytu, pora roku, rodzaj zakwaterowania, środek transportu, oddziaływanie na bilans płatniczy oraz aspekt socjologiczny. Najbardziej znaczącymi formami turystyki, które są powiązane z wydarzeniami sportowymi jest jednak turystyka poznawcza i jej podział, w którym znajdują się takie rodzaje jak turystyka festiwalowa oraz fanoturystyka.

Turystyka festiwalowa to podróże, których celem jest udział uczestników w specjalnie inscenizowanych imprezach o charakterze kulturowym, mającym ograniczony czas trwania i przyciągających turystów. Najważniejsze jest tutaj znaczenie wydarzenia kulturalnego, specjalnie zainscenizowanego, ograniczonego w czasie oraz charakteryzującego się przyciąganiem turystów. Charakterystyczną cechą wydarzeń kulturalnych jest ich zamierzona monotematyczność. Głównemu tematowi podporządkowany jest cały program wydarzenia. W związku z tym zakres podróży mającej na celu uczestnictwo w tym wydarzeniu uzyskuje jednolity charakter.

Fanoturystyka jest to jedna z najnowszych odmian turystyki, która z roku na rok zyskuje na popularności oraz zdobywa coraz to więcej zwolenników. Polega ona na wyjazdach turystycznych w miejsca, gdzie rozgrywane są zawody sportowe. Najczęściej ma to miejsce przy organizacji

tych najciekawszych widowisk, czyli igrzysk olimpijskich oraz mistrzostw świata w piłce nożnej, ale także przy okazji mniejszych imprez, lecz popularnych dyscyplin, np.: liga światowa w siatkówce, wyścigi Formuły 1 czy skoki narciarskie. Najważniejszą ideą owych wyjazdów jest wspieranie swoich rodaków lub ulubionych sportowców poprzez kibicowanie. Swą rosnącą wciąż popularność, fanoturystyka w dużej części zawdzięcza motywom, które determinują kibiców do podążania szlakiem wielkich widowisk sportowych. Kolejnym atutem fanoturystyki jest jej unikalność i wysoka ranga rozgrywanych zawodów. Znalezienie się w centrum ogólnoświatowego widowiska zapewnia prestiż oraz nietuzinkowe doświadczenie.

Fanoturysty nie ograniczają się jednak jedynie do pełnienia roli kibiców. Podczas wyjazdów realizują także inne rodzaje turystyki, jednak najważniejszym celem wyjazdu tej grupy turystów jest uczestnictwo w widowiskach sportowych.

Przyjazdy cudzoziemców do Polski w związku z organizacją Mistrzostw Europy w Piłce Nożnej EURO 2012

W trakcie EURO 2012 Polskę odwiedziło ponad 677 tys. zagranicznych turystów i kibiców ze 123 krajów świata. Na stadionach bawiło się 296 tys. cudzoziemców, natomiast poza arenami piłkarskimi, czyli np. w strefach kibica, restauracjach, barach, pubach, dyskotekach czy miejscach publicznego oglądania meczów zlokalizowanych na świeżym powietrzu, liczba ta była o jedną czwartą większa niż na stadionach i wyniosła 370 tys. zagranicznych gości. Dodatkowo w Polsce w trakcie Turnieju przebywało ok. 8,4 tys. dziennikarzy zagranicznych, 2,4 tys. członków piłkarskich reprezentacji narodowych oraz ok. 400 wolontariuszy zagranicznych.

Na znaczący w porównaniu z prognozami wzrost wydatków gości zagranicznych niewątpliwie miała wpływ organizacja Turnieju, dzięki której turyści zyskali poczucie komfortu i bezpieczeństwa. Duże znaczenie dla osiągnięcia tego sukcesu miała też niezwykle przyjazna atmosfera stworzona podczas EURO 2012 przez wszystkich Polaków, którzy witali zagranicznych gości uśmiechem, a także słynną na całym świecie „polską gościnnością”. Potwierdzają to wyniki badania przeprowadzonego przez PBS wśród cudzoziemców w trakcie Turnieju. Wynika z nich, że 85% zagranicznych gości czuło się w Polsce bezpiecznie, 92% bardzo dobrze oceniło atmosferę panującą w naszym kraju w trakcie Turnieju i 85% wysoko oceniło organizację Mistrzostw w Polsce.

Szacuje się, że wydatki kibiców zagranicznych nocujących w Polsce w czasie pobytu w Polsce wyniosły 439,2 mln PLN (1541 PLN x 285 tys. osób), a

wydatki poniesione w Polsce przez cudzoziemców z tzw. „rodziny UEFA” wynoszące 277,3 mln PLN (3082 PLN x 90 tys. osób).

Oprócz osób, które wybrały się do Polski na Mistrzostwa Europy w 2012 roku na więcej niż jeden nocleg, były także osoby, które do Polski wybrały się na jeden dzień. Wydatki odwiedzających jednodniowych poniesione w czasie pobytu w Polsce wyniosły 97,4 mln PLN (354 zł x 275 tys. osób).

Tabela 1. Wielkość i struktura próby przy badaniu turystów na EURO 2012.

źródło: <http://www.intur.com.pl/statystyka.htm>

Fala	turyści		odwiedzający jednodniowi	
	podstawowa	dodatkowa	podstawowa	dodatkowa
Częstość	1791	630	1803	174
Procent	74,0	26,0	91,2	8,8

Szacuje się, że wydatki kibiców zagranicznych nocujących w Polsce poniesione przed wyjazdem na koszty pobytu w Polsce wyniosły 223,7 mln PLN (1113 PLN x 53,6% x 375 tys. osób).

Łączne wpływy od cudzoziemców odwiedzających Polskę w związku z EURO 2012 wyniosły 1037,6 mln PLN.

Tabela 2. Charakterystyka pobytu turystów na EURO 2012.

źródło: <http://www.intur.com.pl/statystyka.htm>

Długość pobytu	związek z Euro		Ogółem
	tak	nie	
	%	%	%
1 do 3 nocy	55,9	67,0	59,6
4 do 7 nocy	34,4	26,2	31,7
8 do 28	8,6	6,1	7,7
ponad 4 tyg.	1,0	0,7	0,9
brak danych	0,1	0,0	0,1
Polskie pochodzenie			
tak	15,2	16,9	15,8
nie	84,8	83,1	84,2
organizator			
pakiet	10,7	12,4	11,3
część usług	9,2	9,0	9,2
tylko rezerwacja	15,7	9,0	13,5
samodzielnie	64,3	69,5	66,0
brak danych	0,0	0,1	0,0

Rozwój turystyki w wybranych mieście w Polsce w związku z organizacją Mistrzostw Europy w piłce nożnej EURO 2012

Jedną z kluczowych grup korzyści dla polskich miast wynikających z organizacji EURO 2012 stanowiły efekty finansowe. Miasta dzięki Turniejowi mogły liczyć na dodatkowe benefity, które nie miałyby miejsca gdyby nie odbyły się w nich rozgrywki Mistrzostw. Miasta, które gościły uczestników Mistrzostw Europy w piłce nożnej, a także Miasta Gospodarze, w których rozgrywane były mecze osiągnęły spore korzyści finansowe, ale także korzyści wizerunkowe.

Do pośrednich korzyści zaliczono wydatki gości turniejowych, podczas gdy do korzyści bezpośrednich należą te, które wprost przekładają się na zwiększenie wpływów do budżetu miasta bądź spółek miejskich (np. środki od UEFA, od sponsorów, wynajem powierzchni).

Gdańsk

Decyzją Unii Europejskich Związków Piłkarskich (UEFA) z maja 2009 roku, Gdańsk został jednym z czterech polskich Miast Gospodarzy EURO 2012. To właśnie w Gdańsku, obok Warszawy, Wrocławia oraz Poznania rozegrano polską część meczów fazy grupowej Mistrzostw Europy, jak również mecz fazy pucharowej.

Zgodnie z wynikami przeprowadzonego w Kijowie losowania grup finałowych, w Gdańsku odbyły się trzy mecze grupowe z udziałem takich reprezentacji narodowych jak: Hiszpanii, Irlandii, Włoch oraz Chorwacji. Ponadto w mieście rozegrano mecz fazy pucharowej.

Spośród wszystkich drużyn rozgrywających w mieście swoje mecze fazy grupowej, Trójmiasto i okolice jako miejsce stacjonowania wybrały reprezentacje Irlandii i Hiszpanii. Dodatkowo w Gdańsku zamieszkała drużyna z Niemiec, której mecze grupowe odbywały się na Ukrainie, co było ogromnym wyróżnieniem dla władz Trójmiasta, iż takie reprezentacje jak Niemcy czy Hiszpania wybrały właśnie Trójmiasto na miejsce, w którym będą przebywać podczas trwania Turnieju EURO 2012 w Polsce i na Ukrainie.

Jednym z najistotniejszych elementów związanych z przygotowaniem miast, które organizowały mecze podczas EURO 2012 w Polsce, do dużych imprez sportowych są podejmowane przez władze lokalne inwestycje infrastrukturalne. (w tym sportowe i paraturystyczne)W Gdańsku jednym z największych przedsięwzięć była budowa stadionu, którego oficjalnym sponsorem została firma PGE (Polska Grupa Energetyczna). Gdański stadion jest jednym z najnowocześniejszych tego typu obiektów w Europie, a także na świecie. Jego budowa trwała 26 miesięcy i zakończyła się w 2011 roku. Z uwagi na wyjątkowy kształt i niepowtarzalną fasadę - kolorystycznie

nawiązującą do bursztynu, czyli tego z czego słynie Trójmiasto – szybko stał się wizytówką polsko-ukraińskich przygotowań do EURO 2012. Stadion w Gdańsku był najczęściej pokazywanym stadionem w europejskich mediach, gdy mówiono w nich o przygotowaniach Polski i Ukrainy do EURO 2012. Dodatkowo stadion w Gdańsku wygrał nagrodę w prestiżowym konkursie „Stadium Business Awards 2011” w kategorii „Architektura i projekt”, pokonując takie obiekty jak stadion w katarskim Dausze, francuskim Grande-Synthe czy „Airberlin World” w Düsseldorfie.

Uroczyste otwarcie obiektu nastąpiło 14 sierpnia 2011 roku, kiedy to odbył się mecz Lechii Gdańsk z Cracovią Kraków zakończony remisem 1:1. Spotkanie, w którym uczestniczyli były prezydent RP Lech Wałęsa i premier Donald Tusk, obejrzało 35 tys. widzów. Stadion w Gdańsku przeznaczony jest do organizacji imprez o charakterze kulturalno-sportowym na ponad 42 tysiące widzów, jednak na czas trwania Turnieju jego pojemność została ograniczona do około 39 tys., związane jest to z ograniczeniem UEFA na mecze międzynarodowe. Obiekt ma 45 m wysokości, a dzięki relatywnie dużemu kątowi nachylenia trybun zapewnia doskonałą widoczność i akustykę.

Bibliografia:

1. Batko W., EURO: historia mistrzostw Europy, wyd. GiA, Katowice 1992.
2. Brumm K., Fanoturystyka – kibice sportowi w pozytywnym świetle, wyd. K&K.M.A. KARASIAK, 2012.
3. Buczkowska K., Turystyka kulturowa, wyd. AWF Poznań, Poznań 2010.
4. Gaworecki W. W., Turystyka, wyd. Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne, Warszawa 2003.
5. Gowarzewski A., Encyklopedia Piłkarska Fuji tom IX – Mistrzostwa Świata, wyd. GiA, Katowice 1994.
6. Toman T., Borzykowski J., Wpływ Mistrzostw Europy w Piłce Nożnej EURO 2012 na rynek turystyczny Trójmiasta w opinii mieszkańców aglomeracji, Turystyka kulturowa, nr 3, 2012.
7. Withers A., Historia mistrzostw świata w piłce nożnej, wyd. Sba, Warszawa 2006.
8. Włodarczyk J., Rogala M., Tryhubczyk B., Piłka nożna. Historia, legendy, mistrzostwa, puchary, wyd. Arti, Warszawa 2012.
9. <http://www.elong.com/>
10. <http://www.forbes.pl/>
11. <http://www.hotelremes.pl/>
12. <http://www.msport.gov.pl/>
13. <http://www.plk-sa.pl/>

ЛЬОДОВИКОВІ ФОРМИ ЗАХІДНОЇ ЧАСТИНИ ВОЛИНСЬКОГО ПОЛІССЯ ЯК ГЕОТУРИСТИЧНІ ОБ'ЄКТИ

Андрій Ренда

*Львівський національний університет імені Івана Франка,
Львів, Україна*

В останні роки на Волинському Поліссі відмічається активізація розвитку туристичної сфери. Привабливість регіону зумовлена, в першу чергу, великою кількістю водойм, значною площею залісення та м'якими кліматичними умовами. Головними туристичними об'єктами наразі залишаються озера краю, в першу чергу, розташовані у межах Шацького національного парку, хоча все інтенсивніше йде освоєння водойм Словичівської, Озерянської, Соминської (Турійський р-н), Любохинської (Старовижівський р-н) озерних систем на Волині. На цьому фоні постає питання розвитку нових видів туризму, в першу чергу для найбільш активної частини відпочивальників. Серед таких новацій досить привабливим видається розвиток геотуризму, що розглядається нами як певний різновид краєзнавчого туризму, що в деяких моментах може мати багато спільних рис із кваліфікованим (активним) туризмом. У геотуризмі пропонують виділяти такі похідні терміни: геотуристичні об'єкти геологічні (геоморфологічні) об'єкти, що є предметом зацікавлення туристів та геотуристичні явища – явища, пов'язані з сучасними геолого-геоморфологічними процесами. Геотуристичні об'єкти та явища становлять геотуристичні атракції [1].

Серед одних із найбільш привабливих геотуристичних об'єктів нами розглядаються форми льодовикового комплексу. На території Волинського Полісся на порівняно незначній за площею території зосереджена значна кількість різноманітних за походженням, морфологією, історією формування утворень гляціального генезису. На відміну від інших частин України, дані утворення є відносно добре збереженими, а часто вражають свіжістю форм.

Серед найбільш репрезентативних є кінцево-моренні накопичення різного генезису, ози, ками. У більшості своїй вони є унікальними і неповторними об'єктами, що несуть важливу наукову інформацію стосовно історії формування рельєфу території, кліматичних змін, палеогеографічних і палеогляціологічних умов у минулому.

За часом утворення вони відносяться до побуту на теренах Волинського Полісся дніпровського покривного льодовика 310-280 тис. р.

назад [2]. У більшості своїй вони є унікальними і неповторними об'єктами, що несуть важливу наукову інформацію стосовно історії формування рельєфу території, кліматичних змін, палеогеографічних і палеогляціологічних умов у минулому. Більшість із згадуваних форм пов'язана із процесами деградації дніпровського льодовикового покриву, особливостей дегляціації території. Вони фіксують етапи скорочення покриву і є своєрідними свідками перебігу активних і неповторних геолого-геоморфологічних процесів, які, у переважній більшості, не мають сучасних аналогів.

Для використання льодовикових форм у геотуризмі, зокрема, при розробці туристичних маршрутів, повинна враховуватись їхня наукова важливість, можливість використання у освітній сфері, у краєзнавстві, природоохоронній справі. Важливими факторами у виборі тої чи іншої форми як геотуристичної атракції є наявність діючого крупного відслонення, котрим розкрито особливості геологічної будови об'єкту, а також неповторність геоморфології. Важливим фактором видається пейзажність форми, а також можливість спостереження із її поверхні мальовничих видів на навколишній території. Тому важливим показником при аналізі льодовикових форм, в першу чергу домінуючих, є оцінка відносних перевищень над навколишніми рівнинами, оцінка «свіжості» на основі крутизни схилів. Важливим чинником є залісненість як самого об'єкту, так і навколишніх просторів, оскільки вона значно знижує естетичне враження від нього.

За виділеними ознаками до перспективних геотуристичних об'єктів слід віднести крупні напірні форми, зокрема Ростаньське (Шацький р-н), Буцинське (Старовижівський р-н) пасма і пасмо г. Йосипової (Ратнівський р-н). Це крупні між'язикові і фронтальні напірні кінцево-моренні накопичення, на поверхні яких, присутні діючі кар'єри, у яких відслонюються комплекси льодовикових відкладів, присутні відторженці порід ложа [3; 6]. Самі форми вражають своїми розмірами і фундаментальністю. Середні перевищення цих акумуляцій на навколишньою територією складають до 30 м, що для загалом рівнинного Полісся є суттєвими показниками. Найменш залісненим із них є Буцинське пасмо, з якого в північний бік відкривається гарний вид на за фронтальну заболочену, ускладнену еоловими і карстовими формами водно-льодовикову рівнину.

Серед озів слід згадати Радошинський (Ковельський р-н) та Седлищанський (Любешівський р-н). В межах першого присутнє крупне відслонення водно-льодовикових пісків і абляціної морени у межах

кар'єру по видобутку піщаного матеріалу біля однойменного села. Розріз вражає своїми розмірами. Зокрема, довжина діючої стінки досягає 1,5 км, висота її – до 10-12 м. В межах східної частини Седлищанського озера також наявне доволі крупне діюче відслонення із висотою стінок до 15-17 м. З поверхні озера також відкривається велична картина на долину ріки Стохід.

Ками є формами менш яскраво вираженими у рельєфі. Але значна частина їх знаходиться у південно-західній частині території, для якої характерним є високе залягання порід до четвертинного віку, які формують головні риси місцевого рельєфу. Тут дані об'єкти насаджені на його кульмінації [4]. Серед таких форм можна виділити ками, розташовані південно-східніше м. Любомль в районах населених пунктів Машів і Скиби. Абсолютні висоти їхніх вершинних поверхонь перевищують 200 м, відносні перевищення – до 25 м. В присутніх відслоненнях доступні до спостереження відклади дрібних і пологих конусів винесення, а також дельтові накопичення [5]. Із камів відкривається вид на Любомльську улоговину і саме місто, та долини допливів ріки Вижівка.

На сам кінець зазначимо, що льодовикові форми Волинського Полісся можуть і мають використовуватись як комплексні об'єкти, зокрема із природоохоронним, історико-культурним та археологічним ухилом, оскільки у їхніх межах часто присутні давні поселення, могильники тощо, присутні рідкісні геоботанічні асоціації, присутні локалітети червонокнижних видів флори і фауни. Такий підхід потребує детального, скрупульозного і різнопланового вивчення, однак, посилює привабливість об'єкту.

Список використаних джерел:

1. Зінько Ю., Шевчук О. Природоохоронні геоморфологічні об'єкти в структурі геотуризму Західної України / Ю. Зінько., О. Шевчук // Вісник Львівського університету. Серія географічна. – Львів, 2008. – Вип. 35. – С. 94–104.
2. Богущкий А. До проблеми плейстоценових зледенінь Волинського Полісся / А. Богущкий, І. Залеський // Гляціал і перигляціал Волинського Полісся. Матеріали XIII українсько-польського семінару (Шацьк, 11-15 вересня 2005р.). – Львів: Видавничий центр ЛНУ імені Івана Франка, 2005. – С. 83 – 86.
3. Рельєф Белорусского Полесья / [А. С. Матвеев, В. Ф. Моисеенко, Г. И. Илькевич, Р. И. Левицкая, Э. А. Крутоус] – Минск: Наука и техника, 1982. – 131 с.
4. Ренда А. Палеогеографічні аспекти формування камів Волинського Полісся / А. Ренда // Вісник Львівського університету. Серія географічна. – Львів, 2012. – Вип. 40., ч.2 – С. 117–123.

5.Ренда А. Умови формування гляціоелеваційного каму біля с. Борки (Волинське Полісся) / А. Ренда // Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету імені В. Гнатюка. Серія: Географія. – Тернопіль, 2013. – №1 (вип..13). – С.57–62.

6.Bogucki A. Glacigeniczny kompleks Polesia Wołyńskiego / A. Bogucki, P. Woloszyn, A. Gaigalas, M. Melešyte, I. Zaleski // IV zjazd geomorfologów polskich. Głównie kierunki badań geomorfologicznych w Polsce. Stan aktualny i perspektywy. – Lublin: Wydawnictwo Uniwersytetu Marii Curie – Skłodowskiej, 1998. – Т. III: Przewodnik wycieczkowy. – S. 65–76.

РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ УКРАЇНИ У 2000–2015 РОКАХ

Інна Рожі

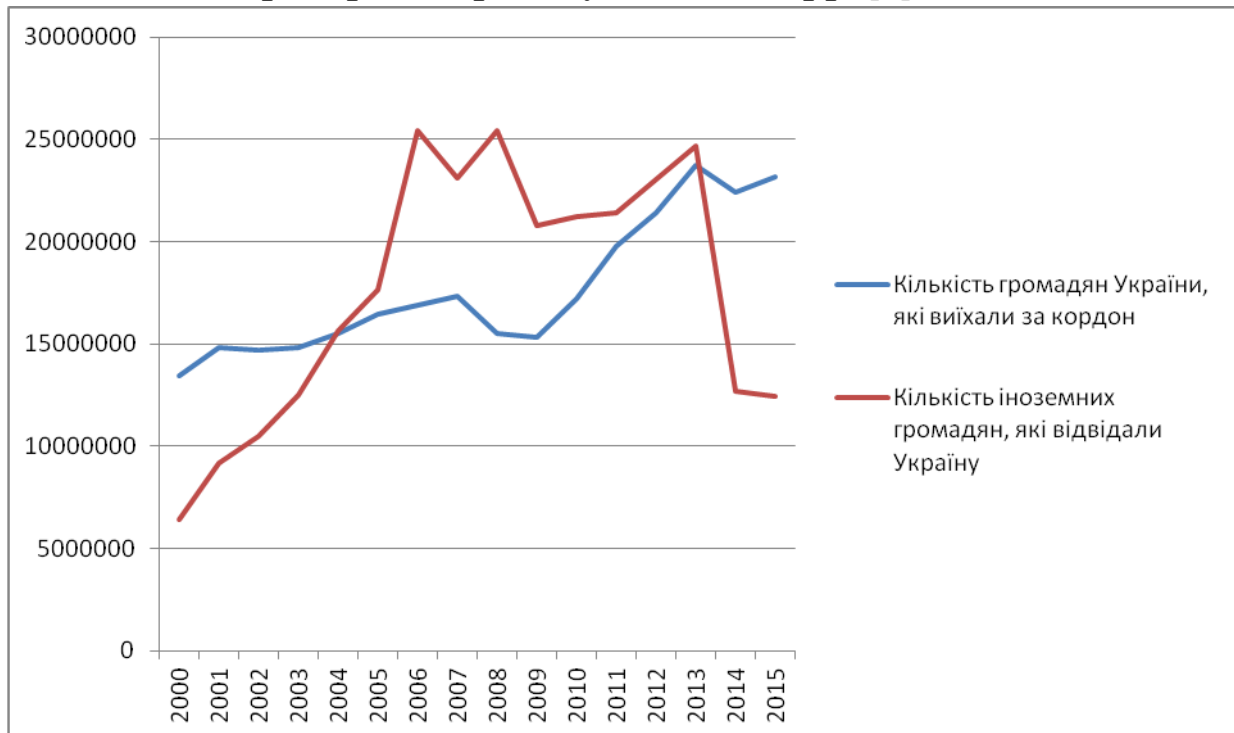
*Уманський державний педагогічний університет імені Павла Тичини,
Умань, Україна*

Туризм є одним із стратегічних напрямків розвитку України та найважливішою міжгалузевою сферою діяльності сучасної людини, спрямованою на підвищення рівня і якості життя населення. На відміну від багатьох інших галузей туризм не призводить до виснаження природних ресурсів і через це має туристичну привабливість.

Туризм становить собою складний міжгалузевий комплекс, який не може існувати як окрема галузь економіки. Доцільно розглядати його вплив на економіку України з урахуванням суміжних галузей. За оцінками міжнародної консалтингової діяльності Mc. Kinsey and Company, для забезпечення стійкого росту ВВП в Україні насамперед необхідно розвивати ті галузі економіки, які мають значний потенціал росту [3].

Туристична привабливість території формується за допомогою природних або історико-культурних туристичних ресурсів, а ще краще – їх поєднанням. Туристична привабливість часто непостійна і може змінюватися залежно від багатьох факторів, зокрема наявності сучасної матеріально-технічної бази туризму, новітніх готельних комплексів, спеціалізованих установ із відповідним асортиментом послуг.

Кількість громадян України, які виїхали за кордон і відвідували територію України у 2000–2015 рр. [1].



Таблиця даних

№	Рік	Кількість громадян України, які виїхали за кордон	Кількість іноземних громадян, які відвідали Україну
1	2000	13422320	6430940
2	2001	14849033	9174166
3	2002	14729444	10516665
4	2003	14794932	12513883
5	2004	15487571	15629213
6	2005	16453704	17630760
7	2006	16875256	25449078
8	2007	17334653	23122157
9	2008	15498567	25449078
10	2009	15333949	20798342
11	2010	17180034	21203327
12	2011	19773143	21415296
13	2012	21432836	23012823
14	2013	23761287	24671227
15	2014	22437671	12711507
16	2015	23141646	12428286

В останні роки через воєнні дії на сході держави і окупації Кримської автономної республіки в українському туризмі прослідковуються негативні тенденції: зменшились кількість туристів та обсяг наданих туристичних послуг, відповідно зменшились прибутки від туризму. Це спричинило зниження конкурентоспроможності туристичної індустрії держави, нівелювання комплексного підходу до розвитку туризму на регіональному рівні, менш ефективне функціонування готельного сектора, знецінення малого і середнього бізнесу в туристичній сфері, в тому числі сільського зеленого туризму.

Необхідність розвитку туризму для України визначають вагома історико-культурна спадщина, сприятливі природні умови і ресурси, географічне розташування тощо. Наявність в Україні різноманітних туристських ресурсів створює умови для розвитку багатьох видів туризму: культурного, пізнавального, лікувального, рекреаційного, екологічного, сільського та інших. Стратегія розвитку туристичної індустрії в Україні полягає у виробленні державної політики в галузі туризму як одного з пріоритетних напрямків розвитку національної культури та економіки.

Попит туризму країни має різні рівні туристської популярності, що залежить від нерівномірного розподілу туристських ресурсів на території країни, та різного рівня розвитку туристичної інфраструктури і її потенціалу.

Гальмують розвиток туристичної привабливості території країни такі причини: відсутність коштів для проведення маркетингу туризму в Україні; необхідність отримання візи для в'їзду в Україну викликає перше негативне ставлення у потенційних туристів; наявність різноманітних перешкод для туриста: застарілі літаки та занедбані аеропорти; повільні та некомфортабельні поїзди й автобуси; прискіпливість митних і прикордонних служб країни; відсутність реклами; мало розвинута інфраструктура; мовна незручність – громадяни України не знають англійської мови, відсутність вказівки вулиць іноземною мовою; негативний імідж української політики; розбиті дороги [2].

Отже, основною проблемою туризму в країні є недостатня соціально-економічна ефективність використання наявного туристичного потенціалу країни та низька привабливість, популяризації якості комплексного туристичного продукту через дестабілізацію держави.

Список використаних джерел

1. Державна служба статистики України [Електронний ресурс] : Режим доступу - <http://www.ukrstat.gov.ua/>

2. Польова Л. В. Фактори формування туристичних регіонів в'їзного туризму України / Л. В. Польова // Карпатський край. – 2012. – С. 87–92.
3. Савіцька О. П. Стратегія розвитку туристичної індустрії в Україні : регіональні аспекти / О. П. Савіцька, Н. В. Савіцька // Вісник національного університету «Львівська політехніка». Проблеми економіки та управління. – 2013. – №754. – С. 68–74.

ПОТЕНЦІАЛ ПРИРОДНИХ ТУРИСТСЬКО-РЕКРЕАЦІЙНИХ РЕСУРСІВ БУКОВИНСЬКИХ КАРПАТ

Павло Романів

*Львівський національний університет імені Івана Франка,
Львів, Україна*

Туристичний район «Буковинські Крапати» розташований в межах гірської частини Чернівецької області, охоплює всю територію Путильського та гірські частини Вижницького і Сторожинецького адміністративних районів.

Атрактивними для туристів та екскурсантів є місто Вижниця, с.м.т. Путила, с.м.т. Берегомет та ін. Привабливі з точки зору туристсько-рекреаційного освоєння внутрішнє Путильське низькогір'я, перевали Німчич і Шурдин тощо. Район має виражену спортивно-оздоровчу спеціалізацію з пішохідним, гірськолижним і водними видами спортивної рекреації, а також розвинутий сільський зелений і екологічний туризм. Тут є умови для розвитку санаторно-курортного та пізнавального туризму.

Власне Буковинські Карпати займають близько 18% Чернівецької області. Більше половини території Буковинських Карпат займають низькогір'я, які чергуються з витягнутими паралельно середньогір'ями (з північного заходу на південний схід). Загалом по Буковинських Карпатах амплітуда висот складає 1220 м. Саме різноманіття ландшафтів в цій частині території дослідження є своєрідним і основним туристсько-рекреаційним ресурсом [1].

Природо-ресурсний потенціал території є необхідним чинником у розвитку регіону з точки зору його туристичного загосподарювання.

За розрахунками професора Руденка В. П. природо-ресурсний потенціал Чернівецької області у проміле від загальнодержавного становить: мінеральних ресурсів – 0,658, земельних – 6,354, лісових – 1,596, водних – 2,324, фауністичних – 0,027, природних рекреаційних – 1,44 [3].

Серед ресурсів природного походження, потенціал яких є високим у регіоні Буковинських Карпат виділяємо водні ресурси, лісові ресурси та території рекреаційного призначення (рисунки 1, 2, 3).

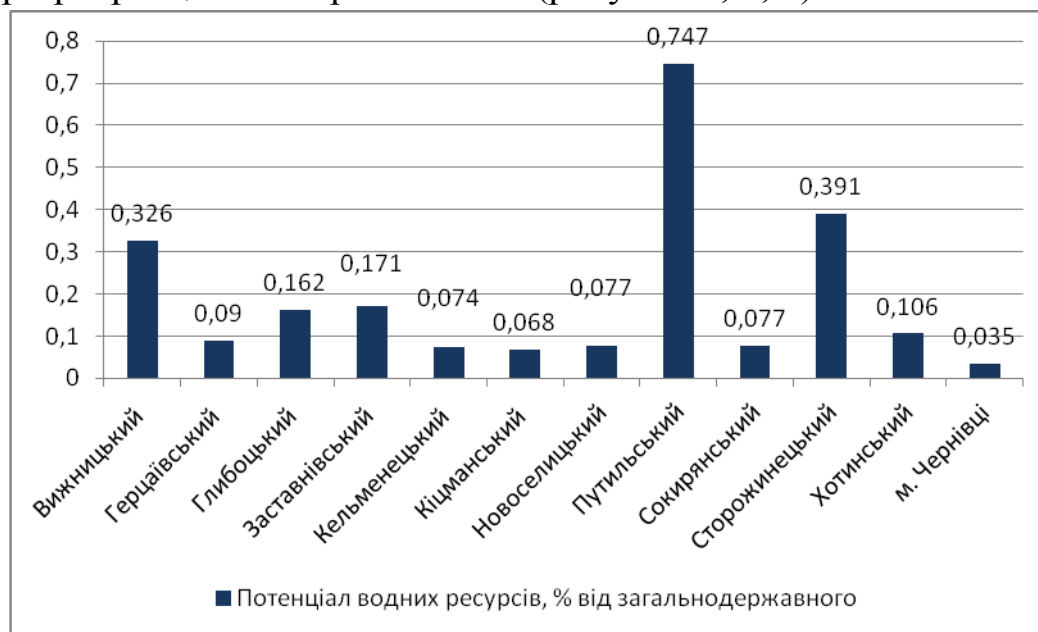


Рис. 1. Потенціал водних ресурсів адміністративних районів Чернівецької області



Рис. 2. Потенціал лісових ресурсів адміністративних районів Чернівецької області

З рисунків 1. та 2. видно, що за потенціалом водних та лісових ресурсів адміністративні райони, що розташовані в межах Буковинських Карпат займають провідні місця. Це свідчить про те, що на цій території можна розвивати види туристичної та рекреаційної діяльності, такі як елементи спортивно-оздоровчого туризму (водний, пішохідний, гірськолижний), еколого-пізнавальний тощо. Характерною їхньою рисою є масовість та відносна дешевизна в організації.

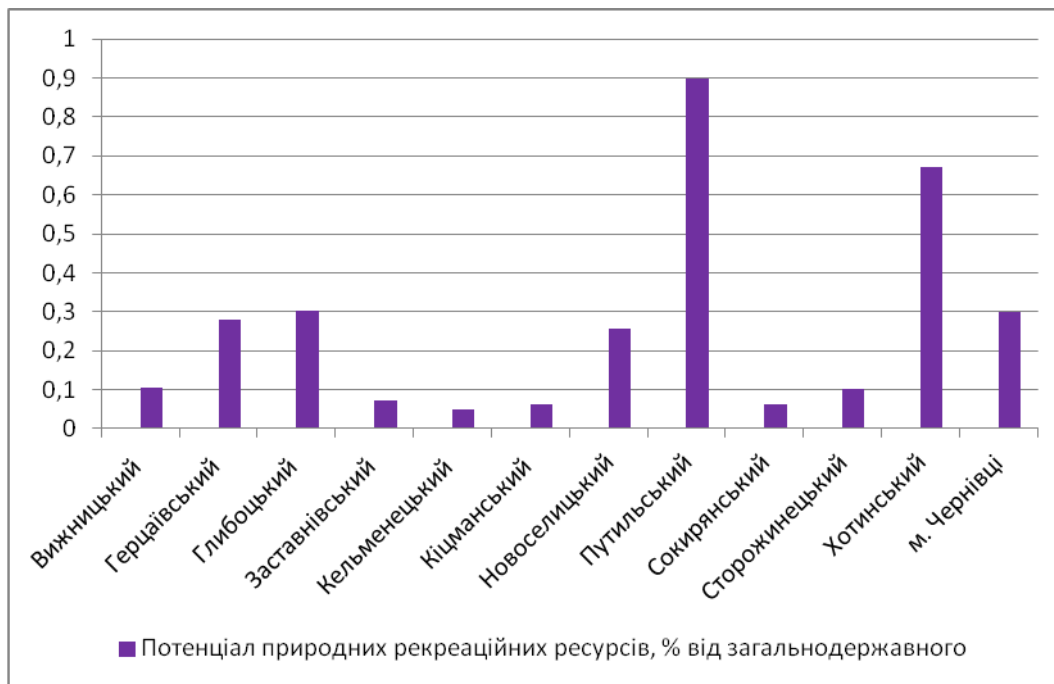


Рис. 3. Потенціал природних рекреаційних ресурсів адміністративних районів Чернівецької області

За потенціалом природних рекреаційних ресурсів провідне місце займає гірський Путільський район, що визначатиме трансформацію його спеціалізації з аграрного в агро- та екотуристичний.

Курортно-лікувальний сегмент туристично-рекреаційної діяльності (ТРД) забезпечений, в першу чергу, специфікою мікрокліматичних умов, яку доповнює видовий склад лісів (ялина, смерека, з домішкою бука) низькогір'їв Берегометського, Путільського фізико-географічних районів, Селятинської улоговини. Саме ці чинники дають підставу стверджувати про можливість розгортання на цих територіях гірських кліматичних курортних зон [2].

Об'єкти, що забезпечують можливість розвитку пізнавально-розважального сегменту ТРД приурочені до поселенських ландшафтів, а вони, в свою чергу, до місцевостей терас як фізико-географічних одиниць. У даному випадку концентрація досліджених археологічних пам'яток, історико-краєзнавчих та літературно-меморіальних музеїв, об'єктів літературно-меморіальної спадщини тощо, приурочені до поселенських антропогенних ландшафтів м. Вижниці та смт. Путили. Крім цього, саме в Карпатському регіоні проводяться відомі та популярні серед населення краю та туристів фестивалі й народні гуляння: «Вихід на полонину», «Шовкова косиця» (смт. Путила), «Захарецький гарчик» (с. Підзахаричі, Путільського району).

Головним туристсько-рекреаційним ресурсом Буковинських Карпат, для розвитку різних видів спортивно-оздоровчого сегменту ТРД є

природні його чинники: для водного туризму – наявність річок придатних для сплаву.

Для скелелазіння в межах Буковинських Карпат придатними є більше 10 об'єктів. До екзотичних видів ТРД в цьому регіоні зачисляється й спелеотуризм [2]. Об'єкти цього виду приурочені до кристалічних порід палеозою масиву «Чорний Діл» в межах Чорнодільського фізико-географічного району.

Окремо слід виділити пішохідний сегмент спортивно-оздоровчої туристично-рекреаційної діяльності. Треба відзначити, що практично вся територія дослідження є в тій чи іншій мірі придатною для організації цього виду рекреаційно-туристичної діяльності різної складності. Біля 70 вершин Буковинських Карпат є доступними для пішохідних туристів.

Регіон володіє ресурсами для організації гірськолижного сегменту спортивно-оздоровчої туристсько-рекреаційної діяльності. Серед представлених у регіоні комплексів виділяємо «Мигово» та «Німчич».

Список використаних джерел:

1. Географія Чернівецької області. Навчальний посібник // За ред. Я.І. Жупанського. – Чернівці: ЧДУ, 1993. – 192 с.
2. Дутчак С. В. Приуроченість туристсько-рекреаційних ресурсів до природних ландшафтних комплексів (на прикладі Чернівецької області) / Дутчак С. В., Дутчак М. В // Наукові записки Вінницького педуніверситету. Сер. Географія. – 2013. – Вип. 25. С. 81-91.
3. Руденко В. П. Географія природно-ресурсного потенціалу України. – У 3-х част.: підручн. – Чернівці: Чернівецький нац. ун-т, 2010. – 552 с.

ГЕОПРОСТОРОВА ОРГАНІЗАЦІЯ ТУРИСТИЧНО-РЕСУРСНОГО ПОТЕНЦІАЛУ ПРИМІСЬКОЇ ЗОНИ М. ТЕРНОПІЛЬ

Рудакевич Іван

*Тернопільський національний педагогічний університет імені В. Гнатюка
м. Тернопіль, Україна*

В останні роки значні зусилля місцевої влади і бізнесу спрямовані на розвиток туристичної галузі міста Тернопіль, а також у населених пунктах навколо нього. В околицях міста наявний значний туристичний ресурсний потенціал, однак він у повній мірі не використовується через недостатню

вивченість і освоєність. Багато туристичних об'єктів в околицях Тернополя перебувають у доброму стані, однак часто через відсутність належної промоції та інфраструктури вони не популярні серед туристів.

Дослідженню туристичного ресурсного потенціалу приміської зони м. Тернопіль присвячено багато наукових робіт. Розміщення і потенціал природних туристичних об'єктів на даній території досліджували О. Заставецька, Я. Мариняк, С. Новицька, Й. Свинко, Л. Царик та інші. Історико-культурні об'єкти околиць Тернополя охарактеризовані в роботах Л. Бойцун, К. Дударчук, О. Івченка, В. Мороза, О. Рунців та інших авторів.

Метою даної публікації є дослідження геопросторової організації туристично-ресурсного потенціалу приміської зони м. Тернопіль (головно території Тернопільського району) для забезпечення розвитку різних напрямків рекреаційно-туристичної діяльності.

Територія передмістя Тернополя завдяки особливій геологічній будові та ландшафтному різноманіттю є багатою на цікаві природні об'єкти. До них належать різні форми рельєфу та відслонення, внутрішні та підземні води, рекреаційні ліси, природоохоронні комплекси.

У геологічному відношенні ця приміська територія розташована на Волино-Подільській плиті, однак на поверхні переважають неогенові та кайнозойські відклади. В північній частині проходить Товтрове пасмо з вапняковими вершинами та мальовничим ландшафтом. У південній та південно-східній частинах Тернопільського району у глибоких річкових долинах відкриваються геологічні відслонення із шарами різних епох. Поблизу сіл Білоскірка, Баворів, Лучка розташовані відслонення нижньодевонських пісковиків і аргілітів. Неподалік сіл Великий Глибочок і Дубівці височіють горби-останці, які є відрогами Товтровоного кряжу, складені переважно з вапняків неогенового періоду. Такі цікаві геологічні об'єкти часто є осередками для розвитку наукового та пізнавального туризму.

Сприяє для розвитку туризму також рельєф поверхні. Абсолютні висоти тут коливаються від 272 м (русло р. Гнізна біля с. Скоморохи) до 440 м (околиці с. Дубівці) над рівнем моря. Поверхня переважно хвиляста, часто розчленована ярами та балками. У південній частині району річки Серет та Гнізна утворили глибокі каньйоноподібні долини (села Миролобівка, Лучка, Баворів, Смолянка) з численними меандрами, які створюють мальовничі краєвиди та неповторні ландшафти. Нерівності рельєфу поблизу сіл Підгороднє, Петриків, Острів, Великий Глибочок,

Гаї-Шевченківські часто взимку використовують для потреб лижного туризму та спорту.

Територія Тернопільського району також багата на різні водні ресурси, оскільки тут наявна досить густа гідрографічна мережа. Всі річки району належать до басейну Дністра та Чорного моря. Головною річкою є Серет з притоками Гнізна, Гніздична, Гнила Гнізна, Качава (ліві), Нішла, Руда, Довжанка, Нестерівка (праві). На більшості річок району споруджено більше 20 ставків і 2 водосховища (обсягом більше 1 млн. м³ – Тернопільське та Верхньоівачівське). Ці водосховища активно використовуються для потреб рекреації, рибальства, технічного водопостачання та судноплавства. Поблизу с. Миролобівка розташоване невелике озерце «Безодня», яке взяте під охорону як гідрологічна пам'ятка природи.

Ще одними з найпоширеніших водних об'єктів у районі є джерела, які мають важливе екологічне, економічне та соціальне значення. Вони використовуються не лише для забору чистої питної води, але й з лікувально-оздоровчою метою та для здійснення релігійних обрядів. Поблизу джерел у селах Острів, Ступки, Смиківці, Дичків, Курники споруджені каплиці, біля яких проводять освячення води та богослужіння. Користується популярністю чиста вода з джерел у селах Гаї-Гречинські, Дубівці, Товстолуг, Миролобівка.

На території Тернопільського району також розміщені джерела лікувальних вод. Вони належать до бальнеологічних ресурсів, які складаються з мінеральних вод і лікувальних грязей. У районі відкриті джерела та свердловини із сірководневими водами поблизу сіл Настасів і Козівка. В околицях с. Настасів залягають також лікувальні грязі із вмістом сірководню та органічних речовин. Ці торфові грязі та сірководневі води використовуються в оздоровчому комплексі, який розміщений у цьому селі, а також в санаторії «Медобори» (с. Конопківка Тербовлянського району).

Важливе місце серед туристичного потенціалу Тернопільського району займають біотичні ресурси, які складаються з флористичних (рослинний світ) і фауністичних (тваринний світ). З флористичних ресурсів для рекреаційної діяльності найчастіше використовуються ліси. Загальна площа, вкрита лісами становить близько 4900 га, однак лісистість Тернопільського району є однією з найнижчих в області – лише 6,2 % території [2, с. 358]. Найбільші лісові масиви в районі зосереджені в південній, південно-західній та північній його частинах. Значну роль для рекреації відіграють невеликі ліси в приміській зоні м. Тернополя, які

розташовані поблизу сіл Довжанка, Петриків, Чистилів, Гаї-Шевченківські, Великі Гаї. В окремих селах району (Настасів, В. Глибочок, Плотича, Грабовець) збереглися невеликі дендропарки.

Значний туристичний потенціал мають також 30 об'єктів природно-заповідного фонду на території Тернопільського району. Серед них виділяються 7 заказників, 2 дендропарки (с. Плотича і Настасів), 21 пам'ятка природи. Важливе значення для розвитку рекреації мають Серетський гідрологічний, Чистилівський орнітологічний та Іванівський ботанічний заказники, а також пам'ятки природи – цілющі джерела у селах Дичків, Дубівці, Миролубівка, Острів, Смиківці, Ступки. Заповідні території відіграють важливу роль в охороні цінних природних комплексів, а також сприяють розвитку екологічного, зеленого та пізнавального туризму.

У приміській зоні м. Тернопіль зосереджений значний потенціал історико-культурних туристичних ресурсів. У більшості сіл і селищ розміщені старі храми, археологічні знахідки, місця історичних подій та інші цікаві об'єкти. Багата територія району на археологічні пам'ятки, які розташовані у багатьох поселеннях. Одна з найдавніших стоянок давньої людини знайдена на околиці с. Великий Глибочок. Сліди поселень палеоліту та мезоліту знайдені у селах Петриків та Івачів Горішній. Поселення та поховання доби міді та трипільської культури виявлені у селах Петриків, Підгороднє, Товстолуг, Баворів, Скоморохи. Давньоруські кургани та городища знайдені поблизу сіл Великий Глибочок, Підгороднє, Почапінці, Товстолуг, Чернелів-Руський. У селах Товстолуг і Скоморохи збереглися козацькі могили.

На території Тернопільського району розташовані чотири пам'ятки архітектури: палац Коритовичів (1720 р.) у с. Плотича, костел (зараз православна церква св. Петра і Павла) у с. Буцнів, церква Іоанна Предтечі (1747 р.) і костел у с. Баворів. Однак реальна кількість цікавих архітектурних пам'яток (більшість з яких не охороняються) є набагато більшою. У населених пунктах району збереглося багато досить старих (віком більше 100 років) культових споруд. Серед них варто виділити церкву Св. Трійці у с. Шляхтинці (1674 р.), костел Успіння Пресвятої Богородиці у с. Прошова (1700 р., недіючий), церкву Пресвятої Діви Марії у с. Буцнів (1744 р.) та Введення у храм Пресвятої Богородиці в с. Смолянка (1780 р.).

З інших цікавих архітектурних пам'яток можна виокремити палац Коритовичів у с. Плотича, колишній панський маєток у с. Грабовець (1891 р.), а також унікальний залізничний міст-віадук (1897 р.) на околиці с.

Буцнів. У населених пунктах Тернопільського району споруджено також багато пам'ятників і пам'ятних знаків. Переважно вони присвячені українському поетові та національному діячу Т. Шевченку. З решти варто виокремити перший в області пам'ятник С. Бандері у с. Козівка (1992 р.), літературознавцю К. Студинському (с. Кип'ячка), громадсько-політичному діячу Я. Стецьку (с. Великий Глибочок), географу І. Теслі (с. Настасів), отцю М. Михалевичу (с. Чернелів-Руський), О. Барвінському (с. Шляхтинці).

У Тернопільському районі функціонують три музеї – діяча українського визвольного руху, співзасновнику ОУН Ярославу Стецьку у с. Великий Глибочок, всесвітньовідомої оперної співачки Соломії Крушельницької у с. Біла та українського літературознавця Кирила Студинського у с. Кип'ячка. При школах і закладах культури відкриті кімнати-музеї історика М. Кордуби (с. Острів), полоніста С. Балея (сmt. Великі Бірки).

У приміській зоні м. Тернопіль завдяки вигідному географічному положенню досить розвинута туристична інфраструктура. Зокрема, транспортну мережу Тернопільського району складають 94,7 км залізничних колій та 279,2 км автомобільних доріг, а також тимчасово недіючий міжнародний аеропорт «Тернопіль» у межах с. Смиківці. Через м. Тернопіль проходять 5 магістральних залізниць та 5 автомобільних трас. До всіх населених пунктів району прокладені дороги з твердим покриттям, а також організовано автобусне сполучення.

Заклади розміщення туристів у Тернопільському районі (всього – 10 об'єктів) розташовані переважно біля об'їзної дороги м. Тернополя. До таких належать готелі «Джентльмен», «Братислава» (с. Петриків), «Камелот» (с. Великі Гаї), «Диканька» (с. Байківці). Окремі готельні заклади функціонують у с. Смиківці («Глобус плюс»), Великі Гаї («Акант», «На дубах»), Почапінці (мотель). У районі також діють садиби сільського зеленого туризму, які теж розміщують туристів (села Гаї-Шевченківські, Великі Гаї, Горішній Івачів, Малий Ходачків).

У Тернопільському районі діють 62 заклади громадського харчування. Серед них переважають невеликі кафе та бари, які розташовані поблизу автомобільних доріг. У деяких великих селах і селищах (Великі Гаї, Велика Березовиця, Петриків, Підгороднє) також функціонують великі заклади харчування для святкування урочистих подій. Ресторани сконцентровані переважно поблизу м. Тернополя (села Петриків, Байківці, Великі Гаї, Смиківці).

З відпочинкових закладів для рекреаційно-туристичних потреб найчастіше використовуються дитячий санаторій і табір «Веселка» у с. Петриків. Окремі відпочинково-оздоровчі заклади (сауни, оздоровчі процедури) діють у селах Великі Гаї, Петриків, Підгороднє, Біла. Невеликі рекреаційні зони з певним набором послуг (місця для харчування, рибальство, купання) організовані на берегах ставків поблизу сіл Петриків, Довжанка, Горішній Івачів.

В межах Тернопільського району в останні роки туристами використовуються кілька апробованих туристичних маршрутів, які ще офіційно не затверджені органами влади. Наприклад, тернопільськими вело туристами часто використовуються такі маршрути як Тернопіль – Петриків – Острів – Буцнів, Тернопіль – Товстолуг – Баворів, Тернопіль – Плотича – Дубівці. Серед пішохідних туристів популярний паломницький маршрут з Тернополя до с. Острів через Петриків чи смт. Велика Березовиця. Перспективними туристичними маршрутами (особливо для пішохідних, автомобільних чи велосипедних мандрівок) можуть бути Тернопіль – Плотича – Горішній Івачів (пізнавальний та рекреаційний туризм), Тернопіль – Курники – Дубівці (вздовж Товтровоного пасма), Тернопіль – Миролюбівка – Настасів (пізнавальний та рекреаційний).

Перспективними туристичними центрами на території Тернопільського району можуть бути села Настасів (рекреаційний та оздоровчий туризм на базі бальнеологічних ресурсів), Миролюбівка (відпочинковий сегмент), Кип'ячка і Великі Бірки (пізнавальний та історичний), Плотича (пізнавальний та оздоровчий), Дубівці, Підгороднє (рекреаційний та велосипедний).

Список використаних джерел:

1. Паспорт Тернопільського району [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.oda.te.gov.ua/ternopilaska/ua/2470.htm>
2. Природні умови та ресурси Тернопільщини. – Тернопіль: ТзОВ «Тернограф», 2011. – 512 с.

КОНКУРЕНТНИЙ ПОТЕНЦІАЛ САНАТОРНО-КУРОРТНОЇ ГАЛУЗІ ІВАНО-ФРАНКІВЩИНИ

Михайло Рутинський

*Львівський національний університет імені Івана Франка,
Львів, Україна*

У ХХІ століття Україна вступила державою, що динамічно розвивається і прагне більш активно включитися у світові суспільно-економічні процеси, інтегруватися в європейське співтовариство.

А в сучасному світі відпочинок, рекреація, туризм, оздоровлення – що априорі означає здоров'я – є найвищою соціальною цінністю. Тому за останні кілька десятиліть років у світі поступово зростає значення санаторно-курортної галузі [4, 6, 7]. Це пов'язано в першу чергу із значним зростанням доходів населення економічно розвинених країн, зростанням загальноосвітнього рівня людей, розвитком транспортного сполучення. Крім того, індустріальний розвиток цивілізації, забруднення екологічних систем навколо великих промислових районів, спонукає дедалі більшу кількість людей вишукувати можливості відпочинку та оздоровлення в спеціально облаштованих для цього закладах, розташованих на екологічно малопорушених територіях, передусім біля морських узбережь та в горах.

Тож санаторно-курортна галузь є важливим елементом сучасного туристичного господарства. Діяльність галузі спрямована на відтворення витрачених у процесі життєдіяльності (трудової, навчальної, побутової) розумових, духовних і фізичних сил людини, що здійснюється шляхом загальнооздоровчого, культурно-розважального і пізнавального відпочинку, безпосередньо санаторно-курортного лікування, фізичної культури та спорту.

Сучасний етап розвитку санаторно-курортної сфери України в цілому та Івано-Франківської області зокрема характеризується різким падінням платоспроможного попиту на санаторно-курортні послуги з боку населення в 90-х роках ХХ ст. на фоні незначного скорочення рекреаційної ємності оздоровниць. Це призвело до зниження показників заповнюваності ліжкового фонду санаторно-курортних установ, до суттєвого зниження рівня ефективності рекреаційної діяльності.

Стабілізація економіки в останні роки, зростання національного валового доходу, зростання доходів населення сприяє відновленню попиту на санаторно-курортні послуги та відновленню економічно стану

санаторно-курортних закладів. Але відчувається значна диференціація в фінансовому забезпеченні, і як наслідок, різний рівень менеджменту. Це призводить до того, що на ринку рекреаційних послуг присутні заклади сучасного європейського рівня та депресивні заклади зі значним рекреаційним потенціалом, послуги яких не відповідають сучасним вимогам якості обслуговування [5].

Івано-Франківська область, яка була відома як всесоюзна оздоровниця за часів СРСР, характеризується наявністю значної гідромінеральної бази та лікувального біокліматичного потенціалу, що сприяє розвитку санаторно-курортної галузі. Тут знаходяться родовища мінеральних вод різних типів і бальнеологічних груп, які зустрічаються в інших регіонах, а також і в Західній Європі. На їх базі створені спеціалізовані заклади санаторно-курортного типу, що поряд із сприятливими кліматичними і ландшафтними особливостями краю створюють комфортні умови для відпочинку та лікування [6].

Водночас, відсутність належних умов фінансування санаторно-курортних установ області знижує якість їхніх послуг та ускладнює перспективи виходу їх на зовнішні ринки рекреаційних послуг. Тому на сьогодні надзвичайно актуальними є аналіз і дослідження санаторно-курортної галузі, що дасть змогу ефективніше використовувати фінансові ресурси та залучити міжнародні інвестиції в дану галузь для активнішого попиту на національний рекреаційний продукт на зовнішніх ринках рекреаційно-курортних послуг.

Для рекреаційно-курортних зон Івано-Франківської області властиві недостатній рівень забезпеченості об'єктами рекреаційної інфраструктури порівняно з нормативними; хронічне недовантаження об'єктів рекреаційної інфраструктури і значна зношеність основних фондів рекреаційних підприємств, що виступають продуцентами курортно-рекреаційних послуг; надмірна експлуатація і використання традиційних рекреаційних зон та незначне освоєння перспективних зон та нетрадиційних видів рекреаційної діяльності; розпорошення власності та нерухомості у рекреаційній сфері місцевого господарства; нерегульованість процесу регулювання підприємництва та механізму малої приватизації у сферах, що обслуговують туристичну галузь [1-3, 5, 6].

Подібне бачення проблеми дозволяє досліджувати курортно-рекреаційну галузь Івано-Франківщини як компонент регіонального господарства, що утворює сталий, цілісний регіональний курортно-рекреаційний комплекс, який базується на ідентичності природної

рекреаційної бази, набутому мікрорегіонами досвіду культури виробництва при певній кооперації праці тощо.

До факторів конкурентного середовища санаторно-курортних закладів регіону відносяться приватні заклади, що пропонують у своєму спектрі послуг послуги аналогічні послугам профспілкових санаторіїв, але на сучасному рівні якості. Також конкуренцію складають заклади аналогічного профілю сусідніх регіонів (Львівської, Закарпатської, Чернівецької та Тернопільської областей).

Тому для того, щоб утримати свою частку ринку санаторно-курортних послуг санаторно-курортні заклади Івано-Франківщини повинні активно просувати якісний конкурентоздатний продукт як на регіональному, так і на загальнодержавному рівнях [5, с. 177].

Особливості процесу функціонування та розвитку рекреаційної сфери й туризму пов'язані з позитивними і негативними факторами соціально-економічного розвитку області.

На снові проведеного SWOT-аналізу визначено позитивні й негативні фактори розвитку санаторно-курортних закладів регіону. Проведений аналіз оздоровниць, в яких відвідувачі отримують послуги лікування та оздоровниці, в яких відвідувачі перебувають з метою відпочинку.

Матриця SWOT-аналізу продукту: Перебування в оздоровницях з метою відпочинку.

В основі – відпочинково-оздоровчі потреби туристів, які перебувають на відпочинку в оздоровницях. Основна мета приїзду – можливість оздоровитись, відновити фізичне та емоційне самопочуття. Головним чином, туристи перебувають в закладах розміщення готельного типу та пансіонатах. Основні послуги, які надаються – рекреаційні, медичні та косметичні.

Основні центри – Яремче, Косів, Ворохта, Татарів.

Цільові сегменти ринку: сім'ї з дітьми, люди похилого віку, молоді люди, які бажають відновити сили після трудової діяльності.

Природні особливості бальнеологічних ресурсів регіону зумовлюють те, що даний туристичний продукт в області має всі шанси розвитку. Попит на нього можна оцінити як високий.

Також проаналізовано сильні та слабкі сторони такого турпродукту як перебування туристів в оздоровницях Івано-Франківщини з метою лікування.

1. Сильні сторони:	2. Слабкі сторони:
1.1 Значна місткість нічліжної бази;	2.1 Низька якість нічліжної бази;
1.2 Туристична привабливість оздоровчих місцевостей;	2.2 Брак конкретної пропозиції для осіб, які перебувають в оздоровниці з метою відпочинку;
1.3 Великий вибір медичних та косметологічних послуг;	2.3 Недостатня пропозиція для розвитку рекреації та розваг.
1.4 Довгий період функціонування на ринку;	
1.5 Низькі ціни на більшість послуг.	
3. Можливості:	4. Загрози:
3.1 Зацікавлення туристів активним відпочинком для відновлення психо-фізичних сил організму;	4.1 Конкуренція з боку аналогічних за своїм напрямком діяльності закладів Польщі, Словаччини та Угорщини;
3.2 Вдосконалення та розвиток інфраструктури агроосель та пансіонатів.	4.2 Негативне враження туристів від якості обслуговування.

Матриця SWOT-аналізу продукту: Перебування туристів в оздоровницях з метою лікування.

В основі – оздоровлення, відновлення фізичного та емоційного самопочуття.

Головним чином, туристи перебувають в пансіонатах і санаторіях з лікуванням, де поряд з лікувальними процедурами до послуг туристів також піші або автобусні екскурсії.

Основні центри: Яремче, Ворохта, Косів, Татарів.

Цільові сегменти ринку: діти, люди похилого віку, молоді люди, які потребують лікування, а також неповносправні громадяни.

Таким чином, проаналізувавши позитивні та негативні фактори розвитку місцевих оздоровниць, а також визначивши їхні можливості та загрози можна зробити висновок, що санаторно-курортні заклади області в останні декілька років перебувають в кризовому становищі, що зумовлено рядом економічних та соціальних аспектів, тому активізація розвитку аналогічних закладів сусідніх областей досить негативно

впливає на коефіцієнт попиту на санаторно-курортні послуги підприємств регіону.

1. Сильні сторони	2. Слабкі сторони
1.1. Значна нічліжна база санаторно-курортних закладів;	2.1. Неприваблива архітектура більшості оздоровниць, збудованих ще в середині минулого століття;
1.2. Туристична привабливість місцевостей, де розташовані оздоровниці та їх околиць;	2.2. Брак інформації про специфіку оздоровчо-лікувальних послуг серед персоналу оздоровниці;
1.3. Значний спектр лікувальних та бальнеологічних послуг;	2.3. Інформаційна недоступність багатьох оздоровниць;
1.4. Доступні ціни, що приваблює сюди на відпочинок та лікування численних туристів з-за кордону.	2.4. Непристосованість лікувально-профілактичної інфраструктури більшості оздоровниць до стану здоров'я туристів, які перебувають на лікуванні в даних закладах.
3. Можливості	4. Загрози
3.1. Поширення в медичному середовищі інформації про значення санаторно-курортних послуг в частці загальних туристично-рекреаційних послуг;	4.1. Кокуренція з боку аналогічних закладів сусідніх регіонів та закордонних закладів-аналогів;
3.2. Модернізація санаторно-курортної інфраструктури;	4.2. Негативне враження туристів про якість наданих послуг;
3.3. Можливість освоєння нових ринків у зв'язку із членством ряду сусідніх держав в ЄС.	4.3. Низька платоспроможність місцевого населення.

До прикладу, такі центри як курортпліс Трускавець, Моршин, Східниця Львівської області та ряд оздоровниць Закарпаття активно використовують свої бальнеологічні та рекреаційні ресурси, крім того активна реклама в засобах масової інформації робить ці центри інформаційно доступними.

Санаторно-курортні заклади Івано-Франківщини за своїми природними показниками мало чим поступаються цим відоми оздоровницям, проте неефективна держвна політика, відсутність маркетингової стратегії в самих оздоровницях, а також подекуди ще залишки рядянської свідомості у відношенні до клієнта з боку персоналу – все це рообить даний продукт регіону неконкурентноздатним на тлі сусідніх областей, не кажучи про загальноукраїнський рівень.

До негативних чинників, які впливають на комплексний розвиток санаторно-курортного оздоровлення населення та перетворення області на туристично-курортний центр та потребують вирішення на державному рівні, належать:

- Структурна перебудова санаторно-курортного комплексу, застосування принципово нових підходів і методів, принципів і пріоритетів керівництва галуззю;

- Раціональне, комплексне використання природних лікувальних ресурсів;

- Невідповідність якісних характеристик (в тому числі рівня комфортності) та організаційно-економічних механізмів функціонування санаторно-курортної сфери;

- Низький рівень маркетингових досліджень у сфері санаторно-курортної діяльності, слабкість її інформаційно-рекламного забезпечення на внутрішньому й особливо зовнішньому ринках, недоліки інформаційної інфраструктури;

- Неefективність механізму регулювання цін на санаторно-курортні послуги, рівень та динаміка яких повинні визначатися забезпеченістю індустрії оздоровлення, відпочинку та туризму;

Тому пріоритетними заходами щодо підвищення конкурентоздатності (зокрема, прибутковості) цієї сфери, повинні стати:

- Стимулювання підприємницької активності в даному виді економічної діяльності, цільове залучення ресурсів цих суб'єктів господарювання на виконання програм розвитку рекреаційно-курортної сфери та туризму, розширення мережі об'єктів дозвілля і відпочинку;

- Впровадження гнучкого стимулюючого податкового механізму, зокрема податкових пільг для інвесторів, які гарантують розбудову та довгострокові вкладення в санаторно-курортну індустрію, в тому числі звільнення від оподаткування частини прибутку рекреаційних підприємств, використаної на покращення їх матеріально-технічної бази;

- Проведення реконструкції та модернізації санаторно-курортних, відпочинкових і туристичних закладів, а також автомобільних доріг до рекреаційно-курортних центрів, які за рівнем функціонування наближалися б до міжнародних стандартів;

- Розроблення генеральних планів та схем забудови курортів і туристичних центрів;

•Вдосконалення механізмів контролю за дотриманням стандартів надання санаторно-курортних послуг, подальша сертифікація підприємств рекреаційно-курортної сфери;

•Посилення загальнодержавної і міжнародної реклами місцевих рекреаційних ресурсів регіону та відповідних послуг;

•Створення єдиної інформаційної системи з повним банком даних переліку туристичних і курортних послуг (маршрутів, об'єктів, закладів, природно-рекреаційних ресурсів, історико-культурних пам'яток, транспортного забезпечення та інших послуг, у т. ч. із зазначенням цін), а також порталів в інформаційному просторі Інтернет;

•Вдосконалення системи підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації працівників рекреаційної сфери й туризму [1, 6].

Виконання цих заходів, а також покращення економічної політики держави в галузі санаторно-курортного оздоровлення населення зможе підняти санаторно-курортну галузь Івано-Франківської області на якісно новий рівень економічного розвитку.

Список використаних джерел:

1. Гетьман В. І. Курортна галузь Карпатського регіону в контексті загальнодержавної проблеми перспективного розвитку // Ресторанне господарство і туристична індустрія у ринкових умовах: Зб. наук. праць. – К.: КНТЕУ, 2003. – С. 207-211.
2. Гетьман В. І. Стан і перспективи розвитку бальнеологічних курортів Українських Карпат // Регіональна економіка. – 2001. – № 3. – С. 152-160.
3. Гринів Л., Мацола В. Розвиток рекреаційного підприємництва в Українських Карпатах // Проблеми регіональної політики: Зб. наук. пр. / Ін-т регіональних досліджень. – Львів, 1995. – С. 109-118.
4. Гудзь П. В. Економічні проблеми розвитку курортно-рекреаційних територій. – Донецьк, 2001. – 269 с.
5. Рутинський М. Й. Івано-Франківщина: територіальна організація туристичного комплексу та структура сучасного турпродукту регіону // Наукові записки Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського. Серія: Географія. – Вінниця, 2004. – Вип. 7. – С. 177-184.
6. Рутинський М. Й., Стецюк О. В. Туристичний комплекс Карпатського регіону України: Монографія. – Чернівці: Книги – XXI, 2008. – 440 с.
7. Степанов Е. Г. Основы курортологии: Учебн. пос. – М.: Медицина, 2006. – 370 с.

ПРОБЛЕМАТИКА ФУНКЦІОНУВАННЯ ТА РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОГО БІЗНЕСУ В УКРАЇНІ

Оксана Сенишин

*Львівський національний університет імені Івана Франка,
Львів, Україна*

Туризм на сьогодні є не лише практикою суспільного життя, а й чинником, що впливає на світовий розвиток. Туристичний бізнес на сучасному етапі розвитку економіки охопив усі країни і континенти світу. З іншої сторони, цей бізнес вважається одним з найбільш прибуткових в економіці і з кожним роком його вплив на економіку країни все більше і більше посилюється. Різноманітні форс-мажорні обставини, непередбачувані події, такі як закриті “повітряні коридори” країн Європи і незадоволені туристи свідчать про певні промахи та прогалини в діяльності туристичних підприємств України. Звідси, актуальним та доцільним на сьогодні є визначення проблем туристичної галузі та напрямів їх вирішення. Отже, до основних проблем, що стримують розвиток такої галузі можна віднести:

- питання створення нормативно-правової бази державного регулювання в галузі туризму;
- незначна кількість туристичних представництв за кордоном та непрофесійний вибір іноземних партнерів;
- занадто складні порівняно із загальновизнаною міжнародною практикою візові, митні та прикордонні процедури;
- податкове законодавство, що не сприяє вкладенню інвестицій в інфраструктуру туризму та санаторно-курортний комплекс;
- інші проблеми пов’язані з туризмом, зокрема різновідомча підпорядкованість туризму, невідповідність наявної туристичної інфраструктури світовому рівню та сучасним вимогам споживачів туристичного ринку і т.п.

Загалом, якщо дослідити інституціональне забезпечення туристичної сфери України, то на даний час діє близько 650 нормативно-правових документів, що прямо або опосередковано стосуються туристичної сфери. Але, незважаючи на це, виникають щораз нові проблеми, пов’язані чи то з фінансовими огріхами туристичних підприємств, чи з форс-мажорними обставинами і природними стихійними явищами, від яких туристи нібито і застраховані, але чомусь незахищені і на практиці зазнають різного роду збитків. Згідно з ЗУ “Про туризм” для туристів обов’язковим є тільки

медичне страхування і страхування на випадок нещасного випадку [2]. Обов'язок забезпечити таке страхування покладено на українські туристичні компанії. В більшості випадків такий страховий поліс не охоплює ситуації форс-мажору. Водночас, турист може самостійно застрахуватися у страховій компанії від обставин, які можуть з ним трапитися під час подорожі, але така страхівка – це додаткові витрати для споживача. Тому, вважаємо за необхідність впровадження та затвердження форми типового договору про надання туристичних послуг, в якому були б максимально враховані інтереси обох сторін і регулювалися їх відносини в конфліктних ситуаціях. Також слід визначити в Законі України “Про туризм” відповідальність і чіткий механізм фінансових компенсацій туроператора або турагентства перед туристом. Кращим напрямком удосконалення даної проблеми є створення Кодексу туризму.

Слід зауважити, що Державна податкова система має суттєвий вплив на ефективність туристичної діяльності, тому головним завданням держави є усунення бар'єрів для розвитку туристичної сфери шляхом проведення виваженої податкової політики з метою підтримки та захисту суб'єктів туристичної діяльності [1]. Також не відпрацьовано механізм заохочувального оподаткування інформаційно-рекламної діяльності, стимулювання інвестицій у туристичну галузь, тощо.

Отже, розвиток туристичної галузі є надзвичайно актуальним для України. Але забезпечувати належну віддачу від потужного туристичного потенціалу, що його має Україна, можна лише за умови чіткої організації туристичної діяльності, впровадження ефективних механізмів державного регулювання галузі, розвиток приватного туристичного сектора, залучення значних інвестицій у цю сферу. Тому, беручи до уваги світовий досвід у сфері туристичної індустрії, сьогодні необхідністю є не лише державне сприяння функціонуванню та розвитку туризму, але його підтримка і у приватному секторі, що загалом стане частиною загальнодержавної гуманітарної політики держави.

Список використаних джерел:

1. Гурбик Ю. Інституційні проблеми державного регулювання туристичної сфери в Україні. Доступно з <http://www.nbu.gov.ua/portal/Soc_Gum/iver/2008_1_2/chapters/chapter_2/chapter_2_part_16.PDF>. – [Цитата від 17.09.2016 р.].
2. Про туризм: Закон України від 15 вересня 1995 року // Голос України. – 1996. – 24 грудня.

3. Холявінська М. Український турист і форс-мажор: хто кого?// УНІАН-Право. – 2010. Доступно з < <http://rights.unian.net/ukr/detail/4132>> . – [Цитата від 15.09.2016 р.].

СУЧАСНИЙ СТАН ТА ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ЕКО-ГОТЕЛІВ В УКРАЇНІ

Сидорова Роксолана

*Львівський національний університет імені Івана Франка,
Львів, Україна*

В умовах сформованого ринку готельних послуг України помітніше проявляється конкуренція, відображена у мультиплікативному характері форм індустрії гостинності. У боротьбі за споживача керівництво готелів змушене розробляти стратегію діяльності з пропозицією споживачеві такого продукту, який найповніше здатен задовольняти його потреби і очікування, характеризується унікальністю.

В умовах науково-технічного прогресу готелі використовують нові методи залучення споживачів – зокрема впровадження концепції «екологічного готелю», яка особливо актуальна в період світових екологічних та економічних криз. З кожним роком екологічна свідомість людей зростає. Для багатьох «зелений» спосіб мислення та життя вже став основою для прийняття рішень не тільки при виборі продуктів харчування та безпечних виробів нехарчової промисловості (таких як фарби, санітарно-гігієнічні засоби, косметика, одяг та ін.), що оточують нас в повсякденному житті, але і більш глобальних рішень. Люди почали приділяти увагу і екологічним аспектам житла, місця роботи та відпочинку [1].

Сьогодні в світі все більшої популярності набуває рух за охорону навколишнього середовища. Піклуючись про екологічну рівновагу, люди все частіше змінюють звички і уподобання.

Еко-готель – це екологічно-сертифіковане житло, створене для поліпшення стану навколишнього середовища, зведення до мінімуму власного негативного впливу на довкілля, тобто функціонує «в гармонії з природою»[3].

Розробники еко-сертифікату для готелів в Україні переконані, що облаштувати своє господарство, щоб воно процвітало, не завдаючи шкоди

довкіллю – не лише можливо, а й вигідно. Сертифікація добровільна й поки що її мають небагато закладів. Проте, в Україні є значна кількість територій придатних для розбудови еко-готелів, які в свою чергу будуються для збереження навколишнього середовища, адже земля, вода і енергія – це ті ресурси, які всім нам слід берегти. Тому і виникла концепція еко-готелів, покликаних зменшити вплив на навколишнє середовище.

Поняття еко-готель трактується як екологічно-сертифіковане житло, створене з метою поліпшення стану навколишнього середовища шляхом зведення до мінімуму власного негативного впливу на довкілля, і знаходиться в екологічно чистій місцевості. В контексті поняття «еко-готель» необхідно розрізнити екологічно спрямовані, власне екологічні та соціально-екологічні готелі[2].

Для успішного функціонування еко-готелів необхідні три складові: наявність природних чистих територій, екологічна сертифікація третьою незалежною стороною, виважена екологічна політика закладу.

На думку експертів, зокрема Д. Заруби, президента Асоціації малих готелів та апартamentів України, «зелений» туризм почав розвиватися в Україні близько десяти років тому й відтоді його популярність тільки зростає, щороку кількість клієнтів екологічних готелів збільшується на 10%. Директор Центру туристичної інформації В. Царук додає, що номери в деяких екоготелях потрібно бронювати за місяць: у липні й серпні більшість місць вже зайнято. Це підтверджує адміністратор еко-готелю «Хутір Тихий» у Чернівецькій області В. Ністор. За її даними, щороку бажаючих відпочити віддалені від індустріальних територій бажаючих стає більше на 10-15%.

Оптимізм власників еко-готелів не поділяють представники інших сегментів готельного ринку. Так, заповнюваність більшості київських об'єктів для бізнес-туристів цього року катастрофічно знижується. Зараз вона становить 28-30%, що вдвічі нижче показників 2013 р. Причина – падіння ділової активності: бізнесмени зі східних областей не їдуть в Київ, а іноземці очікують стабілізації ситуації в Україні. Це ставить багато столичних готелів на межу виживання[4].

Проте, не далеко від Києва, збудований еко-готель з 12 номерів і побудований абсолютно з органічних матеріалів. Чимало довелося привезти з-за кордону. Більшість гостей – іноземці та охочі відпочити від міського способу життя. У готелі можна не лише смачно поїсти, а ще й корисно. Адже усі страви з натуральних продуктів. Їх до кафе привозять з органічних ферм. Овочі та молоко – українські, а ось різноманітні спеції

та органічні макарони з-за кордону. Тут виробляють власні свіжі йогурти, сир, печуть хліб та солодоші.

На думку маркетолога еко – готелю А. Ле Хак, основну увагу у його концепції необхідно акцентувати на використанні органічних речовин та оригінальності ідеї.

Розвиток еко-готельного бізнесу є перспективним напрямом для України, адже в державі зосереджена значна кількість територій придатних для створення еко-готелів, порівняно низький рівень індустріалізації, достатньо навчальних закладів з підготовки фахівців у сфері гостинності, відзначається зростання інвестицій з-за кордону в готельну індустрію, наявний попит на послуги еко-готелів як серед внутрішніх, так і іноземних туристів. Однак ці конкурентні переваги не використовуються у повному обсязі.

Сьогодні актуальним завданням для науковців в галузі еко-готельного господарства залишається розробка універсальної схеми їх екологічної сертифікації, а також створення механізмів впровадження зелених ініціатив на рівні дрібних, середніх та великих підприємств сфери гостинності.

Підприємці туристичного бізнесу в Україні, особливо, коли йдеться про готелі чи садиби за містом, – усвідомлюють, що кількість туристів залежатиме від стану довкілля поблизу. Тому, сьогодні відбуваються різні конференції, на яких обговорюються питання щодо поліпшення екологічної безпеки послуг і товарів в Україні для здоров'я людини і довкілля, і охоплює: енергоефективність, споживання води, збереження тепла, поводження з відходами, використання засобів побутової хімії, товари та послуги, що закуповуються, транспортування, інформування, стан довкілля.

Водночас, у зв'язку зі складними політичною ситуацією у країні, готельний ринок, зокрема еко-готелі України, перебувають в стані стагнації розвитку. Не зважаючи на те, що досить значна кількість готелів була побудована до підготовки Євро-2012, є готелі, які пройшли екологічну сертифікацію Green Key, проте, еко-готелів все ж в Україні є недостатня кількість, які побудовані саме за екологічними стандартами.

Будівництво екоготелю потребує значних інвестицій. За словами віце-президента з готельного бізнесу компанії VS Energy («Прем'єр Палас», «Ореанда», «Харків Палас Готель», «Прага Палас Готель» та ін.) О. Болотова, у відкриття стандартного тризіркового готелю необхідно вкласти не менше 2,5 тис. дол. за кв. м, а п'ятизіркового – близько 3 тис дол.

Деякі експерти попереджають: кошторис будівництва еко-готелю може відрізнятись від стандартного мінімум удвічі. Експерт В. Горашенко вважає, що в країнах Західної Європи створені спеціальні фонди, які або надають кредит під дуже низькі відсотки для будівництва еко-готелю, або дарують частину обладнання для її роботи. В Україні такої практики немає. Тому всі ці витрати неминуче позначаться на вартості проживання: ціни як мінімум на 30 % вищі порівняно з іншими готелями.

О. Болотов, знайшов вихід з ситуації що склалася – використовувати лише деякі елементи екологічних готелів. Це можуть бути безпечні миючі засоби, економні душі, санвузли тощо. Деякі готелі пропонують своїм відвідувачам лише екологічно чисті продукти. Все це дозволяє отримати диплом міжнародної організації про те, що готель дружній до навколишнього середовища. Таких організацій існує декілька, в Україні поширена програма «Зелений ключ», розроблена французькою компанією FEE та датською HORESTA. «Там близько трьох сторінок вимог». Причому значна частина присвячена збереженню природних ресурсів. На його думку, такий знак – відмінний іміджевий хід, адже багато іноземних компаній вимагають від своїх співробітників зупинятися в готелях з подібним маркуванням. При цьому ціни на проживання в готелі з відзнакою, як правило, суттєво не відрізняються від конкурентів, оскільки готель модернізує лише деякі, а не всі свої процеси[4].

Отже, застосування екологічних програм в готельній індустрії сьогодні особливо актуальне, воно сприяє не тільки заволодінню додаткових клієнтів, що ратують за екологію, але й зекономити гроші власника готелю. Звісно, що більшість клієнтів будуть готові обрати готель тільки тому, що в ньому використовуються технології, як «поблажливі» до навколишнього середовища.

Відкриття еко-готелю – наступний крок у розвитку туристичного бізнесу. Україна має усі перспективи для цього. В Україні є безліч територій, які придатні саме для будівництва еко-готелів, а також розвиток велнес і СПА, використовуючи лише натуральні компоненти при процедурах. Для того, щоб розвивати це потрібні, насамперед інвестиції та підтримка з боку держави.

Список використаних джерел:

1. ISO 14001:2004 «Системи екологічного менеджменту».
2. Данілова О.М. Еко-маркетингові тенденції в розвитку готельного господарства / О.М. Данілова, І.В. Погинайко.
3. Eco hotel – Режим доступу: http://en.wikipedia.org/wiki/Eco_hotel

4. В Україні зростає попит на екоготелі – Режим доступу: <http://news.finance.ua/ua/news/-/328187/v-ukrayini-zrostaye-popyt-na-ekogoteli>

РЕГІОНАЛЬНІ ЧИННИКИ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ ЛЬВІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Ганна Смалійчук, Мирослава Книш

*Львівський національний університет імені Івана Франка,
Львів, Україна*

Чинники розвитку туризму – це рушійні сили, які впливають на кількісні та якісні характеристики його функціонування і розвитку. Туризм розвивається під дією багатьох чинників, виявлення яких є необхідним для організації його ефективної діяльності. Вплив кожного з них на формування і розвиток туризму необхідно враховувати не ізольовано, а в постійному взаємозв'язку і взаємозалежності між собою.

У науковій літературі, вчені пропонують низку ознак, за якими можна здійснювати класифікацію чинників [3]. На наш погляд, класифікацію чинників формування і розвитку туризму необхідно здійснювати за такими ознаками: просторовим охопленням, змістом, тривалістю, значимістю і наслідком впливу (рис. 1) [1].

З географічної точки зору однією з найважливіших класифікаційних ознак є розмежування чинників за просторовим охопленням. Такий поділ дає можливість визначити територіальні межі дії того чи іншого чинника, а отже рівень, на якому повинні вирішуватися питання пов'язані з ними. Так, якщо національні і регіональні чинники безпосередньо впливають на розвиток туризму регіону, то глобальні переважно діють опосередковано.

Згідно з цією ознакою чинники розвитку туризму доцільно поділити на три групи: глобальні, національні, регіональні.

Глобальні чинники (політична та економічна стабільність у світі, міжнародні збройні конфлікти, стан і тенденції міжнародних відносин, рівень науково-технічного прогресу, поява нових видів туризму тощо) нами розглядаються як такі, що позначаються на розвитку туризму в усіх країнах світу.

Національні чинники (політична і законодавча системи, загальна макроекономічна стабільність, рівень інфляції, конкурентоспроможність,

модернізація суспільства, інформаційний образ у ЗМІ тощо) впливають на розвиток туризму усіх регіонів.

Регіональні чинники (географічне положення, природно-ресурсний потенціал, працересурсний потенціал, транспортна інфраструктура культурна спадщина тощо) визначають розвиток туризму тільки на території конкретного регіону.

За змістом регіональні чинники поділяються на природно-географічні і суспільно-географічні. Серед природно-географічних найважливіший вплив мають географічне положення та природні ресурси і умови, а з суспільно-географічних – демографічні, соціальні, фінансово-економічні.

За тривалістю впливу чинники поділяються на коротко- середньо- та довготривалі. Довготривалі чинники, як правило, системно впливають на різні види туризму. Коротко- та середньотривалі чинники є ситуативними, проте також можуть кардинально змінити динаміку розвитку.

За значимістю впливу нами виокремлено чинники основні і другорядні. Основні мають вирішальний вплив на розвиток туризму в конкретних умовах, всі інші є другорядними.

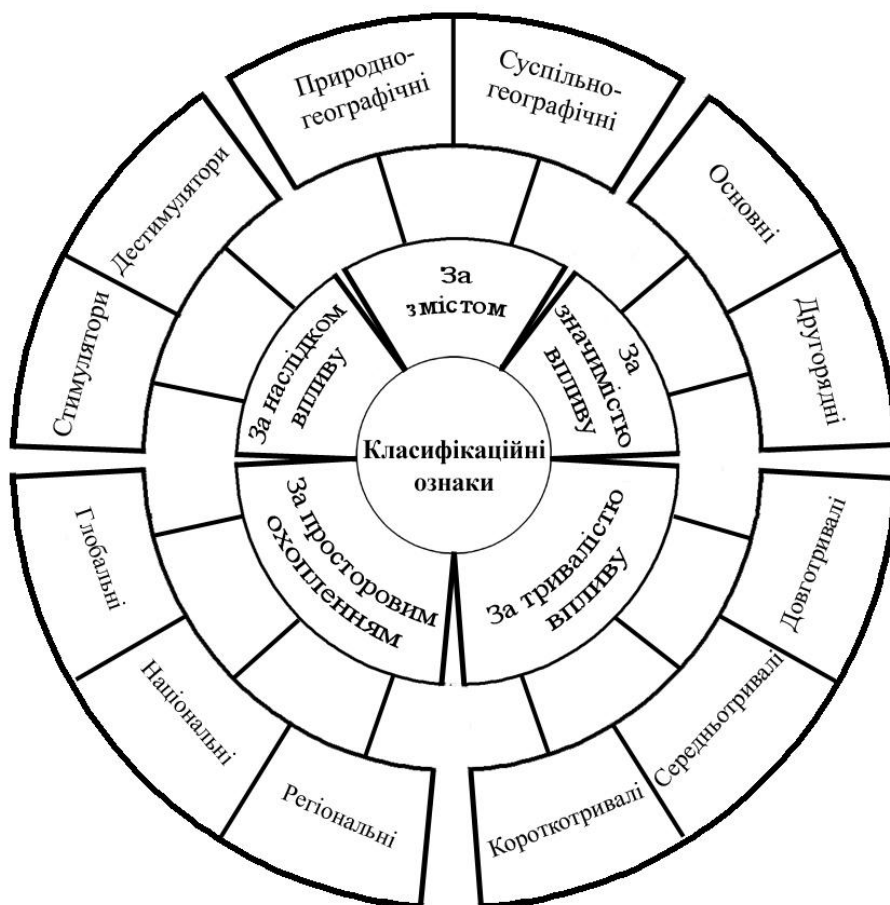


Рис. 1. Класифікаційні ознаки чинників розвитку туризму

Важливе значення мають чинники, виокремлені за наслідком їхнього впливу на об'єкт дослідження. За цією ознакою їх поділяють на стимулятори і дестимулятори. Згадана класифікація є необхідною при дослідженні туризму, оскільки дозволяє завчасно виявити реальні й потенційні загрози, та позитивні можливості для їх відхилення.

В системі регіональних чинників важливе значення мають географічне положення та природно-ресурсний потенціал, які впливають на розміщення населення, розвиток шляхів сполучення, визначають розвиток та домінування певних видів туризму.

Проте, вирішальне значення у формуванні та розвитку туризму мають суспільно-географічні чинники, зокрема демографічні та економічні, з огляду на те, що вони створюють загрози і можливості для його розвитку.

Вивчення особливостей демографічних показників дозволяє проаналізувати структуру попиту та потреби споживачів у туристських послугах. Так, статево-вікова структура населення, рівень урбанізації впливають на існування тих чи інших видів туризму.

Економічні чинники визначають стан поточного рівня розвитку різних видів туризму. Так, інноваційні чинники та інвестиційний клімат дозволяють розкрити конкурентні переваги, потенціал розвитку та привабливість регіону для інвесторів. Матеріально-технічні ресурси впливають на ефективність розвитку туризму та його відповідність сучасним вимогам та досягненням.

При дослідженні регіональних чинників розвитку туризму Львівської області нами зроблено спробу оцінити ступінь впливу кожного з них на різні види туризму. За цим критерієм виокремлено три групи чинників і незначного, середнього та значного впливу (табл. 1).

Економічні чинники характеризуються значним комплексним впливом на розвиток більшості видів туризму, оскільки забезпечують їхню ефективність, інвестиційну привабливість, поширення інновацій, а отже і конкуренту спроможність. Природні чинники найбільше впливають на геопросторову організацію пізнавального, пізнавально-оздоровчого, спортивного, розважального видів туризму.

Здійснивши інтегральну оцінку чинників виокремлено такі з них, що мають найбільший вплив на розвиток туризму Львівської області. До них належать в основному економічні та соціально-демографічні чинники, зокрема: інвестиційні та інноваційні, матеріально-технічні ресурси, цінова політика, ринкова та соціальна інфраструктура, рівень урбанізації та освіченості населення. Окрім цього, у сучасних реаліях розвитку

Таблиця 1

Оцінка регіональних чинників розвитку туризму Львівської області

Види туризму	Групи чинників розвитку туризму																				
	Географічне положення	Природні ресурси					Демографічні та екістичні					Соціальні				Фінансово-економічні					Інформаційні
		Орографічні	Водні	Кліматичні	Фауністичні	Флористичні	Природне відтворення населення	Міграція	Статеві-вікова структура населення	Рівень урбанізації	Освіченість	Зайнятість	Праце ресурсний потенціал	Соціальна інфраструктура	Цінова політика	Ринкова інфраструктура	Матеріально-технічні ресурси	Інвестиційні	Інноваційні	Мале підприємництво	
Пізнавальний	+++	+++	++	++	++	+++	++	++	++	++	+++	+	++	+++	+++	+	+++	+++	+++	++	+++
Оздоровчо пізнавальний	+++	+++	+++	+++	+	+++	++	+	+++	+++	+++	++	++	+++	+++	++	++	+++	+++	+++	+++
Історико-культурний	++	++	+	+	+	++	+	++	++	+++	+++	+	++	+++	+++	+	++	++	++	++	+++
Спортивний	+++	+++	+++	+++	+	+++	++	++	+++	++	+	+	++	+++	+++	+++	+++	++	++	++	+++
Діловий	++	+	+	+	+	+	+	++	++	++	+++	+++	++	+++	+++	+++	++	+++	+++	+++	+++
Науковий	+	+++	+++	++	++	++	+	+	+++	+++	+++	+	++	+++	+++	+	+++	++	+++	+	+++
Розважальний	+++	++	+++	++	++	++	++	+	++	+++	++	++	++	+++	+++	+++	++	++	++	+++	+++
Сакральний	+	+	+	+	+	+	+	++	++	++	+++	+	++	+++	+++	+	+	+	+	++	+++
Сентиментальний	+	+	+	+	+	+	+	++	++	+	+	+	++	+++	+++	+	+	+	+	++	+++

Примітка.* – за ступенем впливу чинника на розвиток туризму:

+ – незначний вплив, ++ – середній вплив, +++ – високий вплив.

економіки, і туризму, як однієї з її галузей, є інформаційні чинники, що забезпечують надання споживачу комплексної інформації про туристичні об'єкти та послуги (табл. 1).

Вплив кожного чинника на розвиток туризму необхідно розглядати не відокремлено, а в постійному взаємозв'язку і взаємозалежності, при цьому вони можуть підсилювати або послаблювати один одного. Аналіз чинників розвитку туризму є однією з найважливіших проблем у його дослідженні, адже вони є причиною появи загроз та негативних тенденцій розвитку.

Список використаних джерел:

1. Наконечна Г. В. Класифікація чинників економічної безпеки / Ганна Володимирівна Наконечна // Науковий часопис НПУ імені М. П. Драгоманова. Серія 4. Географія і сучасність. – 2011. – Вип. 14 (26). – С. 54–59.
2. Наконечна Г. В. Проблеми розвитку туризму (на матеріалах Львівської області) / Г. В. Наконечна, М. М. Книш // Наукові записки Тернопільського національного педагогічного університету. Сер. Географія. – 2009. – №1. – С. 130–134.
3. Яцків М. І. Теорія економічного аналізу / М. І. Яцків. – Львів : Світ, 1993. – 214 с.

КУРОРТНО-РЕКРЕАЦІЙНІ РЕСУРСИ КАРПАТСЬКОГО РЕГІОНУ

Оксана Смик

*Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича
Чернівці, Україна*

Карпатський регіон володіє великим рекреаційним потенціалом, ефективне використання якого може забезпечити більш повне задоволення потреб населення в оздоровленні та відпочинку та приносить реальну економічну вигоду.

Лікування і оздоровлення людей - важливе соціальне завдання. Санаторно-курортне господарство переважно створюється в місцях зосередження сприятливих рекреаційних ресурсів, лікувальні та

оздоровчі властивості яких мають територіальні особливості. Це визначає спеціалізацію санаторно-курортних регіонів на наданні певних видів лікувальних чи відпочинкових послуг.

До санаторно-курортного господарства належать лікувально-профілактичні заклади: санаторії та пансіонати з лікуванням, що на певний час надають хворим лікувальні послуги переважно використовуючи цілющі властивості природних ресурсів. До санаторно-курортного господарства входять також будинки, пансіонати та інші заклади відпочинку населення, що призначені лише для відпочинку. Санаторії та пансіонати з лікуванням - це заклади, що на певний час здійснюють так зване реабілітаційне (відновлювальне) лікування хворих. Ці заклади мають необхідне медичне обладнання, широко використовують для лікування цілющі властивості наявних природних ресурсів.

Санаторно-курортне господарство є однією із важливих складових системи охорони здоров'я і відіграє провідну роль у побудові та збереженні здоров'я нації. В процесі ринкової економіки санаторно-курортне сфера повинна зайняти одне з провідних місць в структурі господарського комплексу краю. Стратегія регіонального розвитку повинна будуватися з урахуванням результатів багатоаспектного аналізу розвитку регіону, оцінки передумов та факторів, що обумовили розвиток рекреаційного комплексу [4].

Лікувально-курортні установи в основному поділяються на типи:

- за особливостями наявних природних умов і ресурсів;
- характером оздоровчого впливу на людину.

За першим підходом до типології курортів виокремлюють бальнеологічні, грязьові, кліматичні, кумисолікувальні тощо. За другим – лікувальні, реабілітаційно-коригуючі, рекреаційно-профілактичні.

Для сучасних курортів характерними є поєднання різних типів діяльності і використання різних ресурсів, у тому числі доставлених з інших курортів. Медичний профіль курорту визначається як наявними природними умовами і ресурсами, так і тими чи іншими рекреаційними потребами держави в цілому й окремих її частин [1].

У Карпатському регіоні розташовані декілька зон санаторно - лікувального призначення. Вони розміщуються у передгірській та гірській зонах. Основними з них є: Трускавецько-Східницька, Моршинська, Немирівська, Великолюблінська, Шклівська у Львівській області; Свалявська, Шаянська, Поляно-Квасівська у Закарпатській

області; Яремчанська, Косовська, Черченська в Івано-Франківській області. У перспективі можливе використання санітарно-лікувальних зон: Верхньосиньовидненської, Гроздівської на Львівщині; Ужанської, Великобігацької на Закарпатті; Мізунської, Буркутської на Івано-Франківщині; Путилівської, Брусницької в Чернівецькій області [2].

Клімат є одним з провідних ресурсів, що зумовлює просторову організацію відпочинку. Сприятлива дія клімату на здоров'я людини важлива для організації всіх видів рекреаційної діяльності, тому потрібно визначити, поряд з біокліматичними показниками, класифікацію сприятливих типів погод та періодів для організації різних видів рекреаційних занять.

Найбільший вплив клімату виявляється через реакцію людини на погоду, тобто на комплекс геофізичних (освітленість, тривалість світлової частини доби, сумарна сонячна та ультрафіолетова радіація, прозорість повітря) і метеорологічних елементів (температура повітря, його вологість, швидкість вітру, хмарність і т.п.) [3].

Кількість оздоровлених в санаторно-курортних та оздоровчих закладах Карпатського регіону станом на 2013 рік становила 352,2 тис. осіб.

В Карпатському регіоні найбільшою популярністю користуються такі санаторії та пансіонати: „Моршин”, „Трускавець”, „Немирів”, „Східниця”, „Яворів” (Львівська область), „Брусниця”, „Зелені пагорби”, „Красноільськ” (Чернівецька область), „Карпатські зорі”, „Долина”, „Ворохта”, „Татарів” (Івано-Франківська область), „Хуст”, „Солотвино”, „Гірська Тиса”, „Берегово”, „Шаян” (Закарпатська область) та інші [4].

Не менш важливе значення має оздоровча рекреація, яка базується виключно на використанні цілющих властивостей лісів, її мета - відновлення працездатності людей, зняття фізичних і нервових навантажень. Здійснюється як у стаціонарній, так і в нестаціонарній формах.

Для стаціонарного оздоровлення людей у Карпатах функціонують близько 30 санаторіїв-профілакторіїв, понад 50 баз і будинків відпочинку, 75 дитячих таборів та інші заклади, які розташовані в лісах або поблизу них. Вони дають можливість щорічно оздоровлювати більше 100 тис. чоловік.

Проте найбільш масовим є нестационарний, або самодіяльний відпочинок у лісі. Влітку десятки тисяч людей у вихідні виїжджають у приміські ліси, з якими є добре транспортне сполучення.

Як правило, оздоровча рекреація до деякої міри поєднується з утилітарною та пізнавальною. Використання лісів для масового відпочинку населення невинно зростає. Удосконалення руху громадського транспорту, збільшення кількості транспортних засобів в індивідуальному користуванні, будівництво нових доріг - все це значно розширює можливості нестационарної оздоровчої рекреації [3].

Основними санаторно-лікувальними ресурсами Карпатського регіону є мінеральні води. Так, у Закарпатській області досліджено понад 300 джерел мінеральної води. Найбільша концентрація мінеральних джерел у Свалявському, Рахівському, Хустському та Тячівському районах. Великі родовища мінеральних джерел стали основою для створення курортів Поляна, Голубине, Синяк, Сойми, Шаян.

У Львівській області найбільш багаті мінеральними водами Дрогобицький, Буський, Соколівський, Стрийський та Городецький райони. Поряд з мінеральними водами є значні запаси лікувальних торфів.

Запаси мінеральних вод Івано-Франківської області становлять 266,4 м куб./добу. Найбільші родовища мінеральних вод без специфічних компонентів і властивостей становлять Кліщівнянське, Воронівське, Рогатинське.

У Чернівецькій області затверджені запаси мінеральних вод становлять 1,2 тис. м куб./добу, а водовідбір – 169,2 м куб./добу. Переважають запаси мінеральних вод без специфічних компонентів і властивостей [2].

Для споживачів санаторно-курортного продукту найбільш стримуючим фактором є завищені ціни. Поки що підвищення цін призводить до зменшення завантаженості санаторіїв, але в більшості не впливає на покращення матеріально-технічної бази або удосконалення якості надання послуг. Існуюча мережа спеціалізованих санаторіїв є надзвичайно цінним національним надбанням і має бути збережена та доведена до рівня міжнародних стандартів.

Отже, функціонування даних закладів не можна назвати ефективним через низку причин, що роблять галузь не

конкурентоспроможною. Тому сьогодні існує об'єктивна необхідність у зміні пріоритетів управління та приведення галузі до європейських стандартів, що не може обійтися без участі держави.

Список використаних джерел:

1. Масляк П.О. Рекреаційна географія: навч. посіб. / П.О.Масляк .- К.: Знання, 2008.-343с.
2. Стеченко Д.М. Управління регіональним розвитком туризму: навч. посіб / Д.М.Стеченко. - К.: Знання, 2012.- 455с.
3. Фоменко Н.В. Рекреаційні ресурси та курортологія. Навчальний посібник / Н.В.Фоменко. – К.: Центр навчальної літератури, 2007. – 312 с.
4. Smyk O. The current state of the sanatorium-resort complex development in the Carpathian Region, Ukraine / O. Smyk // Main Theme of 30th Jubilee International Scientific Conference on “Structural Transformations of Industry and Services in Spatial Systems–Research–related Issues”. – Cracow–Warsaw, 2014. – S. 101-102.

ПОДІЄВИЙ ТУРИЗМ ЯК ПЕРСПЕКТИВНИЙ НАПРЯМ РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ІНДУСТРІЇ (НА ПРИКЛАДІ ТЕРИТОРІЇ ТЕРНОПІЛЬСЬКОЇ ОБЛАСТІ)

Оксана Смик, Ірина Гокера

*Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича
Чернівці, Україна*

Подієвий туризм - вид туризму, який є достатньо молодим напрямком, при якому люди стають живими свідками найбільших подій в світі спорту, культури і мистецтва. Основна мета поїздки приурочена до конкретної події, заходу. Подієвий туризм дає можливість туристу побачити те, що більше ніколи може не повторитися. Такі поїздки залишаються в пам'яті як одні з найяскравіших моментів в житті. Чи це спортивні змагання, покази мод, концерти світових зірок, фестивалі, карнавали, шоу, чи інша подія [1].

Вагомим напрямком розвитку регіонального внутрішнього туризму Тернопільської області є культурно-подієвий туризм, який сприяє інтеграції соціокультурного простору регіону, розвитку

комунікативних процесів, формуванню принципів національної толерантності. Становлення туристичної індустрії вимагає пошуку та впровадження нових методів та форм використання туристичного потенціалу в процесі організації дозвілля туристів. Відповідно до вимог сучасного туриста, соціально-культурне забезпечення туристичної діяльності у формі анімаційного супроводу набуває все більшого значення. На сьогодні анімація як система організації дозвілля та відпочинку туристів відіграє значну роль в розвитку туризму регіону, оскільки дозволяє підвищити рівень освітніх, розвиваючих та виховних можливостей туризму. Анімаційний потенціал туристичної дестинації знаходиться на перетині гуманітарної сфери і сфери бізнесу і є одним з найбільш перспективних секторів соціально-культурного та економічного розвитку регіонів. Істотним чинником інтенсифікації туристичного попитує синергетичний взаємозв'язок туристичних підприємств та установ культури та мистецтва, що має своє відображення в інноваційній формі анімаційно-культурного супроводу туристичної діяльності [2].

На сучасному етапі туристична галузь набуває все більшого значення в господарстві нашої держави. Важливе значення для розвитку туристичної індустрії в умовах економічної кризи мають такі ресурси, які не вимагають великих фінансових затрат.

Сучасні тенденції розвитку туристичної індустрії характеризуються підвищеним попитом на культурно-розважальні та анімаційні послуги, що безпосередньо пов'язано з глобальними інтеграційними процесами, що охоплюють усі сфери життя суспільства. У туристів культурно-розважальний туризм виходить за межі культурно-історичної його складової. Сучасного споживача цікавить не лише безпосереднє екскурсійне обслуговування, але й спектр додаткових послуг у вигляді анімаційно-розважальних культурних заходів, зокрема:

- відвідування масових та тематичних виставок, ярмарків, фестивалів та участь у них;
- відвідування місць паломництва, тематичних лекцій з релігії, знайомство з релігійними звичаями, традиціями, ритуалами і обрядами;

- відвідування місць розкопок, участь в археологічних експедиціях;
- відвідування культурно-етнічних об'єктів, участь в етнічних святах, знайомство зі звичаями і стилем життя корінного населення;
- знайомство з ремісничим мистецтвом, участь у майстер-класах;
- відвідування природно-культурних ансамблів, участь у культурно-екологічних програмах;
- відвідування культурно-дозвіллевих об'єктів, об'єктів рекреації [2].

Фестивальні ресурси регіону – найбільш привабливі для таких видів туризму, як пізнавальний, молодіжний, етнічний та пригодницький туризм. Крім того, проведення фестивалів – це важливий чинник підвищення культосвітнього рівня населення. Тому актуальним питанням сьогодні є ознайомлення із закордонним досвідом проведення фестивальних заходів та запозичення продуктивних ідей з метою розвитку туристичної сфери діяльності, а, отже, і економіки регіону

Важливим чинником розвитку туризму на основі подієвих ресурсів є фестивальний рух, який за останні десятиріччя набуває все більших розмахів у регіоні. Це пояснюється тим, що в умовах безробіття та нестачі коштів попит на малобюджетні види відпочинку значно зростають.

За останніми даними, на Тернопільщині проводиться понад 20 фестивалів щорічно (таблиця 1). Сьогодні в області проводяться фестивалі різного статусу: районні, регіональні, всеукраїнські та міжнародні. Свій розвиток фестивальна справа у Тернопільській області почала із проведення Всеукраїнського фестивалю козацької пісні „Байда” у смт.Вишнівець Збарзького району в 2001 році. Великомасштабними заходами регіону є: Всеукраїнський фестиваль вишивки „В Борщівському краї цвітуть вишиванки”, Всеукраїнський фестиваль лемківської культури „Дзвони Лемківщини”. Перший фестиваль, присвячений лемківській культурі, був організований лемківською громадською організацією у 1999 році в селі Гутисько Бережанського району, що був центром лемківського різьбярства, під назвою „Лемківська Ватра”. Сьогодні фестиваль проводиться в урочищі «Бичова» неподалік від міста Монастирська. В ньому

щорічно беруть участь представники лемківської етнічної групи, таким чином зберігаючи та відтворюючи своєрідну культуру та звичаї українських горян (ця група до 1944 року жила по обидва боки Карпат): своєрідний синтез польської, української та словацької культур [4].

За останні роки масштабного розголосу отримав фестиваль «Файне місто» - український музичний фестиваль під відкритим небом, що проходить щорічно в липні в м. Тернополі з 2013 року. Назва походить від назви пісні Братів Гадюкіних «Файне місто Тернопіль».

Таблиця 1.

Перелік фестивалів Тернопільської області

<i>Назва</i>	<i>Статус</i>	<i>Місце проведення</i>
Байда	фестиваль-конкурс козацької пісні	Тернопіль та інші міста області
БібліоФест	бібліотечний фестиваль	м. Тернопіль
Братина	мистецько-краєзнавчий фестиваль	Шумський район
Бучацькі фанфари	фестиваль духових оркестрів	м.Бучач
В Борщівському краї цвітуть вишиванки	фестиваль української вишивки	м.Борщів
Галицька дефіляда	гастрономічний фестиваль	м.Тернопіль
Джура Фест	всеукраїнський книжковий фестиваль української книжки	м.Тернопіль
Дзвони Лемківщини	всеукраїнський традиційний фестиваль лемківської культури	урочище «Бичова» поблизу м.Монастирська
Кременецькі передзвони	фестиваль колядок та щедрівок	м.Кременець
Фестиваль Маланок	фестиваль Маланок	с. Горошова
Повір у себе	міський фестиваль дітей з	м.Тернопіль

<i>Назва</i>	<i>Статус</i>	<i>Місце проведення</i>
	особливими потребами	
Ранкові роси	обласний конкурс-фестиваль молодих талантів	м.Бучач
Свою Україну любіть	обласний фестиваль-конкурс вокально-хорового мистецтва	м.Тернопіль
Словія	фестиваль українського художнього слова	м.Чортків
Тернопільські театральні вечори	фестиваль молоді режисури	м.Тернопіль
Українське Різдво	міський фестиваль вертепів	м.Тернопіль
Файне місто	фестиваль рок-пісні	м.Тернопіль
Фестиваль вертепів	міський фестиваль вертепів	м.Тернопіль
Фестиваль колядок	місцевий фестиваль колядок	с. Язловець
Фестиваль «Ї»	мистецький фестиваль постмодерної літератури	м.Тернопіль
Фестиваль ляльок	перший в Україні фестиваль ляльок	м.Тернопіль
Яйце-райце	міський фестиваль декоративно-вжиткового мистецтва	м.Тернопіль
Я там, де є благословення	фестиваль духовної пісні	м.Тернопіль
Дні Пінзеля	мистецький фестиваль	м.Бучач

Фестивальним осередком Тернопільщини можна вважати обласний центр. Окрім щорічних фестивалів, у Тернополі проходять і інші культурно-мистецькі заходи, цікаві не лише для місцевих жителів, а й для приїжджих відвідувачів.

Програма фестивалів є насиченою, оригінальною та цікавою, що кожного року приваблює все більшу кількість відвідувачів. Тому з

кожним роком заходи такого масштабу приносять все більші прибутки до місцевих бюджетів. Проведення фестивалів сприяє соціально-економічному росту області, а також популяризації потенційних туристичних ресурсів серед населення. Проте, з кожним роком кількість фестивалів у регіоні зростає, що є позитивним фактом для розвитку різноманітних видів туризму.

Більша частина подій в Україні місцевого, регіонального й регіонального масштабу, що, переважно, не приваблює навіть українських туристів і не сприяє розвитку в'їзного туризму. Основною причиною повільного розвитку подієвого туризму, ймовірно, є специфіка організаційних особливостей у поєднанні з відсутністю належного рівня державного регулювання.

Список використаних джерел:

1. Бейдик О. О. Рекреаційно-туристські ресурси України: методологія та методика аналізу, термінологія, районування: монографія / О. О. Бейдик. – К.: ВПЦ „Київський університет”, 2001. – 395с.
2. Гугул О.Я. Культурно-подієвий туризм як складова анімаційної атрактивності туристичної дестинації (на прикладі території Тернопільської області) / О.Я. Гугул .- Вісник ОНУ імені І.І.Мечникова .- Вип.- 5.- 2015.- С.49-52.
3. Кравців В. С. Науково-методичні засади реформування рекреаційної сфери. Наукове видання / В.С. Кравців, Л.С.Гринів, М.В.Копач, С.П. Кузик.– Львів: НАН України. – ІРД НАН України. – 1999. - 78 с.
4. Кузик С. П. Оцінка туристичної придатності території Карпат // Карпати. Український міст в Європу: проблеми і перспективи. Тези доп. Міжн. наук.-практ. конф. / С. П. Кузик, З.О. Касянчук. – Львів, 1993. – С. 100-103.
5. Мацола В. І. Рекреаційно-туристичний комплекс України / В.І. Мацола. – Львів: Інститут регіональних досліджень НАНУ, 1997. – 259 с.

РЕАЛІЗАЦІЯ НАЦІОНАЛЬНО-ПАТРІОТИЧНОЇ ФУНКЦІЇ НА ПРИКЛАДІ ВИКЛАДАННЯ ТУРИСТИЧНИХ ДИСЦИПЛІН

Ігор Смирнов

*Київський національний університет імені Тараса Шевченка,
Київ, Україна*

Реалізацію національно-патріотичної функції університету розглянемо на прикладі викладання туристичних дисциплін, зокрема, логістики туризму. У складі цього курсу звертається увага до використання ресурсів, що сприяють розвитку військового, військово-патріотичного, мілітарі та інших видів туризму. Відповідні туристичні ресурси пов'язані з логістичними особливостями подій військової історії – світової та української. Так, з подіями I Світової війни, сторіччя якої відзначається власне зараз, пов'язаний відповідний туризм, зокрема, це стосується ностальгійного (сентиментального) туризму, військово-музейного тощо. Тут можна послатися на польський досвід, який базується на використанні у туризмі цвинтарів з часів I Світової війни, зокрема, битв під Танненбергом та Лодзю у 1914-1915 рр. Ці битви відбувалися між німецькими, австрійськими арміями та російськими, після чого і залишилися цвинтарі, де поховані загиблі солдати. Нині ці цвинтарі знаходяться на території Польщі, стараннями місцевих влад вони відновлені, приведені до ладу, отримали інформаційне забезпечення, зокрема, у вигляді комплекту карток (Лодзька битва) та використовуються для приваблення туристів - як польських, так і іноземних (особливо з Німеччини). Логістичний складник цих битв полягав у кращій організації логістично-транспортного забезпечення з боку німецьких та австрійських військ (зокрема, використанні залізниці), в результаті чого росіяни програли ці битви і отримали величезні людські втрати. Оскільки іменних медальйонів у них не було, то їх ховали у великих братських могилах, на яких робили написи типу «500 невідомих російських вояків» тощо. Натомість, німецькі та австрійські солдати і офіцери кожний мав іменний медальйон, тому і на їхніх могилах вказане прізвище, ім'я, військове звання тощо. Цим цвинтарям, які зосереджені, зокрема навколо міста Лодзь, вже виповнилося понад 100 років, але стараннями польської влади та відповідних амбасад вони відновлені та нині користуються увагою туристів. Натомість,

Верденська битва, яка відбулася на західному фронті I Світової війни між німцями та французами у 1916 р., показала логістичну перевагу останніх, які вперше масово застосували автомобільний транспорт для забезпечення військ. Французькі війська виграли цю битву, але втрати були великі з обох боків. Відповідний музей у м. Верден (Франція) відображає цю подію і користується великою популярністю у туристів, що приїжджають сюди з багатьох країн Європи та світу.

Військові події I Світової війни не оминули і Україну, яка тоді була поділена між Російською (схід) та Австро-Угорською (захід) імперіями. У 1916 р. у м. Стрий був створений Легіон українських січових стрільців (УСС), який відзначився у битвах на горах Маківка та Лисоня. Зокрема, на останній у серпні-вересні 1916 р. відбулися запеклі бої Легіону УСС з переважаючими силами російської армії. Найкривавіший бій відбувся 2 вересня, коли перемогу було здобуто ціною втрати більш як половини особового складу українського легіону: 81 вояк убитий, 293 – поранені, 285 потрапили у полон. Такою ціною Легіон УСС зупинив наступ російського агресора на Бережани і його бойову операцію «Брусилівський прорив». Вшанування століття подвигу Січових стрільців відбулося цього року, у новому, значно ширшому масштабі, основними складниками якого стали: проведений вперше Мілітарний фестиваль українського стрілецтва, у межах якого у с. Посухів, що біля північчя Лисоні, з'їхалося близько 5 тис. учасників і гостей; з Тернополя до Посухова прибув спеціальний «Потяг українських звитяг»; відбулося освячення стрілецького цвинтаря, де спочивають учасники того столітнього бою; перепоховання останків Січових стрільців; урочисте сходження на г. Лисоню алеєю, обсадженою червоною калиною. Ще в 1994 р. на вершині Лисоні був встановлений Хрест скорботи і слави, на мармурових плитах - викарбувані імена полеглих героїв. Поруч з Хрестом збудовано капличку, яку до століття бою реконструювали та розписали новими іконами. На них – зображення як Січових стрільців, так і новітніх героїв, які уже в наш час віддали своє життя за Україну. У заходах з вшанування століття бою на г. Лисоні взяли участь сивочолі ветерани УПА, 91-річна дочка Січового стрільця Надія Ярема, хлопці і дівчата з патріотичних молодіжних організацій, відомі громадські діячі, прочани з усієї Галичини та України. На гостей чекали різноманітні заходи: реконструкція пам'ятного бою, урочисте погашення спеціальної марки та поштового конверта, виставка

світлин і художніх творів, концерт гуртів та мистецьких колективів. Очільники Тернопільщини відзначили нагородами усіх, хто долучився до створення пам'ятного меморіального комплексу, - художникам, артистам, будівельникам, волонтерам.

II Світова війна перевагу логістики показує на прикладі операції з висадки військ союзників у Франції 1944 р. Ця операція відома під назвою “Overlord” і є ілюстрацією ретельної логістичної підготовки цієї операції з боку союзницьких військ, що забезпечило її успіх та мінімальні втрати вояків. Як результат, терміни II Світової війни були істотно скорочені. У 2014 р. відзначалося 70-річчя операції “Overlord”, на якому були присутні не тільки керівництво країн ЄС, але й численні туристи, до послуг яких були підготовлені екскурсії під гаслом «Шляхи перемоги», відповідні музейні експозиції тощо.

Логістичні аспекти представлені і в подіях військової історії, що відбувалися раніше. Наприклад, це відноситься до Віденської битви 1683 р. між турецьким військом та об'єднаними християнськими силами Європи, якими командував польський король Ян III Собеський. У складі польського війська були і українські козаки, а наш земляк Ю. – Ф. Кульчицький не тільки виконував дипломатичні функції під час оборони Відня, але й після перемоги над турками відкрив першу кав'ярню у Відні (і у Європі), отже, не тільки навчив європейців пити каву, а й вживати круасани (пиріжки з листового тіста у кшталті півмісяця).

Список використаних джерел:

1. Смирнов І.Г. Маркетинг у туризмі: навч. пос./І.Г.Смирнов. – К.:КНУ імені Тараса Шевченка, 2016. – 251 с.
2. Смирнов І.Г. Логістика у туризмі: навч. пос./ І.Г.Смирнов. – К.: Знання, 2009. – 444 с.
3. Стадницький Ю.І. Просторова організація систем послуг. Словник-довідник / Ю.І. Стадницький, М.П. Мальська. – К.: ЦУЛ, 2013. – 270 с.

ТУРИСТИЧНІ РЕСУРСИ ЕСТОНІЇ ЯК ПЕРЕДУМОВА ЇЇ ПОЗИЦІОНУВАННЯ НА ТУРИСТИЧНОМУ РИНКУ ЄВРОПИ

Валентин Стафійчук

*Київський національний університет імені Тараса Шевченка,
Київ, Україна*

Естонія – найменша за площею прибалтійська країна, проте дуже приваблива в туристичному відношенні. Якщо подивитися на основні показники щодо позиціонування країни на туристичному ринку світу і Європи, то вони видаються дуже скромними [див.табл.1]. Наприклад, у 2015р. на Естонію припадало лишень 0,5% туристичного потоку та 0,3% надходжень від туризму Європи.

Однак, при обранні даної теми важливими акцентами були наступні:

- ✓ позитивна динаміка чисельності іноземних туристів та надходжень від туризму;
- ✓ високі відносні показники розвитку туризму, які ставлять країну на одну сходинку з лідерами на туристичному ринку Європи [див. табл.2];
- ✓ традиційно високий інтерес українських туристів до Естонії, який базується на позитивному психо-кліматі між обома державами. В контексті можливої відміни візового режиму з країнами ЄС, цей напрям може значно активізуватися.

Таблиця 1

Динаміка основних показників розвитку туризму в Естонії, 2008-2015 роки. [на основі даних WTO]

	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015*
Іноземних туристів, тис.чол.	1970	1900	2372	2665	2744	2873	2917	2763
Дохід, млн.дол.	1189	1248	1073	1249	1226	1629	1814	1500

Примітка: * - оціночні дані

Таблиця 2

Співвідношення чисельності населення та іноземних туристів і доходів від туризму в країнах-лідерах на туристичному ринку Європи, в Естонії та Україні, 2015 р. [розраховано на основі даних 3,4]

Держава	Співвідношення чисельності населення та іноземних туристів	Дохід від міжнародного туризму на 1 мешканця країни, дол.США
Франція	1:1.27	690
Іспанія	1:1.42	1174
Італія	1:0.82	638
Туреччина	1:0.50	335
Німеччина	1:0.43	456
Велика Британія	1:0.54	709
Російська Федерація	1:0.22	59
Австрія	1:3.08	2112
Греція	1:2.19	1454
Польща	1:0.43	252
Естонія	1:2.18	1185
<i>Україна</i>	<i>1:0.28</i>	<i>24</i>

Можливості Естонії для зміцнення своїх позицій на туристичному ринку світу та України базуються на її туристичних ресурсах.

Територія Естонії – низовинна. На північному та південному сході знаходяться слабо виражені височини Пандівере, Отепя, Сакала, Хаанья. Отепя (неподалік знаходиться найвища вершина країни Суур Мунамягі (лише 318 м)), є центром зимових видів спорту і має чудову інфраструктуру для повноцінного зимового відпочинку.

Клімат більшої частини Естонії морський. Літо прохолодне (середня температура липня становить $+16,6^{\circ}$ C), зима помірно холодна (середня температура січня – $-5,5^{\circ}$ C). Вгиб країни континентальність клімату збільшується. Сніговий покрив зберігається понад чотири місяці, однак глобальне потепління поступово вносить свої корективи. На початку літа для Естонії характерні білі ночі (світловий день триває до 19 год.). Найкращий період для відвідування країни припадає на травень-жовтень.

Рекреаційним багатством країни є вихід до Балтійського моря (Фінська та Ризька затоки): довжина берегової лінії – 3794 км. Вздовж узбережжя розкидано понад 1500 островів, найбільшими з яких є Сааремаа, Хійумаа, Муху, Вормсі, Кіхну. Дуже мальовничим є скелясте узбережжя Онтіка поблизу Нарви. Серед найбільш відомих приморських курортів Естонії – Пярну, Хаапсалу, Курессааре, Палдіскі, Нарва-Йіесуу, Кясму, Вьосу.

Важливу рекреаційну функцію виконують озера та річки. В країні понад 1400 озер, переважно льодовикового походження. Навіть найбільші озера – Пейпсі, Псковське та Виртс'ярв – неглибокі, тому в літній період вода досить швидко прогрівається. Цікавим об'єктом природи є метеоритне озеро Каалі (о.Сааремаа). Річки – короткі та маловодні. На річках Нарва та Кейла є мальовничі водоспади. В країні є прояви мінеральних вод та родовища лікувальних грязей. Найвідоміший грязьокліматичний курорт – Пярну. Зважаючи на приморське положення, Пярну має статус «літньої столиці Естонії».

44% території займають лісові, переважно хвойні, масиви, багаті на дичину (лось, косуля, рись, бурий ведмідь, кабан, вовк, заєць, тетерук, рябчик – ліцензії на полювання видає Центр лісового управління), ягоди, гриби. Ліси, озера, болота (20% території), річки, природоохоронні об'єкти (зокрема національні парки Вілсанді, Лахемаа, Соомаа), острови та пляжі створюють різноманітні умови для активного відпочинку на природі: велотуризм, плавання на каное, парусний спорт, гольф, кійкінг (катання на гойдалках), риболовля, полювання. Країна має дуже густу мережу маркованих туристичних маршрутів для різноманітних видів туризму, навіть у найвіддаленіших куточках. Важливим моментом комфортності їх проходження є також 100% покриття території держави безкоштовним доступом до Інтернету.

Основу самобутньої історико-культурної спадщини становлять історичні міста, палацово-паркові ансамблі, собори, фортеці, народні традиції. Архітектурний ансамбль Старого Таллінна – об'єкт Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО і туристичний символ всієї Естонії. Старий Таллінн складається з Верхнього та Нижнього міст. На пагорбі Тоомпеа заслуговують на увагу вежа Довгий Герман, Домський собор (похований А.Й. фон Крузенштерн), собор Олександра Невського, палац Тоомпеа (нині парламент). Прогулюючись вузькими вуличками Нижнього міста, можна оглянути ратушу, будинки

Братства чорноголових та Великої гільдії, церкви Нігулісте та Св.Олафа, Домініканський монастир, вежі та ворота старого міста (в т.ч. Товста Маргарита, Кіік ін де Кок). Цікавими об'єктами Таллінна є палац та парк Кадріорг, Президентський палац, монумент Русалка, Ботанічний сад, Співоче поле. Яскраве уявлення про побут, культуру та традиції естонського народу дає музей під відкритим небом Рокка аль Маре. Готельна база та заклади харчування мають широку гамму комфортності та цінової політики. В місті дуже добре розвинута інфраструктура розваг.

Важливим туристичним центром є Тарту. Цікаві туристичні об'єкти міста – ратуша, будинок Баркляя-де-Толлі («Похилений будинок»), фонтан «Поцілунок студентів», університет, собор Петра і Павла, церква Св.Іоанна, руїни собору на пагорбі Тоомемягі, «Міст ангела».

Туристичними ресурсами півдня країни також є етнографічні особливості сету; історичні містечка Пайде, Тюрі, Торма, Виру, Вільянді; замок Алатсківі; садиби Вірумаа; піщані печери Піуса.

Важливими туристичними об'єктами на півночі Естонії є фортеця, ратуша та Воскресенський собор в Нарві, руїни середньовічного замку та вітряк в Раквере, національний парк Лахемаа з садибами Палмсе та Сагаді, замок Кілтсі та вежа Вао у Вяйке-Маарья, рибацьке поселення Алтья, Пюхтицький жіночий монастир тощо.

Західна Естонія приваблює своїми континентальними та острівними приморськими курортами, середньовічними замками, скелястими берегами, дюнами та дикою природою островів. Пярну – найпопулярніший грязьокліматичний курорт. Серед історико-архітектурних ресурсів Пярну значаться Червона вежа, церкви Св.Єлизавети та Св.Катерини, ратуша, Концертна зала, будинки знаті. Важливими центрами туризму на заході є Курессааре (Єпископський замок, ратуша, церкви Св.Миколая та Св.Лаврентія), Хаапсалу (замок, Курзал, «лавка Чайковського»), вітряні млини Англи (о.Сааремаа), маяк Кипу на о.Хійумаа, містечко Хулло на о.Вормс. Острови з'єднані з континентом низкою зручних паромних переправ.

Естонія має велику кількість різноманітних музеїв. Найцікавішими можна назвати Історичний, Художній, Живопису, Морський, Ратуші, Окупації, Адамсона-Еріка, Театру й музики, А.Г.Таммсааре, Міккела, Е.Вільде, К.Рауда, Пожежний в Таллінні;

Краєзнавчий у Єпископському замку в Курессааре; Міський, Сучасного мистецтва, Л.Койдули в Пярну; Класичних старожитностей, Художній, Етнографічний, Історії університету, Міський, Тюремний музей КДБ, Оскара Лутса, Пивоваріння, Мистецтв, Іграшок, А.Старкопфа, К.Бера, Анатомічний в Тарту; Тартуський авіації в Хааславі; Сланцю в Кохтла-Ярве; Морський в Кясму; Історичний в Нарві; Музей-квартира міщанина в Раквере; Сету в Обініці; Ф.Р.Крейцвальда у Виру; Замку, Естонських шведів, Національний залізничний в Хаапсалу; Краєзнавчий на о.Муху [1,2].

Духовна спадщина країни теж приваблює іноземних туристів. Великий емоційний вплив мають фестивалі народної пісні «Вся Естонія», які відбуваються раз на п'ять років на Співочому полі в Таллінні. Щороку тут проходять менш масштабні фольклорні фестивалі. Доволі цікавими є День сету в Обініці (березень), Дні Старого Таллінна (червень), фольклорний фестиваль Vita Sagu в Лахемаа та міжнародний фестиваль «Балтика» в Таллінні (липень), театральний фестиваль «Жінка в білому» в Хаапсалу (серпень).

Незначна площа Естонії дає змогу за короткий час познайомитися з її основними визначними місцями, тому навіть компактність державної території в контексті Естонії можна вважати туристичним ресурсом.

Як висновок, можна зазначити, що Естонія використовує власні туристичні ресурси набагато ефективніше, ніж окремі лідери туристичного ринку Європи (Італія, Франція, Іспанія, Туреччина, Німеччина тощо), не говорячи про Україну. Тому досвід цієї країни у розвитку туризму та позиціонуванні себе на туристичному ринку є корисним для подальшого вивчення.

Список використаних джерел:

1. Голди Р. Эстония: Путеводитель / Робин Голди – Пер. с англ. К.Савельева. – М.: «Издательство ФАИР», 2007. – 192 с.
2. Стафійчук В.І., Малиновська О.Ю. Туристичне країнознавство: Навч. посібник // В.І.Стафійчук, О.Ю.Малиновська – Херсон: ОЛДІ-ПЛЮС, 2016. – С.36-39.
3. The World Factbook [Електронний ресурс] – режим доступу: <https://www.cia.gov/library/publications/the-world-factbook/fields/2119.html#al>.

4. UNWTO. Tourism Highlights. 2016 Edition [Електронний ресурс] – режим доступу: <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284418145> та попередні звіти на <http://mkt.unwto.org>.

ДОСЛІДЖЕННЯ АНТРОПОГЕННОГО ВПЛИВУ СУДНОПЛАВСТВА НА РЕКРЕАЦІЙНУ ЦІННІСТЬ АКВАТОРІЇ БУЗЬКО-ДНІПРОВСЬКОГО ЛИМАННОГО КАНАЛУ

Інна Тимченко, Вікторія Мотигіна, Андрій Калюжин

Національний університет кораблебудування

імені адмірала Макарова,

Миколаїв, Україна

Сучасний інтенсивний розвиток морської галузі, в тому числі судноплавства прямим чи опосередкованим чином негативно впливає на навколишнє середовище, що ставить під загрозу в тому числі і розвиток активної рекреаційної діяльності та значно знижує рекреаційну цінність природних об'єктів.

Район Бузько-Дніпровського лиману в місці злиття з Чорним морем характеризується високим рівнем рекреаційного та природоохоронного потенціалу, зокрема на узбережжі знаходяться бази відпочинку, санаторні та інші туристичні об'єкти. Важливим фактором є високий рівень заповідності території, що розглядається (Чорноморський біосферний заповідник, Національні природні парки: «Білобережжя Святослава» («Кінбурська коса»), регіональні ландшафтні парки: «Тілігульський», «Приінгульський»).

Разом з тим, Бузько-Дніпровський лиманний канал (БДЛК) характеризується активним судноплавством та існуванням портових комплексів великих об'ємів перевантаження.

З метою оцінки сучасного стану, проблем та заходів збереження рекреаційної цінності акваторії та узбережжя БДЛК доцільним є дослідження масштабів антропогенного впливу на даний район для подальшої розробки оптимальної еколого-економічної стратегії розвитку рекреаційної галузі, збільшення туристичних потоків, розвитку туристичної інфраструктури загалом та підвищення ефективності природокористування.

Для дослідження антропогенного впливу судноплавства на рекреаційну цінність БДЛК використовується комп'ютерна система екологічного моніторингу акваторії Бузько-Дніпровського лиманного каналу.

Слід зазначити, що для розвитку різних видів рекреаційної діяльності важливе значення мають певний набір гідрохімічних характеристик водойм і, безумовно, естетична якість узбережжя.

В якості критеріїв дослідження визначено наступні фактори, за якими здійснюється оцінювання придатності акваторії та узбережжя для використання в певних видах рекреаційної діяльності.

Основним фактором, що визначає рекреаційну придатність та цінність акваторії БДЛК є рибогосподарський потенціал, що під впливом судноплавства значно зменшується. Динаміка зміни рибних ресурсів характеризує і загальний стан об'єкту, а також впливає на такий актуальний вид туризму в даних умовах – любительське рибальство.

Погіршення естетичної цінності відбувається перш за все внаслідок сильної засміченості узбережжя та ближніх територій.

Серед основних причин погіршення рекреаційної цінності внаслідок антропогенного впливу судноплавства є: випускання неочищених і недостатньо очищених стічних вод, аварійні ситуації, що призводить до утворення на поверхні води плаваючих плівок, плям мінеральних масел і накопичень інших домішок, сторонні запахи, канцерогенні викиди судових моторів, шумове забруднення портових об'єктів.

Для оцінки антропогенного навантаження судноплавства на рекреаційну цінність БДЛК, а також ефективності природоохоронних заходів запропоновано використання наступного критерію (на основі методики [1]):

$$W_j^k = (T \cdot P_j) + \Pi_{3j}^k + (Q_f^k - Q_{2f}^k) + A_n^k + A_{НСj} + (I_{росл_j}^k + I_{твар_{ji}}^k \cdot M_i),$$

де T - термін, необхідний для відновлення рекреаційної зони; P_j - прибуток у цілому від діяльності установи за одиницю розрахункового терміну на одному об'єкті рекреаційної зони; Π_{3j}^k - сума витрат на відновлення природного стану j -го району при

впровадженні k -ого комплексу заходів для об'єктів природно-заповідного фонду (ПЗФ).

Витрати, внаслідок недоотримання надходжень від рекреаційної, наукової, природоохоронної, туристсько-екскурсійної та іншої діяльності установи природно-заповідного фонду, включають: Q_f^k – прибуток f -ої установи при впровадженні k -ого комплексу запобіжних заходів щодо пошкоджень об'єктів ПЗФ; Q_{2f}^k – прибуток f -ої установи при впровадженні k -ого комплексу заходів щодо відтворення об'єктів ПЗФ. Витрати при пошкодженні природного стану об'єктів ПЗФ включають: A_{Π}^k – витрати на експертизу екологічної та ландшафтної структури об'єкта ПЗФ при впровадженні k -ого комплексу заходів; $A_{\text{НС}j}$ – витрати на експертизу змін стану j -го району біогеоценозів об'єкта; $I_{\text{росл}j}^k$ – сума розмірів збитків, заподіяних угрупованню рослин j -го району при впровадженні k -ого комплексу заходів (рекреаційної зони) (відповідно до ПКМУ від 21 липня 2013 р. N 541 "Про затвердження такс для обчислення розміру відшкодування шкоди, ...") [2]; $I_{\text{твар}ji}^k$ – сума розміру збитків, заподіяних i -му угрупованню тваринних організмів j -го району (рекреаційної зони); M_i – кількість особин i -ого виду.

При оцінці збитків, завданих біогеоценозом важливим є прогнозування зміни цих збитків через тривалий вплив негативного фактору. Тоді стає питання в додаткових дослідженнях показника M_i і динаміки зменшення чисельності популяцій з використанням відповідних математичних моделей.

Проведенні розрахунки за даним критерієм дозволяють оцінити збитки рекреаційній цінності території, що розглядається, окремих її ділянок та дослідити динаміку зміни розміру шкоди при впровадженні певного комплексу природоохоронних заходів.

Список використаних джерел:

1. Постанова «Про затвердження такс для обчислення розміру шкоди, заподіяної порушенням законодавства про природно-заповідний фонд» від 21 липня 2013 р. N 541 [Електронний ресурс] / Кабінет Міністрів України. – К. – 2013. – Режим доступу: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/541-2013-п>
2. Квітковський Ю.В. Методична розробка для проведення практичного заняття «Методика оцінки збитків від наслідків надзвичайних ситуацій

техногенного і природного характеру» [Текст]/ Квітковський Ю.В. Методика оцінки збитків від наслідків надзвичайних ситуацій техногенного і природного характеру, Харківський національний університет імені В.Н. Каразіна - Харків - С. 9-11

ГЕОПОЛІТИЧНИЙ ВИМІР МІЖНАРОДНОГО ТУРИЗМУ

Леоніла Ткачук

*Київський національний університет імені Тараса Шевченка,
Київ, Україна*

Туризм є невід'ємною частиною життя сучасної людини, відіграє просвітницьку функцію, чинить взаємообумовлений вплив на природне середовище, економіку і політику усіх без винятку країн світу. Туристичний сектор є одним із найбільших і найшвидше прогресуючих секторів світової економіки. Разом з тим політична нестабільність в деяких країнах і регіонах, військові конфлікти різного масштабу або загроза їх виникнення, серйозні економічні та фінансові кризи, інфляція, загострення екологічних проблем завдають значної і миттєвої шкоди туристичному бізнесу. Масштаби і характер впливу вищеназваних явищ на розвиток туризму в окремих країнах і регіонах різняться та залежать від багатьох чинників, це вимагає не тільки пильної уваги практиків туристичного бізнесу, але і теоретичного осмислення. Сили, що визначають розвиток туризму на конкретній території, різноманітні й багатогранні. Існують різні підходи до їх класифікації. Вчені-географи традиційно акцентують увагу на класифікації географічних факторів розвитку і розміщення туризму і виділяють фізико-географічні (природні) та суспільно-географічні (соціально-економічні). Українській географ С. П. Кузик пропонує розглядати також і історико-культурні та геополітичні чинники розвитку туризму[1].

За визначенням Б.П. Яценка геополітика – це наука про політику держав та інших суб'єктів, спрямована на вивчення можливостей активного використання даностей геопростору в інтересах військово-політичної, культурно-інформаційної, економічної та екологічної безпеки у межах відповідних полів взаємодії[2]. Тож, геополітичний

чинник туризму розкриває як дії суб'єктів міжнародних відносин (з використання даностей підконтрольного їм геопростору), направлені на забезпечення власних інтересів у різних сферах, впливають на розвиток туризму на певній території [3]. У конкретних випадках в якості геополітичного чинника можуть розглядатися: зовнішньополітичний курс держави та окремі зовнішньополітичні рішення (наприклад: позаблоковий статус, підписання міжнародних угод, введення санкцій, лібералізація візової політики); конфлікти чи напруження у відносинах між державами; внутрішньополітична ситуація; рівень розвитку демократичних інститутів; здатність держави забезпечити низький рівень злочинності та високий – екологічної безпеки; прокладання територією країни транскордонних транспортних коридорів, створення хабів; етнопонаціональна політика; ставлення населення до іноземців, тощо. При дослідженні розвитку туризму варто зауважити й на діяльність на певній території терористичних угруповань, функціонування громадських рухів, базування урядових і неурядових міжнародних організацій, адже недержавні актори відіграють все помітнішу роль у світовій політиці та економіці. Характеризуючи вплив геополітичного чинника, слід враховувати зростання рівня взаємозалежності та ускладнення ієрархії у сучасному глобалізованому світі. Зовнішньополітичні рішення світового гегемона, регіонального лідера чи ізольованої (автаркічної) держави будуть мати різні наслідки для міжнародного туризму. З іншого боку, суб'єктом регіональної геополітики виступають політико-територіальні складові держав, це дозволяє нам аналізувати геополітичний чинник і для пояснення особливостей розвитку внутрішнього туризму[3].

Таким чином, можемо стверджувати, що політичні процеси та явища формують середовище розвитку туризму, яке є відмінним у кожній конкретній точці простору-часу. Критичний аналіз актуальних тенденцій розвитку світосистеми дозволяє виділити ті з них, що чинять суттєвий вплив на динаміку, структуру і географічні напрями туристичних потоків. Зокрема, трансформація балансу сил та посилення політичної нестабільності, зростання ваги недержавних акторів міжнародних відносин, нові тенденції у розвитку регіональної інтеграції, паралельне зростання індивідуальних можливостей людини та технологічних можливостей контролю над особистістю у глобальному масштабі формують нове геополітичне середовище

розвитку туристичних систем різного масштабу кардинально відмінне від того, у якому відбувалося становлення і розвиток масового міжнародного туризму ХХ ст.

Однополярний світ американської гегемонії кінця ХХ початку ХХІ ст., поступився місцем менш передбачуваний багатополлярній системі, у якій все більшу роль відіграє економічна взаємозалежність і конкуренція, а у якості альтернативного лідера постає Китай. У туризмі означені трансформації знайшли відображення не тільки у збільшенні частки країн, що розвиваються, а особливо держав Азійсько-Тихоокеанського регіону, у структурі міжнародних туристичних прибуттів та доходів від них та стабільно високій динаміці зазначених показників, але й у тому, що Китай, демонструючи з 2004р. двозначні цифри приросту туристичних витрат, здійснених під час міжнародних подорожей, перетворився на головний генеруючий ринок глобального туризму. Стабільне економічне зростання, а в окремих випадках, і трансформація структури господарства у бік розвитку обробних галузей та сектора послуг дозволили певній групі держав в умовах становлення багатополісного світоустрою зміцнити свої позиції на міжнародній арені у якості регіональних лідерів. До них донедавна відносили групу з п'яти держав Бразилію, РФ, Індію, Китай та ПАР, а нині – ще й Філіппіни, Індонезію, Нігерію та Ефіопію. На глобальному туристичному ринку ці країни виступають центрами, що одночасно генерують та приймають потужні (і перспективні у плані росту) внутрішньо регіональні туристичні потоки.

Посилення політичної нестабільності у країнах світу та викликані цим міждержавні конфлікти, будучи іманентними рисами сучасного світоустрою, здійснюють суттєвий стримуючий вплив на розвиток туризму. Внутрішньополітична нестабільність у Єгипті перешкоджає розвитку туризму починаючи з 2011р. Значних збитків (падіння у туристичних надходженнях склало 38%) зазнав туристичний сектор Тунісу внаслідок «жасминової революції» у 2011 р., але ще більші проблеми почалися, коли антиурядові акції переросли у 2015 р. у численні терористичні атаки ісламістів, які, на жаль, мали місце і в 2016 р. У результаті у 2015 р. країну відвідало лише біля 4 млн. туристів (порівняно з 6,9 млн. у 2010 р) [4]. Громадянська війна у Сирії негативно позначається на туристичному бізнесі сусіднього Лівану – порівняно з 2010 р. кількість міжнародних

туристичних прибуттів у 2014 р. скоротилася майже вдвічі (з 2,2 млн. до 1,3млн.) [4]. Дуже серйозною проблемою сучасного світу є тероризм. У 2014 році загальна кількість смертей унаслідок дій терористів становила 32685 (найвища за всю історію спостережень). Хоча осередки тероризму сконцентровані переважно в декількох країнах, кількість держав, у яких відбуваються теракти зростає. Серед країн, де туристичний сектор зазнав збитків через теракти, такі лідери світового туристичного ринку як Єгипет (Луксор 1997 р., Шарм-ель-Шейх 2005 р., Дахаб 2006 р.), Таїланд (Банкок 2015 р.), Туреччина (Стамбул 2010 р., 2015 р., 2016р., Анкара 2015 р., Анталія 2006 р.), Індонезія (о. Балі 2002 р., 2005 р., Джакарта, 2009 р.), США (Нью-Йорк 2001 р.), Іспанія (Мадрид 2004 р.), Великобританія (Лондон 2005 р.), Франція (Париж 2015 р., Ница 2016 р.).

Просторове розширення світового туристичного ринку і глобальний характер його функціонування збільшують його вразливість від різних негативних міжнародних явищ, таких як фінансово-економічні кризи всесвітнього і регіонального масштабів, терористичні атаки, природні та техногенні катастрофи, епідемії інфекційних захворювань. Це, зокрема, призводить до необхідності інтенсифікації багатостороннього співробітництва держав в області міжнародного туризму, зокрема і в рамках регіональних інтеграційних угруповань. Регіональні блоки країн в результаті посилення інтеграційних процесів поступово стають великими самостійними учасниками світового туристичного ринку. Значно зросла кількість транскордонних ініціатив, які безпосередньо зачіпають розвиток туризму. Наприклад, туризм є пріоритетним напрямом розвитку таких єврорегіонів як «Боденське озеро» та «Бартува». Великі туристські проекти реалізуються і в АСЕАН: в рамках трикутників росту Індонезія-Малайзія-Сінгапур, Індонезія-Малайзія-Таїланд та субрегіону «Великий Меконг».

Вагомість геополітичного чинника у розвитку міжнародного туризму чітко усвідомлюється на глобальному рівні управління, що підтверджують слова Генерального секретаря ЮНВТО Талеба Ріфаї: «На результати 2015 р. вплинули курси обміну валют, ціни на нафту і стихійні та політичні кризи в багатьох регіонах світу. Так як у нинішній ситуації на передній план виступають питання безпеки і захисту, ми повинні нагадати, що розвиток туризму, насамперед, залежить від нашої колективної здатності сприяти організації

безпечних і безперешкодних подорожей. У зв'язку з цим ЮНВТО закликає уряди підключати управління по туризму до діяльності, пов'язаної з плануванням, структурами і процедурами гарантування національної безпеки, не тільки для зведення до мінімуму загроз для сектора, а й для максимізації здатності сектора надавати підтримку у реалізації заходів щодо забезпечення міжнародної безпеки». Таким чином, у сучасному світі має підсилюватися роль туризму як форми народної дипломатії, дієвого засобу міжнаціонального і міжнародного співробітництва, формування прогресивного демократичного світогляду, розуміння всезагального взаємозв'язку та взаємозалежності суспільних процесів, зміцнення єдності та згуртованості людства. Туризм, як елемент м'якої сили держави, стає інструментом геополітики, використання якого дозволить покращити імідж держави на міжнародній арені, а це, у свою чергу, сприятиме відновленню довіри ширших верств туристів та представників туристичного бізнесу.

Таке розуміння акцентує зростання ролі туризму у якості не тільки бенефіціанта миру та зовнішньополітичної стабільності, але й їх джерела. При цьому роль туризму у запобіганні насильству коректно описується терміном «структурне попередження конфліктів». Структурне запобігання це тривалий процес побудови миру, шляхом згладжування соціальних, економічних та культурних відмінностей, які у довгостроковій перспективі здатні викликати спалахи відкритого насильства. Правильно керовані туристичні проекти можуть сприяти зміцненню миру через здатність туризму позитивно впливати на місцеву економіку, модернізуючи інфраструктуру (аеропорти, дороги, покращення системи водопостачання та каналізації, тощо), а відтак, і умови життя людей, створюючи робочі місця і залагоджуючи соціальну напруженість, яка часто є глибинною причиною конфліктів і тероризму. Туризм може допомогти підтримати мир, чинячи тиск на уряди, щоб припинити бойові дії або забезпечити гармонійні відносин між громадянами з метою залучення туристів. Це особливо важливо, якщо туризм є провідним сектором економіки. Прикладами можуть вважатися: Гватемала, де представники туристичного бізнесу чинять постійний тиск на військовий уряд з метою припинити порушення прав людини; Кашмір, де транскордонний туризм є важливим фактором зниження інтенсивності суперечок між Індією і Пакистаном на спірній території;

Руанда, де зусилля з дезактивації наземних мін були частково обумовлені зростанням популярності турів до місць проживання африканських горил; Панама, де туризм є рушійною силою демілітаризації країни.

Роль туризму у підтриманні миру, безпеки і поглибленні розуміння між народами неодноразово відзначалася світовими лідерами, від Джона Ф. Кеннеді до Білла Клінтона і Тоні Блера. У 2016 р. Усесвітня рада з туризму і подорожей (WTTC) в партнерстві з Інститутом економіки та миру (IEP) започаткувала проект з вивчення взаємозалежності між розвитком туризму і поширенням миру та стабільності у сучасному світі. Дослідження показує, що країни з розвинутим туристичним сектором, орієнтованим на міжнародний ринок, мають тенденцію бути більш мирними, мають ефективні інститути і структури, які створюють і підтримують демократичні цінності і політичну стабільність. У країнах, де туризм є іманентним способом життя більшості населення, сектор є стійким до впливу актів насильства і жорстокості, навіть коли тероризм орієнтований саме на туристів.

Список використаних джерел:

1. Кузик С. Теоретичні проблеми туризму: суспільно-географічний підхід / С.П. Кузик. – Л., 2010. – 254 с.
2. Політична географія і геополітика: Навч. посібник / За ред. Б.П.Яценка. – К.: Либідь, 2007. – 255 с.
3. Ткачук Л.М. Політико-географічна проблематика у дослідженнях туризму/ Л.М.Ткачук // Економічна та соціальна географія: наук. зб. – К.: ВПЦ «Київський університет», 2014. – Вип. 2 (70). – С. 32-39.
4. UNWTO Tourism Highlights, 2015 Edition. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.e-unwto.org/doi/pdf/10.18111/9789284416899>

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ СЕНТИМЕНТАЛЬНОГО ТУРИЗМУ НА ТЕРИТОРІЇ УКРАЇНИ СЕРЕД ПОЛЬСЬКОЇ МОЛОДІ

Наталія Томчевська-Попович

*Сілезький Університет в Катовицях,
Катовіце, Польща*

Інформація пов'язана зі Східними Кресами, так називають поляки східні землі, які належали до Республіки Польща, є обов'язковою на кількох предметах в шкільній освіті в Польщі. До Східних Кресів входить територія сучасної Західної України, Білорусі та Литви. Метою дослідження є представлення знань старшокласників (в Польщі) про польську культурну спадщину на території України. Додатковою метою є ідентифікація перспектив розвитку сентиментального туризму на території України серед польської молоді. В 2013-2016 роках було проведено дослідження серед 17-18 річних учнів польських шкіл, в результаті якого отримано 629 правильно заповнених анкет. Анкетування дало можливість проаналізувати знання школярів про цікаві місця Східних Кресів на території України, а також представило рівень зацікавлення відвіданням цієї території. Дослідження показує, що учні знають що таке Східні Креси і яку територію вони займають. Найбільше учнів з воєводства Нижньосілезького, Любуського, Поморського та Західнопоморського воєводства мають предків, які походять зі Східних Кресів. Найбільш відомими містами про які вони чули є Львів, Камянець-Подільський та Хотин, а найменш - Золочів, Збараж, Бережани, Жовква, Луцьк та Остріг. В Україні було тільки 1,3% респондентів. 46% анкетованих хотіло б поїхати на територію Східних Кресів, найбільше таких осіб знаходиться в Нижньосілезькому, Верхньосілезькому, Свентокшиському, Поморському та Західнопоморському.

Список використаних джерел:

1. Balińska, A., Siczko, A., Zawadka, J. (2013). Wybrane problemy rozwoju turystyki. Warszawa: Wydawnictwo SGGW.
2. Jędrzyak T. (2008). Turystyka kulturowa, Warszawa: Polskie Wydawnictwo Ekonomiczne.

3. Hauser Z., 2006a, Podróże po cmentarzach Ukrainy - dawnej Małopolski Wschodniej. T. 2, Księgarnia Akademicka, Kraków
4. Hauser Z., 2006b, Ilustrowany przewodnik po zabytkach na Wołyniu i Podolu, Burchard Edition, Warszawa
5. Kolbuszewski, J. (1999). Kresy. Wrocław: Wydawnictwo Dolnośląskie.
6. Nicieja, S. (2006). Twierdze kresowe Rzeczypospolitej. Historia, legendy, biografie, Warszawa: ISKRY.
7. Podstawa programowa kształcenia ogólnego dla gimnazjów i szkół ponadgimnazjalnych, których ukończenie umożliwia uzyskanie świadectwa dojrzałości po zdaniu egzaminu maturalnego, zatwierdzona 23 grudnia 2008 r. przez Ministra Edukacji Narodowej.
8. Podstawa programowa z komentarzami. Tom 2. Język polski w szkole podstawowej, gimnazjum i liceum (2011).
9. Podstawa programowa przedmiotu Historia, gimnazjum i szkoła ponadgimnazjalna, Ministerstwo Edukacji Narodowej.
10. Rohrscheidt, A M. (2008), Turystyka kulturowa: fenomen, potencjał, perspektywy, Gnieźnieńska Wyższa Szkoła Humanistyczno-Menedżerska Milenium. Gniezno: Wydawnictwo KMB.
11. Stankiewicz-Kopeć, M. (2009). Pomiędzy klasycznością a romantycznością: młodzi autorzy Wilna, Krzemieńca i Lwowa wobec przemian w literaturze polskiej lat 1817-1828. Księgarnia Akademicka.
12. Рутинський М. Й. 2007. Замковий туризм в Україні. Географія пам'яток фортифікаційного зодчества та перспективи їх туристичного відродження, Навчальний посібник, Центр учбової літератури
13. Василь Петранівський, 2008, Туристичний потенціал краю та організація обслуговування польських туристів у Львівському Передкарпатті, Visnyk Lviv univ, ser. mizhnarodni vidnosyny вип. 24. с. 241-251
14. Лозинський, Р. М., Кучинська, І. В., Дорош, Ю. С. 2013. Географія ресурсів ностальгійного туризму Жовківського району Львівської області. Карпатський край, (1), 94-101.

ІННОВАЦІЇ В ЕКСКУРСІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ М.КИЄВА

Оксана Фастовець

*Національний університет фізичного виховання і спорту України,
Київ, Україна*

Необхідність інновації в екскурсійній діяльності актуалізувалася у зв'язку з складними політичними та економічними умовами в Україні, зменшенням чисельності іноземних і внутрішніх туристів та змінами попиту потенційних споживачів послуг сфери туризму та екскурсій. Також у сучасних відвідувачів екскурсій відбувається зміна мотивації – від лише набуття знань до поглибленого знайомства з культурно-історичними або природними атракціями, набуття індивідуального досвіду. Ця тенденція обумовлює необхідність інновації у діяльності туристично-екскурсійних установ, створення умов для «занурення» до певного історичного або природного середовища. Під інноваціями в туристичній сфері прийнято розуміти «комплексні культурні заходи дозвілля, що включають новий компонент, який передбачає нову форму проведення та встановлює попит на новий турпродукт» [1, с.186]. Тому екскурсійний продукт є інноваційним, за умови використання новітніх технологій, конструктивно нових прийомів та методів створення та впровадження у туристичну діяльність.

В основному проблема інноваційності туристичних програм та форм обслуговування туристів вирішується за рахунок:

– впровадження сучасних технологічних розробок у традиційний турпродукт, наприклад розробка екскурсій з електронним аудіо-гідом або мульти-гідом; екскурсійні радіо системи дозволяють екскурсоводу спілкуватися з групою на відстані не підвищуючи голосу, в одному місті можна паралельно проводити екскурсії для кількох екскурсійних груп, в тому числі різними мовами;

– використання нових туристичних ресурсів, які раніше не застосовувалися, наприклад екскурсії на сігвеях, велосипедах повітряних кулях, підводних човнах;

– розробки та впровадження нового турпродукту (в першу чергу урізноманітнення екскурсійної тематики – від відвідання ферми страусів або осетрів до інноваційних підприємств);

– розробки та впровадження нових за формою комплексних екскурсій, наприклад включення до оглядової екскурсії містом театралізованих елементів.

Разом з тим необхідно зазначити, що в переважній більшості інновації здійснюються через вдосконалення програм турів або створення нового турпродукту. Останні роками на туристичному ринку з'явилися нові за характером екскурсії: для осіб похилого віку – «туризм сеньорів», у програмі яких пізнавальні екскурсії спокійними мальовничими містами та цікавими музейними експозиціями та концертами; VIP тури з включенням рибальства та полювання; дитячі екскурсійні програми з анімаційними елементами.

Взагалі застосування анімації набуло широкої популярності в туристичній діяльності у світі. Анімація дозволяє «оживити» історичні або літературні персонажі, відродити події, долучити туристів до дійства, що розгортається. До анімаційних програм, які набули поширення в екскурсійній діяльності можна віднести музейні історичні театралізовані шоу, що відрізняються від звичайної музейної екскурсії з театралізованими елементами та являють собою спектакль у який включені екскурсанти. Під час шоу експонати музею, наприклад тварини або середньовічні лицарі та дами «оживають» та з допомогою костюмів та інших предметів відповідної історичної епохи дають гостям уявлення про стародавні часи.

Також користуються популярністю карнавали та костюмовані бали з історичними персонажами, які дають можливість туристам відчувати себе представниками іншої епохи або країни, опанувати старовинні танці, традиційні бальні ігри та світський етикет.

Туристичні фірми часто включають до програми турів відвідання фестивалів історичної реконструкції. Це дозволяє туристам долучитися до театралізованого дійства та спробувати свої сили, наприклад стрільбі з луку, танцях тощо. Щоб «оживити минуле» використовують візуальні, шумові ефекти, а також подають інформацію про події у театралізованій, ігровій формі.

Одним з відомих центрів проведення численних театралізованих реконструкцій та фестивалів на Київщині є тематичний парк «Київська Русь». Парк було відкрито 2010 р. на площі 50 га, в селі Копачів, Обухівського району. На території парку в реальному масштабі відтворюється культурний та архітектурний образ дитинця Києва V–XIII ст. Туристи мають можливість побачити: в'їзні ворота

із баштами, вуличну мережа Давнього Києва, садиби киян XI–XIII ст., торгові лавки київських ремісників XI–XIII ст., княжий двір и трибуни, велике ристалище, ярмарок майстрів, стан кочовиків, пагорб Перуна, печера Нестора Літописця, терем Ярослава. У парку діють експозиції оборонної техніки, історичних костюмів V–XIII ст., музичних інструментів, музей середньовічного суднобудування з реконструкцією лодії «Князя Володимира» IX–XI ст.

Щорічно на території парку проводяться міжнародні фестивалі історичної реконструкції та чемпіонати старовинних видів спорту. Під час таких фестивалів та змагань в історичному антуражі відтворюються лицарські бої, шоу кінних каскадерів, концерти середньовічної та етнічної музики, театралізовані вистави, виступи кінно-трюкового театру. Нічна програма включає вогняні шоу, стрільбу палаючими ядрами, а також феєрверки. Для відвідувачів парк пропонує розваги: стрільбу з луку, метання ножів, списів, чеканку подарункових монет, прогулянки верхи на конях і в екіпажах, майстер-класи народних майстрів, фото сесії в історичних костюмах. Також надається можливість відвідати княже застілля, у меню якого: дикий кабан на вертелі, імбирні соми на вугіллі, княжа юшка, м'ятний заєць з тандиру, гречиха парова, овочі на грилі, сири з різносолами, давньокиївська медовуха, морс з журавлини з квасом, заморські вина [2].

При здійсненні екскурсій для школярів проводяться інтерактивні вікторини, різноманітні квести, розроблені за певної тематикою. Така форма проведення екскурсії спрощує сприйняття історичної або іншої інформації, робить екскурсію більш цікавою.

Туристичні фірми при проведенні екскурсій на історичну тематику почали активно включати ретро-транспорт та елементи гастрономії. Наприклад співробітники туристичної фірми «Интересный Киев». Що запропонувало багато інновацій в туристичну діяльність м.Києва, під час екскурсії «Маленька подорож з «Чаєм по Київські» використовує відновлений ретро-трамвай-кафе. Маршрут прогулянки прокладено з Подолу до Пуща-Водиці. Під час екскурсії відбувається знайомство з містом, розповідь про традиції чаювання та безпосередньо саме чаювання. Під час екскурсії «Смачний Київ» екскурсанти мають можливість прогулятися пішки найдавнішим районом Києва – Подолом та скуштувати найстаріший київській напій, незвичайний український десерт, випити кави за

рецептурою, що завоювала світ, взяти участь у безпрограшній лотереї. Екскурсія триває 3,5 год. У вартість екскурсії включено дегустацію всіх смаколиків, а також для дітей особливий обід з майстер-класом (ресторанчик «Гарбузик» на Подолі).

Комплексні екскурсії поєднують традиційний показ із театралізацією, рольовою грою, майстер-класом. Часто інноваційним елементом виступає поєднання музейної тематичної та оглядової екскурсії з майстер класами. Прикладом комплексної заміської екскурсії може бути маршрут з Києва до Житомирської області (компанія «Интересный Киев») під час якої туристи відвідують Коростишівській каньйон, знайомляться з місцями давніх городищ часів трипільської культури та унікальними сакральними каменями-дольменами, житлом давньої людини. Також маршрут включає: відвідання у с.Городське етнографічного центру «Поліська хата» ХІХ ст.; обід зі страв поліської кухні, що приготовлених у справжній печі; майстер-клас з виготовлення сімейного оберегу; відвідання Тетерівського кишу – центру давньослов'янських та українських народних традицій.

Ще один маршрут екскурсії з Києва до Трипілля дозволяє побачити місця поселення давніх трипільців, відвідати музей «Прадавня Аратта», залишки давньоруських фортець Треполь і Халеп. Також туристи відвідують ферму, де розводять сибірського, руського осетрів, стерлядь. Під час зустрічі з провідними рибоводами ферми туристи знайомляться з секретами вирощування осетрів та мають можливість придбати «цар-рибу» та чорну ікру.

Елементами інновації є створення міні-екскурсій по одному унікальному об'єкту – театру, старовинному будинку. У таких інноваційних екскурсіях класичний показ об'єкту часто поєднується з елементами інтерактивної гри (загадки, вікторини, гри), як наприклад, під час екскурсії «Тайни замку Політех». Під час екскурсії «Під зоряним небом», що проводиться у Головній астрономічній обсерваторії України, туристи мають можливість ознайомитися з її музеєм, подивитися у телескоп на Місяць та планети, побачити справжні метеорити, карту місячної поверхні з місцями прилучення американських та радянських місячних станцій и розглядіти астрономічні фотографії через 3D-окуляри. Екскурсію проводять астрономи-співробітники Обсерваторії.

Інноваційною можна вважати екскурсію «За куліси Київської опери», яку проводяться співробітники цієї установи. Екскурсія розпочинається за 1,5 год. до початку спектаклю і дає можливість зануритися у театральну атмосферу, відкрити секрети та таємниці головного оперного театру України, зазирнути за лаштунки, піднятися на сцену, відвідати царську ложу. Туристи оглядають внутрішній дворик театру та реквізит, що використовується у спектаклях, відвідають костюмерні та балетні класи, репетиційний зал. Також за бажанням туристи мають можливість придбати квитки на спектакль[3].

Враховуючи зростаючий інтерес туристів та киян до об'єктів «враження та переживання» музейні установи Києва почали орієнтувати свою діяльність на створення спеціальних культурних проєктів, що передбачають здійснення у просторі музею міжкультурної комунікації всіх рівнів: просторово-часової, міжнаціональної та міжособистісної. Цікаві проєкти запропоновані літературно-меморіальним музеєм-квартирою Павла Тичини (Київ). У Музеї щомісячно проводять моноспектаклі «Сріблясті голуби у небесах» та «Постать у шпаринці життя» та поетичні фестивалі. У музеї М.А.Булгакова на Андріївському узвозі пропонують зануритися у світ життя родини Турбіних (героїв роману «Біла гвардія») та випити чай на булгаковській терасі.

Останніми роками активно розвивається інноваційний напрям в екскурсознавстві, пов'язаний з пригодами та екстримом. Під час екстремальної екскурсії дренажно-штольною системою «Никольська» (турфірма «Интересный Киев») туристи відвідують систему старовинних ходів, побудованих у 1916 р. з метою дренажу схилів поблизу Київо-Печерської Лаври. Тривалість екскурсії становить 1-2 год. За цей період «нові дігтери» проходять 2,5 км під землею та узнають багато цікавого про будівництво та експлуатацію підземних систем. Супровід здійснюють досвідчені гіді, які багато років займаються дослідженням Київських підземель.

Включення до екскурсійної діяльності інноваційних елементів та розробка інноваційних екскурсій є необхідністю для туристично-екскурсійних фірм для забезпечення їх конкурентоспроможності на туристичному ринку України.

Список використаних джерел:

1. Матюхина Ю.А., Мигунова Е.Ю. Экскурсионная деятельность / Ю.А.Матюхина Е.Ю.Мигунова. – М.: Альфа-М.: Инфра-М, 2011. – 224 с.
2. Трапеза з князем Владимиром. Заголовок з екрану. Режим доступу www.parkkyivrus.com/ru/uslugi/item/292-trapeza-s-knyazem-vladimirom
3. Интересный Киев. Електронний ресурс. Режим доступу www.interesniy.kiev.ua

СУЧАСНИЙ СТАН І ДИНАМІКА РОЗВИТКУ: КОЛЕКТИВНІ ЗАСОБИ РОЗМІЩУВАННЯ У ЛЬВІВСЬКІЙ ОБЛАСТІ

Марія Філь, Ліля Гірняк

*Львівський торговельно-економічний університет,
Львів, Україна*

Тетяна Коропецька

*Хмельницький кооперативний торговельно-економічний інститут,
Хмельницький, Україна*

Однією з найважливіших складових туристичної індустрії, яка визначає її реальний потенціал, є готельне господарство.

Львівщина є одним із найбільш привабливих туристичних регіонів, адже володіє сприятливими кліматичними умовами, значним природьоресурсним потенціалом, багатою історико-культурною спадщиною. Але для успішного розвитку туристичної галузі не менш важливе значення мають готельне та ресторанне господарство, транспортна система та зв'язок, мережа закладів культури та відпочинку тощо. Належний рівень їхнього розвитку сприяють підвищенню мобільності людей, розширенню їх контактів, обміну досвідом, організації різноманітних заходів, оздоровленню й відпочинку. Брак засобів розміщування ускладнює ці процеси. Тому вивчення стану й динаміки функціонування готельної сфери має вагоме значення у дослідженні туристичної галузі міста чи регіону, визначенні стратегічних орієнтирів її розвитку, адже послуги з розміщення є одним із найважливіших елементів туризму й, по суті, детермінують саме поняття „туризм”.

Оцінка розвитку туристичної та готельної сфери передбачає визначення соціально- економічної ефективності діяльності суб'єктів національного ринку, де галузевий аналіз поєднується з регіональним.

Серед науковців, які досліджують сучасний стан і динаміку розвитку індустрії гостинності України та її регіонів І. Асмолова, С. Байлик, М. Бойко, Л. Воротіна, С. Галасюк, В. Герасименко, О. Гусева, В. Карсекін, Т. Коломієць, Г. Круль, Н. Кузнєцова, О. Любіцева, М. Мальська, Ю. Маначинська, І. Мініч, О. Милашко, С. Нездоймінов, І. Пандяк, І. Писаревський, Л. Польова, П. Пуцентейло, Х. Роглев, В. Руденко, І. Сегеда, К. Семенова, С. Сидорук, С. Скибінський, О. Стецюк, О. Сьомко, Т. Ткаченко, В. Федорченко та ін. [1–11]. Вивченням цієї теми на Волині останніми роками займалися О. Гаталяк, І. Єрко, Л. Ільїн, О. Ільїна, Н. Коленда, Н. Коцан, В. Лажнік, Р. Мазурець, О. Міщенко, В. Павлов, Л. Черчик та ін. [1-4].

Представлено результати статистичного дослідження колективних засобів розміщування Львівської області за 2015 р. Здійснено аналіз кількості засобів розміщування різних міст, у межах області [5].

У відповідності до статистичних стандартів колективні засоби розміщування розподіляють на такі типи: 1) готелі та аналогічні засоби розміщування (готель, мотель, готельно-офісний центр, кемпінг, клуб із приміщенням для проживання, гуртожиток для приїжджих, туристська база, гірський притулок, студентський літній табір та інші місця для тимчасового розміщування); 2) спеціалізовані засоби розміщування (санаторій, дитячий санаторій, пансіонат з лікуванням, дитячий заклад оздоровлення цілорічної дії, дитячий центр, санаторій-профілакторій, бальнеологічна лікарня, грязелікарня, будинок відпочинку, пансіонат відпочинку, база відпочинку, оздоровчий заклад 1-2 денного перебування) [6].

Показником використання ресурсів засобів розміщування, ритмічності їх роботи є коефіцієнт використання місткості. Відомо, що при зменшенні попиту засоби розміщування не можуть реалізувати свої послуги в інший час в іншому місці, і якщо вони залишилися невикористаними, то прибуток буде втрачений, оскільки послуги не можна накопичувати, зберігати [7]. Два адміністративних райони області (Миколаївська та Новий Розділ) не мають колективних засобів розміщування, тому й аналізований показник тут рівний нулю.

На рис. 1. наведена кількість колективних засобів розміщування за містами та районами у 2015 році.



м. Львів – 73
 м. Борислав – 24
 м. Дрогобич – 4
 м. Моршин – 19
 м. Самбір – 4
 м. Стрий – 7
 м. Трускавець – 55
 м. Червоноград - 2

Рис. 1. Кількість колективних засобів розміщування за містами та районами у 2015 році (за даними Головного управління статистики у Львівській області).

Львівська область недостатньо забезпечена колективними засобами розміщування, крім того, існує диспропорція у територіальній забезпеченості регіону: найбільше таких закладів зосереджено в Львівському (з урахуванням обласного центру), Сколівському, Пустомитівському районах та у містах Трускавець, Борислав, найменше – в Перемишлянському, Старосамбірському районах, у Миколаївському районі вони взагалі відсутні.

Одним із потужних чинників розвитку туризму на Львівщині, а заодно й відродження сільської місцевості, може стати сприяння у створенні та функціонуванні агроготелів, агросадиб. Така специфічна форма надання послуг гостинності може стати візитівкою не тільки в межах країни, а й у міжнародному просторі.

Список використаних джерел:

1. Гаталяк О. М. Туристична інфраструктура Волинської області: сучасний стан, проблеми і перспективи розвитку / О. М. Гаталяк // Вісник Львів. нац. ун-ту. ім. І. Франка. Серія: міжнародні відносини. – 2012. – Вип. 29. Ч. 1. – С. 30–35.

2. Мазурець Р. Р. Територіально-рекреаційний комплекс Волинської області : автореф. дис. ... канд. геогр. наук : 11.00.02 / Р. Р. Мазурець; Львів. нац. ун-т ім. І. Франка. – Львів, 2014. – 20 с.
3. Черчик Л. Сучасний стан туристично-рекреаційного комплексу Волинської області: Монографія. Частина 2 / Л. Черчик, О. Міщенко, І. Єрко; МОНУ. – Луцьк : Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки, 2014. – 154 с.
4. Черчик Л. Туристично-рекреаційний комплекс Волинської області: передумови розвитку : Монографія. Частина 1 / Л. Черчик, О. Міщенко, І. Єрко; МОНУ. – Луцьк : Східноєвропейський національний університет імені Лесі Українки, 2014. – 128 с.
5. Колективні засоби розміщування та туристична діяльність у львівській області у 2015 році / Статистичний бюлетень, державна служба статистики України. Головне управління статистики у львівській області / Львів.-2016.- С. 33.
6. Милашко О. Г. Колективні засоби розміщування як об'єкт статистичного вивчення / Милашко О. Г. // Вісник соціально-економічних досліджень : зб. наук. пр. / голов. ред. М. І. Зверяков; Одеський нац. екон. ун-т. – Одеса, 2014. – Випуск 2 (53). – С. 202–206.
7. Асмолова І. М. Проблеми, перспективи удосконалення управління приватними готелями в умовах підготовки та проведення в Україні „Євро-2012” / Асмолова І. М., Воротіна Л. І. // Наук. вісник ЧДІЕУ. – 2012. – № 1 (13). – С. 190–194.

АСТРОНОМІЧНИЙ ТУРИЗМ: СУТНІСТЬ, ФАКТОРИ РОЗВИТКУ ТА ГЕОГРАФІЯ ПОШИРЕННЯ

Ірина Хільчевська

*Київський національний університет імені Тараса Шевченка,
Київ, Україна*

Інтерес людини до вивчення небесних тіл і явищ та спостереження за зоряним небом сягають сивої давнини. Сучасні прагнення туристів до отримання нових знань і вражень, урізноманітненні доступністю інструментів та більшою мобільністю, формують сталий попит і забезпечують постійний інтерес до зоряного неба та пов'язаних з ним об'єктів. Це призвело до формування

окремого профільного виду туризму – астрономічного, який саме і пропонує можливість задовольнити бажання людей будь-якого віку зрозуміти космос.

Астротуризм або астрономічний туризм – один із наймолодших видів туризму, метою якого є спостереження за зорями та астрономічними явищами (на базі обсерваторій чи у місцях з малим світловим забрудненням), відвідання місцевості, де найкраще споглядати затемнення сонця і місяця, мандрівки до місць падіння метеоритів і комет. У більшості випадків він полягає в поїздках у різні куточки планети для спостереження за незвичайними і рідкісними явищами небесної сфери [1, с. 2].

Часто астрономічний туризм називають ще зоряним, місячним чи небесним туризмом [2].

Астрономічний туризм варто сприймати незалежно від космічного туризму, хоча він безперечно є похідним від першого, проте не досягнуто ще достатнього рівня технологічного розвитку задля його втілення. Астрономічний туризм – це спостереження за небесними явищами та об'єктами із Землі, у той час як космічний туризм передбачає місцем тимчасового перебування туриста верхні шари атмосфери, а то й вище.

Підходи до визначення сутності поняття астрономічного туризму продовж тривалого часу різнилися, проте сьогодні мають спільну основу. Спершу дослідник Дж. Кроуч називав його земним космічним (terrestrial space tourism) і акцентував увагу на спостереженнях за явищами [3, с. 214]. Пізніше Г. Лопез та Дж. Торре вказували саме на технічну складову: астротуризм розвивається поблизу наукових інститутів. Також Д. Вевер розвиває свою теорію “небесного екотуризму”, яка передбачає відвідування місць з астрономічними феноменами. Отже, довгий час тривало обговорення, що ж є головною атракцією астрономічного туризму - явища чи технічні засоби задля їх споглядання. Проте, Е. Файос-Сола у 2011 році поєднує ці два компоненти і астротуризм починає трактуватися, як той, що використовує природні ресурси і наукові технічні засоби.

Астрономічний туризм відповідає світовим тенденціям розвитку: урізноманітнення видів туризму відбувається відповідно до уподобань (концепція “нішевого” туризму), а його екологічність проявляється через боротьбу із світловим забрудненням. Серед переваг

астротуризму виділяють можливість розвитку найвіддаленіших регіонів, екологічну спрямованість та інноваційний характер.

Астротуризм має значні тісні стосунки з іншими видами туризму – з екотуризмом (напряму належить до природоорієнтованих видів туризму); з науковим туризмом (спостереження, вивчення і пізнання небесних явищ); з освітнім туризмом (просвітницька дія); як сталий вид туризму (небо, як основний ресурс, ніколи не потрібно відновлювати чи розвивати, хіба що захищати від світлового забруднення) [4, с. 130].

Базовими факторами, що впливають на розвиток астрономічного туризму виступають клімат, світло, горизонт, темне небо, безпека та зручний доступ [5, с. 305].

Виділяють також стимулюючі та підтримуючі фактори розвитку даного виду туризму[5, с. 304]. Стимулюючими факторами є:

- поширення урбанізації – виїзд з міста і споглядання природи, у тому числі й чистого неба;
- світлове забруднення – половина населення світу у зв'язку із цим типом забруднення не має можливості споглядати на сто відсотків зоряне небо;
- заходи міжнародного проекту світ в ночі (TWAN): цей проект фокусує свою увагу на просуванні астрономічного туризму;
- заходи пов'язані з міжнародним роком астрономії (2009 рік), що ще більше призвело до зростання інтересу до астрономічного туризму.

Підтримуючими факторами є:

- темне небо як атракція;
- створення якісних обсерваторій для астрономічного користування та туризму;
- використання навчальних, наукових та культурних програм;
- розповсюдження астрономічного туристичного бренду в країнах з особливим розвитком науки.

Також до ресурсів астрономічного туризму деякі дослідники залучають заходи та сходи сонця, астрономічні явища (сонячні і місячні затемнення, полярне сяйво, метеоритні дощі та навіть веселки) [4, с. 129].

Астрономічний туризм, як досить молодий вид, має ряд проблем з визначенням його різновидів. Недостовірність криється в сутності

цього виду туризму, оскільки одні дослідники визнають лише його походження з природи, інші сприймають як симбіоз культурного та природного, треті – позиціонують астротуризм, як одну зі складових космічного туризму. Перший поділ видів астрономічного туризму зробив К. Катер. Він виділяє такі види астротурів згідно з типом місця проведення:

- Тури “конкретних місць” (обсерваторій; круїзів; місць темного неба (dark sky places); космічних симуляторів);
- Тури “не конкретних місць” (подорожі для спостереження за затемненнями; досвід отриманий в кіберпросторі – віртуальні подорожі та просторові ігри) [6, с. 839].

В. Петренко та Ю. Сологуб виділяють екзотичні види астрономічного туризму:

- Історичні тури – поїздки до давніх протообсерваторій, таких як Стоунхедж
- Уфо-туризм – тури до місць, в яких було знайдено сліди позаземних цивілізацій або було складено розповіді про їхню присутність
- Білі ночі – місця з характерним для високих широт явищем, коли Сонце заходить за обрій, проте на вулиці спостерігається освітленість небосхилу [7, с. 539]

За часовою можливістю здійснення виділяються постійні (на базі обсерваторій чи музеїв) та тимчасові (затемнення сонця й місяця) астрономічні тури.

Найкращим місцем для астрономічних спостережень в світі визнано Чилі. Все це завдяки географічним чинникам, що формують сприятливий клімат – з одного боку холодна Перуанська течія, з іншого - гори Анди і найсухіша у світі пустеля Атакама [8]. Регіон Чилі Кокімбо – є єдиною областю у південній півкулі, в якій схвалена якість неба для астрономічних спостережень. Звісно, також використовується і Намібія, проте там дещо більша вологість повітря [9, с.8].

Іншими ідеальними місцями планети, де зосереджені найпотужніші інструменти для розвитку астротуризму є Гаваї (США) та Ла-Пальма (Канарські острови, Іспанія).

Особливий вид астротуризму – спостереження за полярним сяйвом - також чітко локалізований природою, оскільки можливий

лише в наближених до полюсів широтах [10]. Інший вид також детермінується природними факторами, але локалізація його постійно змінюється – це спостереження за сонячними затемненнями, які відповідно до положення планети можна спостерігати лише у вузькій смузі – ширина не більше 300 км [11].

Ще один з видів археоастрономічного туризму локалізований антропогенними чинниками: розміщенням стародавніх обсерваторій та протообсерваторій. Даний вид туризму розвивається за підтримки ЮНЕСКО та його ініціативи “Астрономія та Світова спадщина” [12, с. 2-3]. Історико-культурні ресурси, зокрема такі археологічні місця, як Стоунхендж (Великобританія), Чичен-Іца (Мексика), Гіза (Єгипет), Чанкільо (Перу), Меса-Верде (США), Алмендриш (Португалія), Кочхан (Південна Корея) або Каньйон Чако (США), також мають астротуристичний потенціал [6, с.664].

Одним із найбільш потужних об’єктів, навколо якого може формуватися кластер астрономічного туризму – обсерваторії (наприклад, досі існуючі історичні астрономічні об’єкти на урбанізованих територіях як-то Королівська обсерваторія в Грінвічі, та обсерваторії Гріффіта (Лос-Анджелес) і Лоуелла (Флагстафф) в США, та ін.). Проте, практика активної відкритості астрономічних обсерваторій у великих містах завмерла не через відсутність інтересу з боку громадськості, а в основному через збільшення світлового забруднення в навколо міських районах.

Темне небо стає дефіцитним ресурсом, оскільки світлове забруднення збільшується. На сьогоднішній день більшість небесних об’єктів не можуть бути видимими з міст та широкої смуги прилеглих територій. У даний час такі країни як Чилі, Південна Африка, Португалія, Канада, Намібія, Нова Зеландія, Іспанія і Сполучені Штати, а також конкретні регіони як Ла-Пальма, Аквіла, Баха-Каліфорнія, Кокімбо, Антофагаста, Текапо, Західна Австралія або Гаваї інвестують в захист територій "зоряного світла" та "темного неба", часто за рахунок астрономічних асоціацій і астротуристичних стартапів.

Проте беззаперечним залишається факт, що астротуризм є самостійним, перспективним і екологічносталім видом туризму, що динамічно розвивається.

Список використаних джерел:

1. Інформаційне видання «Астрономічний туризм». - Львів: Львівський інститут економіки та туризму, 2015. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.liet.lviv.ua/filemanager/files/file.php?file=2064.
2. European Astro Tourism Route. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.euskyroute.eu/european-astrotourism-route/>
3. Crouch G. The Market for Space Tourism: Early Indications. / G. Crouch // Journal of Travel Research. – 2001. - Volum 40. - №2 – p.213 – 220.
4. Najafabadi S.S. Astronomical tourism (astro-tourism) in Cebu, Philippines: essential features in selected destinations and its complementing visitor attractions”/ S.S. Najafabadi // International conference on trade, tourism and management, Bangkok, 21-22 December 2012. – 2012. – p. 129-133.
5. Farajirad A., Beiki P. Codification of appropriate strategies to astronomical tourism development (Seghaleh, South of Khorasan) / A. Farajirad, P. Beiki // Applied mathematics in Engineering, Management and Technology. – 2015. – 3(1). – p. 303 – 312.
6. Cater, C. I. Steps to Space: opportunities for astrotourism/ C. I. Cater // Tourism Management. – 2010. – 31.6. – p.838-845.
7. Петренко В., Сологуб Ю. Астро-туризм: спостерігаємо за зірками. - Національний університет харчових технологій. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://enuftir.nuft.edu.ua/jspui/bitstream/123456789/18661/1/322.pdf>.
8. Site of National geographic magazine. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://ngm.nationalgeographic.com/ngm/0308/feature3/>.
9. PMC Turismo astronomico con en la region de Coquimbo 2008. Competitiveness. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://astroturismochile.cl/wp-content/uploads/2015/01/PMC-Turismo-Astronómico-en-la-Región-de-Coquimbo-2008.pdf>.
10. Daglis I., Akasofu S. Aurora – the magnificent northern lights. / Ioannis Daglis, Syun-Ichi Akasofu // Canadian Society of Eploration Geophysicists Magazine. – 2004. - VOL. 29. – № 09. – p. 12-18.
11. Time and date [Електронний ресурс] Режим доступу: <http://www.timeanddate.com/eclipse/solar-eclipse-frequency.html>.
12. Ruggles C., Cotte M. Heritage Sites of Astronomy and Archaeoastronomy in the context of the UNESCO World Heritage Convention. – Paris: ICOMOS, 2010.

ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІННОВАЦІЙНИХ НАПРЯМІВ КУЛЬТУРНО-ПІЗНАВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ НА ЗАКАРПАТТІ (НА ПРИКЛАДІ КІНЕМАТОГРАФІЧНОГО ТУРИЗМУ)

Надія Чир

*ДВНЗ «Ужгородський національний університет»,
Ужгород, Україна*

Розвиток туризму на Закарпатті відбувається еволюційним шляхом, тому досягти конкурентних переваг у даній сфері можливо лише завдяки диверсифікації пропозицій туристичного продукту та інноваційним підходам до його формування.

Сьогодні, на фоні «туристичного буму», що переживає Карпатський регіон, підвищених вимог до туристичних продуктів та послуг з боку рекреантів, виникає проблема розробки якісно нових екскурсійно-туристичних маршрутів, які б сприяли відновленню не тільки фізичних, але й духовних, морально-психічних сил, розширенню меж пізнання, формуванню національної свідомості громадян.

Новим сегментом туристичного ринку краю може стати такий інноваційний напрям культурно-пізнавального туризму, як кінематографічний. На Закарпатті ніколи не було власних кіностудій, павільйонів чи кіношкіл. Але завдяки мальовничій природі, своєрідній колоритній архітектурі й багатонаціональному складу місцевого населення, тут у свій час знімали багато фільмів. Сьогодні на часі проблема заповнення інформаційного вакууму в області здобутків українського кінематографу в контексті Закарпатської області.

У розвитку «Закарпаття кінематографічного» можна виокремити три часові зрізи: Чеський період, Радянський період, Період незалежної України.

Чеський період кінематографії представлений німим фільмом «Марійка-невірниця», який був знятий у 1934 році в с. Колочава Міжгірського району за мотивами чеського письменника Івана Ольбрахта.

У Радянський час на території Закарпатської області відзнято близько тридцяти фільмів. Серед них: «Долина синіх скель» (1956), «Гроза над полями» (1958), «Над Тисою» (1958), «Іванна» (1959), «Кар'єра Діми Горіна» (1961), «Пропало літо» (1963), «Жайворонок»

(1964), «Трембіта» (1968), «Снігова королева» (1966), «Каратель» (1968), «Сімнадцять миттєвостей весни» (1973), «Єдина дорога» (1974), «Табір іде в небо» (1976), «Троє на шосе» (1983) тощо.

На території Закарпатської області знімали культовий фільм за всю історію світового кіно – стрічку «Війна і мир», яка у 1968 році виборола «Оскар», здобула «Золотий глобус» і нагороди міжнародних кінофестивалів у Венеції та Москві. Один із найдорожчих кінофільмів за весь час існування кінематографу демонстрували у 117 країнах світу.

Захоплено переглядаючи сцени Шенграбенської та Аустерліцької битв, мало хто здогадувався, що споглядає саме мукачівські й स्वाлявські ландшафти. Загалом на території області було відзнято 231 сцену. У с. Куштановиця Мукачівського району фільмували Шенграбенську битву. Берегівський полк виконував роль французів, а мукачівський – росіян. Загалом до зйомок залучили понад 3 тис. солдат Прикарпатського воєнного округу Радянської армії та 3 тис. мешканців навколишніх сіл для масовки.

На футбольному стадіоні Мукачева відзняли огляд 80-тисячного союзницького війська імператорами Росії та Австрії. Аустерліцька битва розгорталася біля Сваляви та на території Мукачівського винрадгоспу. Історичні факти стверджують, що учасники зйомок, витоптали частину виноградників, за що «Мосфільму» довелося компенсувати збитки.

Не менш масштабний історичний фільм радянського кіно, знятий Сергієм Бондарчуком спільно з італійцями у с. Нижнє Солотвино, с. Ірлява, с. Чабанівка Ужгородського району – «Ватерлоо» (1970). До участі було запрошено зірок світового кіно. Саме на Закарпаття на зйомки «Ватерлоо» прибув відомий американський актор, володар премії «Оскар» Род Стайгер, який зіграв роль Наполеона Бонапарта.

У фільмі в масових сценах було задіяно 15 тис. радянських солдат. Закарпатські військовозобов'язані з Тячівського, Хустського, Виноградівського та Іршавського районів (усього 200 чоловік) виконували роль англійської піхоти.

Загалом найчастіше для зйомок фільмів використовувались природні ландшафти Мукачівського, Ужгородського, Виноградівського та Берегівського районів. Найбільший інтерес серед кіномитців серед історико-архітектурних пам'яток викликав мисливський палац графа Шенборна-Бухгейма (теперішній санаторій

«Карпати») поблизу с. Чинадієво, Мукачівський замок Паланок та Ужгородський замок.

За весь радянський період було знято немало фільмів, у яких наш край слугував не тільки історичним тлом, а й місцем, де розгортаються події кінофільмів. Так, фільм «Троє на шосе» з Арменом Джигарханяном і В'ячеславом Невинним – історія водіїв-далекобійників, що їдуть із Москви на Закарпаття. «Долина синіх скель» – стрічка про роботу геологів, які шукають нафту в області тощо.

В незалежній Україні кінематографісти теж активно знімають на території Закарпаття.

У 1991 році в Ужгороді був відзнятий фільм «Карпатське золото» з Ольгою Сумською в головній ролі. У 2003 році в Мукачівському замку знімали китайсько-українську 20-серійну телеверсію роману «Овід». До зйомок активно залучали місцеве населення, яким платили по 40 грн. за знімальний день. Крім того, до участі у фільмі запросили артистів Закарпатського російського драматичного театру й солдатів Мукачівського гарнізону.

У фільмі «Доярка з Хацапетівки 2» замок Шенборна перетворився на французький палац, а мукачівські виноградники «зіграли» провінційну Францію. Ужгород, Мукачево, с. Синевирська Поляна – це неповний перелік локацій, які задіяні у зйомках фільму Урсус (2013) режисера Отар Шаматава. Це спільний проект Грузії, України, Болгарії та Німеччини, який планують випустити в прокат на екранах України в 2017 році. У головних ролях фільму: грузинка Ніка Тавадзе, французи Жозефіна де ла Баум та Жорж Коррафас, українці Богдан Бенюк та Микола Вересень, німець Крістіан Ульмен. Географія зйомок представлена не тільки Україною (Київ, Ужгород, Мукачево, Чортків, Синевирська поляна, скелі Довбуша). а й Грузією (Тбілісі та Батумі), Болгарією (Софія) та Німеччиною (Берлін).

Перший український фільм жахів у форматі 3D «Синевир» зняли теж на території Закарпатської області – у с. Синевирська Поляна. На третьому міжнародному кінофестивалі у Москві з сімнадцяти робіт, виставлених на конкурс, він отримав гран-прі як найкращий 3D повнометражний фільм.

Початком відродження українського дитячого кінематографу вважають вихід на екран кінострічки «Іван сила» (2012). Це добра сімейна історія про цілком реального українського силача Івана

Фірцака, який в 1928 році офіційно завоював титул найсильнішої людини планети. В основу картини лягла книжка Олександра Гавроша «Неймовірні пригоди Івана Сили», видана «Видавництвом Старого Лева» ще у 2007 році.

Іван Фірцак або, як його називали в афішах, Іван Сила – виходець із Закарпаття. Двадцятирічним він подався на заробітки до Чехословаччини, де дістав славу борця, а потім – циркового артиста. Знімали «Івана Силу» в Ужгороді, Чернівцях, Львові, Кам'янці-Подільському та Києві, а також у рідному селі Івана Фірцака – с. Білки Іршавського району. Варто відзначити, що деякі сцени відфільмували безпосередньо у хаті прототипа героя стрічки.

Сьогодні ініціативна група студентів факультету туризму та міжнародних комунікацій УжНУ займається розробкою нового туристичного продукту на основі наявних туристичних ресурсів – маршрут вихідного дня «Стоп! Знято!: кінематографічне Закарпаття». Через свою універсальність, культурно-пізнавальний зміст та легкодоступність тур спрямований на широкий загаль та орієнтований на середньостатистичного туриста.

Від етапу генерування ідей про турпродукт, його кількісні та якісні властивості за результатами вивчення існуючого та потенційного попиту ми перейшли до створення концепції нового турпродукту, наповнення його конкретними споживчими властивостями, які відповідають попиту цільового ринку.

Список використаних джерел:

1. Уманський О. Сім фільмів, знятих на Закарпатті, про які повинен знати кожен місцевий [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.varosh.com.ua>.
2. Фільми, які знімали на Закарпатті [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://tourinform.org.ua>

ПРОГНОЗУВАННЯ ЗРІВНОВАЖЕНОГО РОЗВИТКУ РЕКРЕАЦІЇ В УКРАЇНІ: СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНИЙ ПОГЛЯД

Ганна Шевченко

Сумський державний університет, Суми, Україна

Формування гідних умов життя в Україні, що враховують необхідність відновлення людського капіталу та, відповідно, всіх можливих чинників, які сприяють поліпшенню здоров'я людини через упровадження та підтримання різноманітних форм відпочинку (рекреації), не втрачає своєї актуальності й у кризовий період соціально-економічного розвитку в нашій країні.

На наш погляд, акценти уваги при використанні комплексного підходу до вивчення проблем рекреаційного розвитку, здійснене за допомогою прогностичних методів, доцільно розставити наступним чином:

– на початку проведення соціально-економічного дослідження рекреації ми аналізуємо стан, місце та роль рекреаційної галузі в системі управління національною економікою. При цьому аналіз здійснюється через методологічну призму прогнозування розвитку рекреації; зміст дослідження на даному етапі викладено відповідно до наступної структури, що вибудовується через відповіді на ключові питання, а саме:

- аналіз системи управління національною економікою та, зокрема, рекреації як її важливої соціально-економічної складової, – як керувати національною економікою на засадах загальної теорії систем і комплексного підходу, тобто з урахуванням її соціальних, природно-екологічних, політико-культурологічних та інших взаємопов'язаних чинників?
- узагальнення соціально-економічних чинників прогнозування як теоретико-методологічної складової системи управління національною економікою, – як прогнозувати розвиток національної економіки та її окремих галузей у їх єдиному галузево-територіальному поєднанні?
- формування принципів прогнозування розвитку рекреації в системі управління національною економікою, – за допомогою яких принципів прогнозувати розвиток рекреації в

складі національної економіки з урахуванням як ендогенних, так і екзогенних чинників у розрізі “світова економіка (мегасистема) – національна економіка (система) – рекреація (підсистема)”?

– наступний етап дослідження присвячено теоретико-методологічним підходам до аналізу передумов і чинників зрівноваженості (еквілібріуму) розвитку рекреації:

- дослідження поняття еквілібріуму в загальному контексті, а також у контексті функціонування та розвитку національної економіки, зокрема, в територіально-галузевому розрізі господарювання в межах певної країни, – чи є розвиток національної економіки зрівноваженим / чи доцільна зрівноваженість соціально-економічному розвитку?
- аналіз переваг, недоліків і альтернатив зрівноваженого соціально-економічного розвитку, – чому розвиток із досягненням еквілібріуму кращий за інші форми та напрями розвитку національної економіки?
- формулювання та розкриття змісту поняття “зрівноважений розвиток рекреації”, – що саме слід розуміти під вузьким поняттям зрівноваженого розвитку рекреації як соціально-економічної галузі національного господарювання?

– третім етапом даного дослідження є обґрунтування моделі прогнозування зрівноваженого розвитку рекреації:

- проведення комплексного аналізу моделей та методів прогнозування, що застосовуються в економічних дослідженнях, – якою є структура та особливості окремих моделей і методів прогнозування в економіці?
- вивчення специфіки взаємозв’язку прогнозування з програмуванням і регулюванням як управлінськими функціями на рівні моделей і методів, – яким чином методи і моделі прогнозування пов’язані з методами і моделями в розрізі їх дослідження у контексті функціонального та процесного підходів до управління національною економікою?
- розробка моделі прогнозування зрівноваженого розвитку рекреації, – яка саме модель відповідає специфіці прогнозування зрівноваженого розвитку рекреації, та як оцінити надійність її параметрів?

– четвертий етап дослідження присвячено проведенню комплексного аналізу внутрішньосистемних зв'язків у соціально-економічній системі “рекреація”:

- дослідження та узагальнення видів і напрямів рекреації як сфери, галузі та діяльності (зокрема, у взаємозв'язку з туризмом, спортом і загальним оздоровленням рекреантів), – які види та напрями рекреації як сфери відпочинку наразі існують у світі та в Україні, та як виглядає вся їх сукупність?
- виокремлення напрямів рекреації, що відповідають зрівноваженості розвитку останньої, – які саме напрями рекреації відповідають її зрівноваженому розвитку, а також сталому розвитку суспільства?
- прогнозування окремих напрямів зрівноваженого розвитку рекреації, – яким чином прогнозувати розвиток виокремлених зрівноважених напрямів сфери відпочинку та відновлення людських сил?

– п'ятий етап дослідження охоплює науково-методичні підходи до здійснення безпосередньо прогностичної оцінки зрівноваженого розвитку рекреації:

- прогностична оцінка впливу рекреації на розвиток національної економіки, – як здійснити кількісний прогноз зрівноваженого розвитку рекреації, передусім, його впливу на розвиток національної економіки?
- прогностична оцінка зрівноваженого розвитку рекреації за окремими територіями України, – які результати прогностичної оцінки зрівноваженого розвитку рекреації в територіальному розрізі країни?
- прогностична оцінка за окремими напрямами рекреації, – які результати оцінки зрівноваженого розвитку рекреації за її напрямами?

– на остаточному шостому етапі даного дослідження ми формуємо програми зрівноваженого розвитку рекреації в Україні як наслідок попередньо здійсненого прогнозування за допомогою відповідної моделі та на основі результатів прогностичної оцінки:

- формування комплексних програм розвитку рекреації, – як створювати програми розвитку рекреації на основі здійсненого попередньо прогнозування?

- врахування в програмі зрівноваженого розвитку рекреації регулятивної функції, – зрівноважений розвиток рекреації означає врегулювання, в чому саме полягає відповідна функція?
- врахування в програмі зрівноваженого розвитку рекреації мотиваційної функції, – в чому полягають мотиви суб'єктів рекреаційної діяльності, споживачів рекреаційного продукту та державних органів, які регулюють рекреаційну діяльність; як звести всі ці мотиви до спільного знаменника?

Отже, погляд, представлений у даному дослідженні, лаконічно можна представити у вигляді теоретико-методологічного ланцюга (з одночасним вирішенням науково-прикладного завдання – оцінки сучасного стану та прогнозних наслідків розвитку рекреації як соціально-економічного явища в його проекції в еволюційну площину сталої динаміки життєдіяльності людства): “рекреаційна галузь національної економіки (структурна оцінка) – зрівноважений розвиток рекреації (оцінка динаміки) – модель прогнозування зрівноваженого розвитку рекреації (оцінка моделі) – прогнозування розвитку окремих рекреаційних напрямів (якісна оцінка) – прогностична (кількісна) оцінка передбачуваних результатів розвитку рекреації – розробка програми зрівноваженого розвитку рекреації (оцінка ефективності програми)”.

ГЕОГРАФІЧНІ ЗДОБУТКИ В ШКОЛІ (КРАЄЗНАВСТВО) ТА ВИЩІЙ ШКОЛІ (ЛАНДШАФТОЗНАВСТВО І КРАЇНОЗНАВСТВО)

Павло Штойко

Львівський державний університет фізичної культури

імені Івана Боберського,

Львів, Україна

Тривалий час звичайна школа сповільнено сприймала прогрес науки. У географічній шкільній науці переважаючому вивченню ландшафту надавався новий, як виявилось в майбутньому, стрижневий напрям. Він спричинив у шкільних географічних

нововведеннях від інноваційних досягнень університетської географії стверджену залежність. У шкільних методиках 1920-х років йдеться про принцип краєзнавства як пануючий на заняттях. Між науковцями лише почались методологічні дискусії щодо нього.

Географію практично узагальнено розглядають за принципом ландшафтознавства. Поширення і практичне введення природних ландшафтів послужило основою уроку географії. Ця думка пройшла через усі шкільні підручники. «Ландшафтознавча революція» є шкільним продуктом географії. Шкільна методика не слідує методології науки, а навпаки, остання теоретично наздоганяє шкільну практику, що ніби є університетською надбудовою давно практикуючого принципу навчання. Іноді «ландшафти» уподібнюються як «індивідуальні області земель», «край», як максимально замкнута в собі місцевість землі, яка фізично і культурно значно відрізняється від сусідніх.

Здобутки в області дидактики не завжди спочатку походили з університетів, а з народних шкіл. Краєзнавство відзначає вагомий поступ в області методики і воно сформувалось у розвитку шкільного навчання географії. Варто відзначити, що краєзнавство і ландшафтознавство можна розглянути як споріднені. Ландшафтознавство як галузь знань є трактування за краєзнавчим принципом – принцип спостереження і безпосереднього досвіду.

В будь-якому разі завданням краєзнавства залишається опис і пояснення географічного ландшафту, а точніше його фізіономічна картина. Воно досліджує культурно-географічні відношення, умови існування мовних, релігійних, державних та ін. спільнот у їх ландшафтному зв'язку й їхній загальній географічній сутності, а тому не можуть прийти до пояснення без історичних методів. Методи краєзнавчої географії є модифікованими відповідно до її своєрідних завдань. Тут перш за все йдеться про те, щоб визначити структуру певної області земної поверхні через спостереження, вимірювання, обчислення.

Краєзнавство поширюється на дидактику, теорію і практику виховання. Воно виступає у різноманітності форм, розвиває кругозір школярів, їх пізнавальні інтереси, сприяє моральному, трудовому, фізичному вихованню. У процесі краєзнавчої роботи учні самостійно освоюють навчальний матеріал, набувають навичок, необхідних у житті, а досвід спрямовують на вивчення краю. Із застосування

проблемно-пошукових методів навчання краєзнавство в сучасній початковій школі стає вагомим в послідовності спостережень у навколишньому середовищі з процесами життєдіяльного переосмислення матеріалів про рідний край.

Університетська географія є інноваційним джерелом для шкільних методичних оновлень, які переймають і шкільні педагоги, та все ж географія, яку обґрунтував, наприклад, К. Ріттер неодноразово потерпала через своїх послідовників на рівні топографічного опису і статистики як у науці, так і в школі. Велике перетворення географічного уявлення походило з шкільної географії, яка справила надзвичайний реформаторський вплив. Отже, ландшафтний концепт виник з потреб школи, є продуктом шкільної необхідності. Традиція географічного мислення у «ландшафтах» насамперед є традицією шкільної географії.

У шкільних колах в географії поняття «природна область» замінювалася поняттям «природний ландшафт». Значення ландшафту уособлювало поняття земля, провінція, територія. Умовою успішного заняття географії виступає принцип наочності.

Вчення про ландшафт, а точніше ідея ландшафту заторкується у контексті обґрунтування географії як окремої науки.

К. Ріттер не знав у своїх теоретичних моделюваннях вислову «ландшафт» для знайденої ним географічної одиниці як географічного поняття. У нього трапляється форма «ландшафт» у старішому значенні «регіон»; він стверджував у поясненнях своїх уявлень про завдання географії, завжди про «частини землі», «земельні об'єкти», «земельні заповнені простори» і «земельні системи», і лише випадково визначав «ландшафт» у фізіономічно-емоціональному сенсі як «універсальність та єдність» організованої земної поверхні у її «оглядовому контексті».

Ландшафтознавчі ідеї, з одного боку, не пов'язані з конкретним вченим, а з іншого, вони отримують три різні трактування: ландшафт як пейзаж, ландшафт як індивідуальний район і ландшафт як тип території.

Ландшафти поступово віддзеркалюють конкретні географічні індивідууми, в яких мов в організмі панує виняткова закономірність і розумний порядок.

Природна країна – індивідуум К. Ріттера і його послідовників була зорієнтована на ідею життєвого простору, так як тут повинні

були знайти арену для своєї історії. “Країна” (“країнознавство”) виступає як синонім ідеографічного розгляду земних просторів, “країна” – одиниця простору за її сукупною суттю. “Ландшафт” як одна з величин у класифікації розмірів у ряді “країна” – як частина землі – ландшафт, місце.

Велику потребу у регіональному дослідженні має країнознавство, яке у географії є найстарішою галуззю. Воно існувало задовго до того як було закладено фундамент загальної географії. Так, К. Ріттеру в його подвижницькій праці не бракувало ні відповідної точки зору, ні старання, але географія не могла надати йому необхідних засобів, спеціально абстрагованих моделей, які можна втілити в дійсність.

Країнознавство є за своєю сутністю змістовнішим, ніж краєзнавство. Формою дослідження географії в першу чергу виступають ті потреби, які точно й повністю описують факти, надають докази для ствердження зв’язків, виокремлюючи об’єктивні зв’язки від гіпотетичних. Така лінія дослідження в загальній географії є загальноновизнаною. Такою вона залишається і для країнознавства. Усюди аналіз і опис передують синтезу та поясненню. Країнознавство розглядає явища та процеси, які існують одночасно в одній країні, які є спорідненими в своїх генетичних та причинних відношеннях, створюючи єдине бачення про країну. Її розглядають компактно й всебічно, а явища, які постають у причинних обставинах трапляються частіше, ніж ті, які їх наслідують. В країнознавчих дослідженнях основна послідовність розглядається як єдність, початок якої складає загальна частина з поступовим переходом до спеціальної. Країнознавчі матеріали у викладі підпорядковані цілісним ознакам країни – окремішнє споріднюється з загальним.

В минулому вважалося, що завданням країнознавства є розробити поняття країн в їх індивідуальному образі. Однак, зміст поняття країн з усім привнесеним роботою людей різноманіттям індивідуальних явищ тощо виходить за межі логічно побудованих схем типів.

Побутує думка, що країнознавство постійно цікавилось «індивідуальним характером земного простору» (В. Крафт). До нього схиляється значна частина досліджень у галузі загальної географії, проте йдеться при цьому не про природно чи штучно відокремлені підгалузі, а про «загальну галузь земної поверхні». Це було б цілком іншим, якщо б спробувати встановити «типи форм земної поверхні» чи дослідити «закономірність процесів їх утворення». Але і в цьому

разі необхідно виходити з окремих спостережень і визначень, отже – з «країнознавчого матеріалу», проте в жодному разі, як наприклад, у А. Геттнера не повинен виникати через «індивідуальний підхід» помилковий висновок, що йдеться про інше впорядкування того самого матеріалу «за поняттями явищ, замість понять місцевостей»; тут мова, очевидно, про щось зовсім нове – «про загальні закони і типи». Так виходить, що в понятті “загальна географія” є певна двозначність: то вона означає ціле – земну поверхню – на противагу її частин – індивідуальним відношенням. Тут радше йдеться не про велетенську різницю, як стверджує А. Геттнер, а про загальну відмінність мети: в одному випадку – про генералізацію, а в іншому – про індивідуалізацію. На це знання про закономірності мало б вказати країнознавство, яке не лише описує, але й пояснює, оскільки “пояснювати означає виводити даний особливий випадок з загальних умов”. Поле діяльності загальної географії як самостійної дисципліни у будь – якому випадку є достатньо об’ємним і важливим, щоб вийти за межі ролі вступу чи додатку до країнознавства.

Список використаних джерел:

1. Костриця М. Витоки українського краєзнавства / М. Костриця // Географія та основи економіки в школі. – 2000. – №1. – С. 31 – 32; №2. – С. 34 –36.
2. Степанів О. Мандруймо по рідному краю // Календар «За народ» 1943. – Львів, 1942. – С. 69 – 74.
3. Геттнер А. География, ее история, сущность и методы. / А. Геттнер. Под ред. Н. Баранского. – Л. – М.: Гос. изд-во, 1930. – 416 с.
4. Kraft V. Die Geographie als Wissenschaft / V. Kraft // Methodenlehre der Geographie. Leipzig – Wien, 1929. – S. 1 – 22. (Enzyklopadie der Erdkunde).
5. Ritter C. Die Erdkunde im Verhältnis zur Natur und zur Geschichte des Menschen, oder allgemeine, vergleichende Geographie / C. Ritter . – Berlin, 1822. – Theil 1.– Buch 1: Afrika 2. verm. 4. verb. Aufl.

БРЕНДИНГ МАЛИХ ІСТОРИЧНИХ МІСТ ЯК СКЛАДОВА МАРКЕТИНГУ ТЕРИТОРІЙ

В'ячеслав Ярмолович

*Львівський національний університет імені Івана Франка,
Львів, Україна*

Брендинг територій – це сучасний та перспективний напрям наукових досліджень у світі. Сьогодні інтенсивний розвиток зазначеного напрямку обумовлений підвищенням мобільності людей і фірм, зростанням індустрії туризму, посиленням комунікаційних обмінів, необхідністю створення та підтримки позитивного іміджу регіонів, що міг би захопити людей, спонукати їх до відвідування «розкручених» місць і вкладання довгострокових інвестицій. Але пріоритетним і, можливо, найбільш важливим напрямом розвитку брендингу територій та туризму у великих туристичних центрах є розвиток і туристично-рекреаційне спрямування малих міст.

Розвиток туризму залежить від розвитку брендів - малих міст. Стрімкий їх розвиток надасть багато можливостей як для туристичних центрів, регіону, так і для держави загалом. Переваги становлення туризму в малих містах очевидні. Окрім відкриття нових спеціальностей та збільшення робочих місць, - це впровадження національного туристичного продукту, що якнайкраще характеризуватиме Україну, а також збільшення платоспроможності та життєвого рівня населення місцевості. Розвиток туристичної індустрії в малих містах Львівщини також дозволить розосередити туристичні потоки в обласному центрі – місті Львові, і дасть змогу отримати прибутки місцевому населенню. Іншими перевагами є наступні:

- збереження історичного середовища малих міст, розвиток малих міст, що є рекреаційними і туристичними центрами, поживлення туристичної галузі як однієї з найперспективніших в економіці;

- забезпечення сталого розвитку економіки та соціальної сфери малих міст, збільшення ресурсних можливостей територій та підвищення якості управлінських рішень з цих питань;

– залучення коштів державного і місцевого бюджетів, фізичних і юридичних осіб регіону чи країни до виконання заходів соціально-економічного розвитку малих міст, значне скорочення централізованих державних видатків, їх ефективне використання.

Більшість малих міст Львівщини характеризуються низьким рівнем соціально-економічного розвитку, є депресивними, з низьким рівнем ділової активності, проте володіють значним туристично-рекреаційним, культурно-історичним та природним потенціалом. Сприяння розвитку туристичної сфери у малих містах необхідно розглядати як інструмент підвищення рівня зайнятості населення, зменшення трудової міграції, в т.ч. молодіжної, посилення ділової активності, покращення фінансових показників діяльності підприємств, формування позитивного туристичного іміджу. З метою сприяння розвитку сфери туризму та рекреації у малих містах необхідно активно стимулювати підприємницьку ініціативу, створити сприятливий інвестиційний та підприємницький клімат, залучати підприємців до створення туристичних інформаційних центрів, розробки нових туристичних маршрутів, формування туристичної маркетингової стратегії, використання інструментів фінансової допомоги грантових програм для розвитку туризму.

Актуальність створення сильного бренду міста, здатного вплинути на вирішення як економічних так і культурних завдань в світі вже не викликає сумніву. Брендинг міст – вимога часу, визначена конкуренцією регіонів, що посилюється, в умовах глобалізації. На сьогодні цінність території починає залежати і від її бренду, від позиціонування міста, регіону в ряду собі подібних. З економічної точки зору, саме побудова сильного бренду є потужним інструментом залучення більшого припливу інвесторів, партнерів і споживачів, інструментом формування довіри.

Бренд міста розглядається як сукупність немінливих цінностей, що відображають неповторні оригінальні споживчі характеристики даного міста, що широко відомі, і такі, що отримали суспільне визнання. Вдале просування бренду означає зростання економічних можливостей території, міста – це залучення інвестицій, поява нових можливостей до розвитку території. Іноземний бізнесмен, іноземний турист сьогодні найчастіше просто не знають, що ховається за назвами міст і територій, чим вони славетні, які там існують можливості та особливості. Дуже часто гроші туриста і бізнесмена так

і не приходять з цієї причини до України. На Заході давно зрозуміли силу брендів, просувають їх, не шкодуючи засобів, знаючи, що це окупиться. У нас в більшості випадків брендинг, на жаль, все ще сприймається як щось другорядне.

Просування лише одного туристичного центру і одного бренду, наприклад Львова, приречене на швидкий занепад – ринок насичується швидко і занепадає, або трансформується щодо інших конкурентних переваг (з культурної на алкогольну столицю, тощо). Тому важливим є брендинг малих історичних міст та регіональних маркетинг. Проведення регіонального маркетингу передбачає відповідь на питання: «як зробити міста найбільш привабливим для життєдіяльності і виробництва?» та пропонує напрями та інструменти реалізації цієї привабливості.

Маркетингова стратегія просування бренду малих історичних міст представлена на рис. 1.1.

Основними заходами, які потрібно провести для просування бренду міст до потенційних туристів та інвесторів, є наступні:

- дійти до єдиного позиціонування малих історичних міст для всіх зацікавлених сторін (для всіх представників ринку туризму);
- провести комплексну промоційну кампанію (рекламну кампанію міст) на основних ринках, щоб донести нове позиціонування до потенційних клієнтів;
- регулярно проводити моніторинг ринку для позиціонування Львова;
- просувати/надавати інформацію ключовим каналам ринку;
- покращити інформацію і зміст повідомлень про малі історичні міста в Інтернеті;
- підвищити рівень усвідомлення важливості збереження культурної спадщини та залучення для цього інвестицій;
- забезпечувати надходження достатньої туристичної інформації до потенційного споживача;
- визначити 4–5 основних заходів, які є найпопулярнішими і можуть стати основою для щорічної програми заходів, спрямованої на покращення відвідуваності міста;
- збільшити номерний фонд не дорогих готелів через стимули проходити сертифікацію і залучення іноземних інвестицій;

– сприяти новим авіарейсам до країн з найбільшою кількістю потенційних туристів;

– створити навчальний центр для підвищення кваліфікації кадрів (у сфері туризму) за допомогою місцевих і міжнародних експертів.



Рис. 1.1. Маркетингова стратегія просування бренду малих історичних міст [1]

Список використаних джерел:

1. <http://city-institute.org/> 69
2. Брендинг міст: досвід країн Вишеградської групи для України / За загальною ред. О. І. Соскіна. – К.: Вид-во «Інститут трансформації суспільства», 2011. – 80 с.
3. Стратегія конкурентоспроможності економіки Львова / Інститут міста. – Львів, 2010. – 119 с.

ГЕОПРОСТОРОВИЙ АНАЛІЗ ФЕСТИВАЛЬНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ ЯК ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ РІВНЕНСЬКОЇ ОБЛАСТІ

Оксана Яроменко, Олексій Токар

*Міжнародний економіко-гуманітарний університет імені
академіка Степана Дем'янчука,
Рівне, Україна*

Рівненська область є одним із важливих регіонів України, в якому фестивальна діяльність виступає важливою складовою туристичного продукту в рекреаційно-туристському комплексі регіону та має пріоритети для розвитку. Практично у всіх районах області щороку проводяться фестивалі місцевого, регіонального й міжнародного значення. Щоб сприяти розвитку фестивального туризму в області та привернути увагу туристів, вважаємо за доцільне, виокремити види фестивального мистецтва та регіональні центри фестивального туризму на Рівненщині, окреслити програму сприяння розвитку фестивального руху. Регіональними центрами фестивального туризму можуть бути міста, які обираються за принципом масштабності проведення та можливості репрезентації тієї чи іншої події.

Чинниками фестивальної діяльності, що визначають його тематичну та внутрішньорегіональну структури, окрім природно-ресурсного та історико-культурного потенціалу виступають матеріально-технічне та фінансове забезпечення, рівень розвитку соціальної інфраструктури, транспортна доступність, реклама тощо. При проведенні фестивалю за певною тематикою простежуємо певну прив'язку даного виду до даної території [3].

Серед видів фестивалів за тематикою у Рівненській області відбуваються: екологічні фестивалі; алкофестивалі (зокрема, пивні); етнофестивалі; мистецькі: артфестивалі, фотофестивалі, кінофестивалі (фестивалі категорії «А» та короткометражного кіно), музичні фестивалі (серед яких естрадної та сучасної музики, духовної та народної музики, академічної музики, авторської пісні, джаз-фестивалі), хореографічні; театральні та літературні (зокрема, гумористичні); фестивалі історичної реконструкції. За тематикою у відсотковому співвідношенні в регіоні переважають музичні фестивалі (рис. 1). Переважна більшість заходів проводиться з квітня по жовтень

у теплий сезон року. Особливо це стосується концертних фестивалів, які мають більшу аудиторію глядачів. На Рівненщині серед фестивалів за масштабами організації, найбільше до послуг туристів обласні заходи (53%), 27% складають міжнародні та 20% національні фестивалі. Незважаючи на велику кількість фестивалів, міжнародний статус мають лише окремі з них.

Як відомо міжнародні фестивалі включають приїзд туристів із трьох і більше країн та мають великі масштаби охоплення. Так, хронологічно сезон фестивалів відкриває Слов'янський фестиваль «Коляда», що має статус міжнародного та проводиться щорічно у місті Рівне, під час святкування

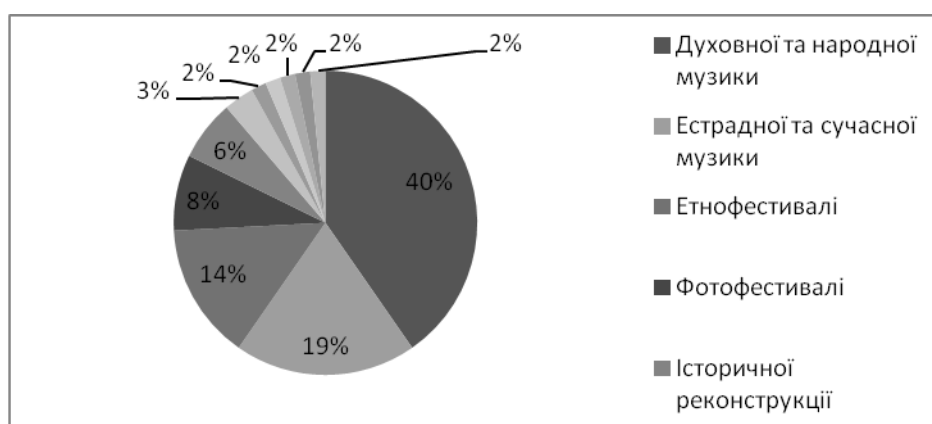


Рис. 1. Структура фестивалів Рівненщини за тематикою

Водохреща за участю фольклорних колективів Рівненщини, України та закордону. Унікальною родзинкою фестивалів у м. Рівне і області в цілому є Міжнародний молодіжний фестиваль традиційної народної культури «Древлянські джерела», що має статус фестивалю СIOFF (Міжнародної Ради Організацій Фестивалів Фольклору) та IOF (Міжнародної Організації з Народної Творчості) – організацій, що співпрацюють з ЮНЕСКО. Основними цілями фестивалю є відтворення звичаїв і обрядів, знайомство з традиційною культурою різних країн та народів, поглиблення взаєморозуміння між молоддю різних країн та водночас інтеграція України до світового культурного простору [1;2]. Міжнародним джазовим фестивалем, в якому об'єднані жанри мистецтва з джазової музики є «Art Jazz Cooperation» (м. Луцьк та Рівне). Щороку в травні у м. Рівне проводиться Міжнародний конкурс молодих виконавців «Шоу–«Західний регіон» за участю іноземних та українських виконавців. Таким чином, серед

міжнародних фестивалів найбільш поширеними є музичні фестивалі, як духовної та народної, так і сучасної й естрадної музики, проводяться етнічні фестивалі, в яких поєднуються християнські та язичницькі звичаї. Відомими за межами області є фотофестивалі. Міжнародні фестивалі проводяться як правило у обласному центрі, до якого є зручна транспортна досяжність та достатня інфраструктура закладів розміщення туристів, ресторанного бізнесу і громадського харчування, а також саме у м. Рівне наявні спеціалізовані заклади, які можуть надавати площі для фестивальних дійств.

Серед всеукраїнських фестивалів, що відбуваються на Рівненщині, найбільшу частку становлять музичні фестивалі. Вони дозволяють прихильникам певних напрямків музики побачити на одній сцені улюблених виконавців та гурти, що тільки розпочинають свою творчість. Часто приїзд знаменитого виконавця, або музичного колективу в певний населений пункт активізує притік туристів, іноді навіть з зарубіжжя. Найатрактивнішими Всеукраїнськими фестивалями області вважаємо: Всеукраїнський молодіжний рок-поп фестиваль «Тарас Бульба», що відбувається у м. Дубно є відомий далеко за межами Рівненщини, націлений на розвиток та популяризацію сучасної молодіжної культури, сприяє піднесенню української ідеї серед молоді; Всеукраїнський фестиваль гумору «Лауреат Нобельської премії» – під час його проведення у селі Нобель Зарічненського району поліська провінція на кілька днів стає «столицею» українського гумору, що має свої ритуали [3]. Всеукраїнський фестиваль молодого аматорського кіно «DVERY» уперше відбувся у м. Рівне в 2011 р. за участю сценаристів та режисерів. Зазначимо, що фестивалів національного рівня у структурі фестивального туризму області найменше. Ця діяльність потребує активізації та нових креативних ідей з метою популяризації природної та історико-культурної спадщини Рівненщини в Україні.

Свята, що проводяться в межах кількох сіл, або в одному місті, є регіональними. В межах регіону відбуваються етнофестивалі, музичні фести, фестивалі історичної реконструкції та інші. Найбільш відомий з етнофестивалів є Відкритий регіональний Етно-тур-фест «Бурштиновий шлях» (сmt. Володимирець), його фестивальна програма дозволяє пізнати автентичний побут жителів Українського Полісся. Етнофестиваль, що вперше проводився у 2011 році і запам'ятався мальовничими ландшафтами Надслучанської Швейцарії,

що на березі річки Случ носить назву Відкритий молодіжний фестиваль «Горлиця»(с. Маринин Березнівського району)[1;2].

Звичаєво-обрядову сферу життя поліщуків відтворює обласний фестиваль народного мистецтва «Водіння куста», що проводиться у с. Сварицевичі Дубровицького району, цей унікальний дохристиянський обряд донині зберігся лише на Рівненщині. Щороку Рівненський обласний краєзнавчий музей запрошує народних майстрів України в м. Рівне на Обласне фольклорно-етнографічне свято «Музейні гостини», присвячене Міжнародному дню музеїв, де майстри презентують свої уміння. Музичний фестиваль «Літо у Скольмо» є грандіозним концертом під відкритим небом, проводиться у смт. Клевань на території готельно-ресторанного комплексу «Скольмо». Особливою популярністю у молоді користується «Aqua DJ's Parade», цей щорічний фестиваль електронної музики, масштабний рейв за участі відомих українських діджеїв, музикантів та продюсерів проходить у с. Хрінники Демидівського р-ну. Щорічний фестиваль рок-музики «ДеТоНація» у м. Костопіль за основну мету ставить сприяння розвитку української музики та культури. Щорічно на Рівненщині відбувається молодіжний мистецький соціально-екологічний фестиваль «Біле озеро», триває у липні поблизу Білого озера, особливістю дійства є екологічне спрямування фестивальної діяльності. Обласне свято української писемності і Першокниги «Пересопницьке Євангеліє» (с. Пересопниця Рівненського району) включає дегустацію поліської кухні, лицарські турніри, майстер-класи. Найвідомішими фестивалями-реконструкціями є фестиваль «Берестецька варта» у с. Пляшева Радивилівського району, передбачає проведення історичної реконструкції давньої битви під Берестечком, однієї з наймасштабніших воєнних баталій середньовічної Європи [1;2]. Фестивалі історичної реконструкції є цікавими не лише для українських туристів, а і для іноземних гостей, оскільки українська історія тісно пов'язана з історією багатьох країн-сусідів.

Найбільша кількість фестивалів в регіоні відбувається на теренах Рівненського (включаючи м. Рівне), Зарічненського та Радивилівського районів. Високою фестивальною діяльністю відзначається Демидівський район. Деяко нижчою є кількість фестивальних дійств на територіях Дубенського, Дубровицького, Костопільського та Острозького районів. м. Дубно та м. Остріг є

центрами проведення міжнародних фестивалів. Аутсайдерами у розвитку фестивального туризму на Рівненщині залишаються Здолбунівський, Рокитнівський та Гощанський райони. Усі типи фестивалів за охопленням учасників відбуваються в місті Рівне та на території Рівненського району. В інших районах області фестивальна діяльність має більше регіональний характер. За ступенем інтенсивності проведення фестивалів на Рівненщині виділимо «піковий сезон», що характеризується найвищою кількістю фестивалів і охоплює травень-червень. «Високий сезон» характеризується високим рівнем фестивальної активності (січень, березень, серпень, жовтень). Як правило, пов'язане зростання фестивального руху з народними та релігійними святами, а також з аграрно-обрядовими традиціями. «Мертвий сезон» у фестивальній діяльності Рівненщини, як найнесприятливіший для організації фестивальних турів, припадає на вересень і лютий. Тому метою організаторів фестивального туризму є мінімізація впливу на туристичні потоки в даний період.

Фестивальна діяльність є перспективним видом туристичної галузі регіону з невичерпним ресурсним потенціалом. Вони уже сприяють соціально-економічному росту області, популяризації потенційних туристичних ресурсів серед населення. Проте, для перспективного розвитку прибуткового фестивального туризму на Рівненщині необхідно провести детальний аналіз існуючих фестивалів та систематизувати й пересортувати їх за ознакою цікавості для туристів. Для пропаганди та інформованості туристів доцільно створити Інтернет-сайти фестивалів. Зважаючи на видову різноманітність фестивалів Рівненщини за тематикою одним з не менш важливих чинників, який би позитивно вплинув на розвиток фестивального туризму, вважаємо, створення календаря фестивальних подій області. Важливою проблемою залишається розвиток спеціалізованої інфраструктури, що й визначає нерівномірність у фестивальній діяльності досліджуваного регіону.

Список використаних джерел:

- 1.Рівненська обласна державна адміністрація [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.rv.gov.ua/sitenew/main/ua/5819.htm>
- 2.Рівненщина туристична [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.tourism.rv.ua/>

3. Яроменко О.В. Географія фестивального туризму у Рівненській області / О.В. Яроменко, П.М. Ручка // Географія Рівненщини та суміжних областей. Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції. – Рівне. – 2014. – С. 369–377.

ОНСЕН В ЯПОНІЇ: СФЕРА РЕКРЕАЦІЙНОЇ ДІЯЛЬНОСТІ І НАЦІОНАЛЬНА ТРАДИЦІЯ

Борис Яценко

*Київський національний університет Т.Шевченка,
Київ, Україна*

Острови Японського архіпелагу розташовані в активній вулканічній зоні Тихоокеанського «вогняного кільця» мають величезну кількість виходів геотермальних вод, японською їх називають ОНСЕН. Вже багато століть японці насолоджуються купанням в гарячих джерелах. Поїздки на онсен сім'ями, компаніями чи поодиночі є певним ритуалом для багатьох людей. Купання в природному джерелі теплої води дозволяє відчувати свою єдність з природою. Але відвідини онсен корисні не тільки ради релаксації. На базі багатьох джерел вода яких багата мінеральними солями, грязями та випарами створені бальнеологічні комплекси де лікують хронічний ревматизм, невралгію, хронічні хвороби шлунка і кишківника, печінки та інших внутрішніх органів, а також гіпертонію, геміплегію (односторонній параліч), подагру тощо. Води онсен використовуються також при заживленні ран та постопераційних реабілітація. Деякі онсен-и в різних місцях країни мають ритуальне значення для людей важкої праці – селян, рибаків, будівельників тощо.

Згідно з «Законом про гарячі джерела» («Онсен хоо»), який був прийнятий японським урядом у 1948 р. нині «онсен»-ом визначаються тільки ті джерела які відповідають певним стандартам за температурою води і складом мінеральних складових. Це має бути підземне джерело гарячої мінеральної води, випарів води та інших газів (за виключенням тих, що мають гідрокарбонати як основний елемент) з температурою не нижче 25°C або (при нижчій температурі) з визначеним змістом корисних хімічних елементів. Навіть вулканічні

гази або випари можуть бути визнані як онсен, якщо вони містять корисні бальнеологічні компоненти. На зламі 20-21 століття в Японії діяло понад 2,3 тис. комплексів ОНСЕН, близько 70 з них міністерством охорони здоров'я були визначені як такі, що мають право вести медичинську діяльність.

Онсен в Японії є на будь-який смак і гаманець. Від готелів – п'ятизірковиків на фешенебельних курортах (в люксах і номерах бізнес-класу басейни з геотермальною джерельною водою в номері) до копанки в скелях прямо на березі океану (і ще невідомо де отримаєте більше задоволення...). В пересічному онсен-і при готелі або рьокані (готель в японському стилі) схема релаксації така ж як і в звичайній японській бані. Відпочиваючі попередньо омиваються в душі після чого допускаються в загальний басейн з гарячою джерельною водою (спільний для жінок і чоловіків). Вважається цілком природним коли люди знімають з себе все. Європейці та американці спочатку почуваються ніяково (в Штатах в таких ситуаціях навіть плавки недопустимі – потрібні шорти для купання), але потім долучаються до відчуття загального гламуру. Адміністрація готелів намагається залучити клієнтуру активізацією розширення спілкування людини і природи – а для цього використовують всі можливості розміщення ванн онсен-а під відкритим небом. Такі басейни називаються «ротенбуро» - в них поглядам купальників відкриваються краєвиди гір, океану, зелених долин. «Ротенбуро» може бути і в глобальній ущелині біля водоспаду і серед снігів, і навіть на канатній дорозі під небесами. Якщо ж людині неохота релаксувати в компанії навіть спостерігаючи красоти природи із ротенбуро, то до її послуг – до 2-х тисяч маленьких онсен-ів по всій країні. Як правило – це рьокан¹ розташовані на мінеральному джерелі де невелика кількість клієнтів обслуговується однією родиною. Готельний номер – кімната в японському стилі вкрито татамі – рисовими матами. Поруч – кімната або тераса з японським міні-садиком, душем і ванною викладеною природним каменем (розраховані тільки на двох) до якої підведена тепла вода мінерального джерела. Ввічлива хазяйка подбає про те, щоб гостям було максимально зручно. Якщо ж рьокан знаходиться десь в горах то надвечір розсунувши сьомзі (стіни японського будинку

¹ рьокан – готель в національному стилі

виконані із легких матеріалів) можна насолоджуватись в купелі в єднанні з природою.

На початку 21 ст. в країні діють декілька десятків рекреаційних комплексів ресурсною основою яких є геотермальні води (онсен). Серед них вирізняються Атамі (недалеко від Токіо) – найбільш фешенебельний курорт Японії, Беппу в преф. Оіта та Дого в преф. Ехіме які протягом історії біли місцями лікування аристократії країни сонця що сходить, Овакідані туристсько-рекреаційний район з самою сучасною туристською інфраструктурою. Овакідані (в національному парку Фудзі-Хаконе) – найбільш відвідуваний туристсько-рекреаційний комплекс. Потік туристів підіймається на перевал спочатку електричкою, яка долає унікальний залізничний серпантин, потім фунікулером, далі – багатокілометровою канатною дорогою (2-га за протяжністю в світі). Погляд в ущелину жахає. (У японців є ще одна назва цієї місцевості – Дзігокудані тобто «долина пекла»). Схил вулкана зрізала глибока рана до скважин в якій зміяються труби якими качають гарячу джерельну воду в долину до десятків санаторіїв і пансіонатів з онсен-ами. Гейзери, гарячі пари, грязеві потоки... якщо є насправді пекло, то воно певно виглядає саме так. А на вцілілих схилах гори вздовж серпантину автодороги – містечка з численними ьокан до яких теж південні термальні води.

Хоч геотермальні води в країні служать переважно для потребами рекреації в ряді місцевостей гарячі води джерел використовуються для обігріву будинків та теплиць, для виготовлення саке або місо (бобова паста). Джерела з особливо великим дебітом води та її високою температурою використовуються як енергетичний ресурс для роботи геотермальних електростанцій. Перша така ТПЕС була побудована в Японії в 1925 р. і мала потужність 1 кВт. В кінці 20 ст. в країні діяло 12 геотермальних станцій які виробляли 270 тис. кВт.

ІНОЗЕМНИЙ ДОСВІД РЕГУЛЮВАННЯ ТУРИСТИЧНИХ ПОТОКІВ НА ТЕРИТОРІЇ УКРАЇНИ (НА ПРИКЛАДІ ПОЛЬЩІ)

Сергій Корінчук, Анна Ховалко

Львівський національний університет імені Івана Франка,

Львів, Україна

У сучасній структурі світового господарства туризм відіграє настільки важливу роль, що досить часто його вважають індикатором рівня соціально- економічного розвитку тієї чи іншої країни. І справді, якщо спостерігаючи за країнами, які входять до переліку найбільш відвідуваних, то побачимо, що серед них виключно високорозвинені у всіх аспектах держави. У той же час, загальновідомим є і той факт, що Україна, з тих чи інших причин, значно відстає від своїх Західних партнерів у плані розвитку національної економіки загалом, і туризму зокрема. На нашу думку, зменшити наявну різницю за вищенаведеними показниками можна шляхом запровадження позитивного Європейського досвіду на території нашої держави. Показовим є приклад Республіки Польща, яка в кінці минулого століття перебувала у схожих умовах з тими, у яких зараз знаходиться Україна. Крім того, існує безліч об'єднуючих факторів між двома державами: починаючи від подібності мов, закінчуючи спільною культурною спадщиною та історією. Різниця полягає лише у тому, що на даний момент Західний сусід переживає період інтенсивного економічного розвитку паралельно з яким проходить стрімке зростання внутрішніх і міжнародних туристичних потоків, тоді як у нашій країні продовжується падіння основних економічних показників, що негативно позначається на розвитку індустрії туризму.

Проводячи аналіз можливостей для впровадження тих чи інших метаморфоз у галузі туризму, перш за все, потрібно розглядати дану галузь як комплексне, багатогранне явище до складу якого входять культурно-пізнавальна, екологічна, та інші підгалузі, що вимагають синхронного розвитку, оскільки у іншому випадку отримати позитивні результати буде досить складно.

Почнемо з культурно-пізнавального туризму, осередками якого прийнято вважати населені пункти з багатим історичним минулим. До переліку таких у Польщі відносять Казімеж Дольний, Краків, Вроцлав, Варшаву, Велічку та де які інші міста. В Україні серед подібних

осередків туризму завжди відзначають так званий «туристичний трикутник» Київ – Львів – Кам’янець Подільський. Розглянемо особливості туристичної індустрії міст Польщі, щоб зрозуміти, який саме позитивний досвід краще перейняти у наших Західних друзів. Перш за все, варто звернути увагу на таке місто як Краків, котре прийнято вважати туристичною «Меккою» Польщі. Згідно з офіційними статистичними даними, столицю Малопольського воєводства щорічно відвідує близько 8-10 млн туристів, що значно перевищує аналогічні показники такого українського міста як Львів. На нашу думку, причиною цього явища є стихійність і низький рівень організованості туристичного використання у столиці Західної України, порівняно з польським містом. До прикладу, у Кракові 18 офіційних туристичних маршрутів, які затверджені органами місцевого самоврядування і охоплюють всі основні атракції міста. Крім того, міська влада постійно і активно підтримує просування туристичного продукту, який пропонують вищезгадані маршрути. Не останню роль у розвитку індустрії розваг, у другому за величиною місті Польщі, відіграє і проведення на початку 2016 р. у Кракові Чемпіонату Європи з гандболу. Як відомо, спортивні змагання є потужним фактором для активізації туристичних потоків, однак, потрібно реально оцінювати свої можливості і розуміти, що з урахуванням наявної соціально-економічної та геополітичної кризи у нашій державі, ми не спроможні приймати у своїх містах масштабні спортивні події європейського і світового рівня, особливо, з таких видів спорту як футбол. Однак, Україна цілком спроможна провести міжнародні змагання з інших видів спорту, наприклад гандболу чи волейболу, які теж користуються популярністю серед мешканців Європи.

Цікавим є той факт, що з початку XXI століття Краків було визнано Європейською столицею культури та містом літератури ЮНЕСКО. Це свідчить про активну співпрацю міської влади з авторитетними міжнародними організаціями. Це може слугувати позитивним прикладом для наших міст таких, як Київ чи Львів, які володіють об’єктами архітектури, що віднесені до Всесвітньої спадщини ЮНЕСКО.

Також це може слугувати для здійснення подальшої роботи в даному напрямку за прикладом Кракова. Слід зазначити, що багато хто вважає запорукою успіхів Польщі її членство у Європейському

Союзи, який досить активно інвестує фінансові ресурси у розвиток цієї країни. Так, безумовно, роль Євроспільноти досить значна, однак ми маємо ще один приклад того, яких результатів можна досягти опираючись виключно на власні сили коли згадуємо, якою була столиця Польщі буквально 70 років тому. Справа у тому, що після другої світової війни з 260-ти кам'яниць Старого міста Варшави уціліло лише 6, і загалом, було зруйновано близько 90% міста. Але, польську столицю було відновлено. Перший етап відбудови Старого міста було закінчено 22 липня 1953 р. – відбудовою площі Ринок і частини вулиць.

Насьогодні центральна частина Варшави, за умов своєчасного проведення відновлювальних робіт, вважається однією із головних DESTИНАЦІЙ культурно-пізнавального туризму країни. Наступним індикатором розвитку туризму в Польщі є Казимеж Дольний. Це містечко на березі Вісли відоме на весь світ своєю Середньовічною архітектурою, його вулички стали декораціями для зйомок безлічі фільмів на історичну тематику, однак найцікавішим елементом туристичної індустрії міста, на нашу думку, є використання передових технологій 3D проектування для реклами атракцій міста.

Кожен зацікавлений мандрівник може здійснити віртуальну прогулянку містом на одному з Інтернет-ресурсів, а уже після цього вирішити – варта DESTИНАЦІЯ відвідування чи ні. Крім того, важливою особливістю всіх без виключення польських міст є інноваційна та стабільна система громадського транспорту. При оплаті проїзду пасажир купує квиток на певний відрізок часу на всі види громадського транспорту, що значно зручніше, ніж купувати квитки окремо на кожен з них. Також у роботі громадського транспорту Польщі відсутні затримки. що вдалося досягти завдяки поступовій модернізації технічного забезпечення і будівництва окремих смуг руху для автобусів, трамваїв та тролейбусів. На нашу думку, це теж досить позитивний фактор впливу на розвиток туризму, який варто перейняти.

Наступною стратегічно важливою одиницею індустрії розваг є екотуризм. Як відомо, осередками його розвитку є національні природні парки та інші природоохоронні об'єкти. Вражаючим є те, що Ойцовський Національний природний парк Малопольського воєводства, який є найменшим у Польщі, щорічно приймає 400 тис. туристів (рис.1). Натомість площа Українського НПП у 20 разів

більша за площу польського (500 м² проти 25 м²), а кількість відвідувачів лише у півтора рази є більшою за сусіда.

Таким чином, щоб досягти рівня відвідуваності Ойцовського НПП Карпатському НПП необхідно збільшити кількість рекреантів у 20 разів (8 млн. осіб/рік). Секрет успіху полягає у прозорості функціонування та вмілому менеджменті, адже всі звіти щодо роботи Ойцовського національного природного парку, а також фінансові аспекти його діяльності перебувають у відкритому доступі. До прикладу, впродовж останніх 4 років були проведені роботи з благоустрою зони рекреації та покращення санітарного забезпечення території даного природоохоронного об'єкту, при цьому левову частку фінансування взяли на себе іноземні інвестори та профільні державні фонди. Отже, залучення інвестицій, підвищення відкритості, як ніколи необхідне саме у теперішній, надскладний, для України час. Також необхідно активізувати роботу в напрямку екоосвіти, адже у більшості європейських країнах і у Польщі в тому числі, природоохоронні об'єкти є осередками її розвитку, а підростаюче покоління у обов'язковому порядку здійснює різноманітні прогулянки екостежками.

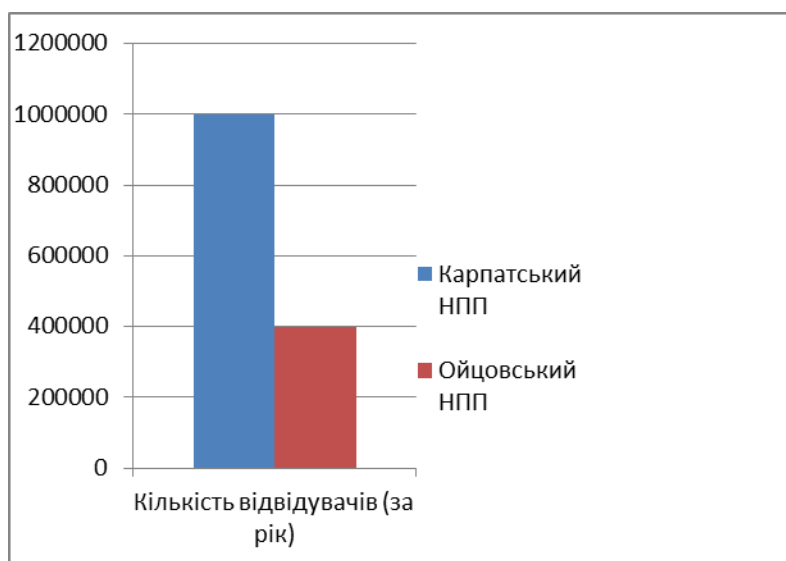


Рис 1. Порівняння чисельності відвідувачів національних природних парків України та Польщі.

Отже, можна з упевненістю стверджувати, що на даному етапі розвитку туристичної сфери України існує маса можливостей для впровадження Європейського досвіду, починаючи від активного освоєння інформаційних технологій та оптимізації транспортних систем, закінчуючи підвищенням прозорості функціонування

природоохоронних об'єктів. Безумовно, залучити інвестиції в умовах суспільно-економічної та геополітичної кризи останніх років досить складно, однак, наша держава повинна дотримуватися анонсованого раніше Європейського шляху розвитку, тому, головним завданням повинна бути реалізація зазначених вище можливостей та перспектив.

Список використаних джерел:

1. Карпатський національний природний парк [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://cnpn.if.ua/>.
2. Медерский Л. А. Варшава / Л. А. Медерский : Союз архитекторов СССР. Ленингр. отд-ние. – Москва : Стройиздат, 1967. – 72 с.
3. Ojcowski Park Narodowy [Electronic resource]. – Mode of access: <http://www.ojcowskiparknarodowy.pl/main/index.html>.
4. Partyka Józef: Ojcowski Park Narodowy: przewodnik turystyczny. Warszawa: Sport i Turystyka Muza SA, 2006.
5. Włodarczyk Joanna: Parki narodowe polski. Warszawa: ARTi, 2011, s. 76-77.

КЛАСТЕР ЯК ФАКТОР РОЗВИТКУ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ

Анна Фінчук

*Львівський національний університет імені Івана Франка,
Львів, Україна*

Метою дослідження є вивчення поняття «туристичний кластер», аналіз можливості використання кластерного підходу для розвитку туристичного бізнесу.

Досягнення мети можливе за рахунок вирішення таких основних завдань:

- визначення відмінності кластера від інших форм організації підприємств;
- дослідження необхідних ознак, притаманні кластеру туризму;
- аналіз структури туристичного кластера;
- оцінка важливості існування кластера для туристичного бізнесу.

В умовах глобалізації конкурентоспроможність має важливе значення для виживання фірм, галузей і економіки. Для того, щоб максимально збільшити їх конкурентоспроможність, підприємства

взаємопов'язаних секторів прагнуть до утворення кластерів з метою кращого розуміння потреб споживачів, формування відносин з іншими установами, впровадження інновацій та новітніх технологій для власного розвитку.

Однією з перспективних форм економічної інтеграції є формування інноваційних кластерів, які являють собою групи підприємств, фірм, організацій та установ, діяльність яких знаходиться в одній (чи споріднених) сферах бізнесу за економічними інтересами та регіональною ознакою. Перевага і новизна кластерного підходу полягають у тому, що він надає високої значущості мікроекономічній складовій, а також територіальному і соціальному аспектам економічного розвитку [6].

Згідно теорії Майкла Портера, кластер – це група географічно сусідніх взаємопов'язаних компаній (постачальники, виробники і ін.) і зв'язаних з ними організацій (освітні заклади, органи державного управління, інфраструктурні компанії), діючих у визначеному середовищі та взаємодоповнюючи один одного [7].

Відмінність кластера від інших форм організації підприємств, наприклад, територіально-виробничих комплексів, полягає в наявності внутрішнього конкурентного середовища та сильних конкурентних позицій на глобальному ринку. Тобто, кластер являє собою поєднання кооперації та конкуренції, які доповнюють один одного і створюють передумови для розвитку інноваційних процесів. Взаємозв'язок з внутрішніми потребами споживачів кластера базується на конкуренції, з зовнішніми – на кооперації. Також, в рамках взаємодії в кластері відбуваються комунікаційні процеси, які сприяють формуванню особистих взаємозв'язків між його учасниками, що сприяє ефективній координації зусиль для пристосування до умов зовнішнього середовища.

Отже, кластер являє собою сукупність 7К: концентрація, кооперація, конкуренція, комунікація, координація, конкурентоздатність, компетенція. Компетенція підприємств, організацій та установ об'єднаних у кластер дає можливість успішно функціонувати на основі практичного досвіду, умінь та знань при вирішенні поставлених професійних завдань. Ці чинники в сукупності підвищують конкурентоздатність регіону, створюючи нові умови та вимоги до ведення бізнесу [8].

Організація та діяльність кластера в сфері туризму і рекреації є надзвичайно актуальною, адже кластер може бути одним з основних елементів організаційно-економічного механізму регулювання діяльності ТРС та мати великий вплив на підвищення ефективності управління туристичною і курортно-рекреаційною сферою. Саме кластер може найкращим чином сприяти об'єднанню однорідних туристичних підприємств та супутніх фірм і організацій, що виробляють і реалізують рекреаційно-туристичні послуги та створити гідну конкуренцію подібним туристичним продуктам на міжнародному ринку [4].

Туристичний кластер розглядається як система інтенсивної виробничо-технологічної та інформаційної взаємодії туристичних підприємств, постачальників базових і додаткових послуг з приводу створення «основного продукту» кластера – туристичного продукту. До туристичних кластерів належать групи, сконцентрованих географічно в межах регіону підприємств, які спільно використовують спеціалізовану туристичну інфраструктуру, локальні ринки праці та інші функціональні структури господарства [3].

Разом із такою особливою ознакою кластера, як територіальна локалізація підприємств, залучених в індустрію туризму, розроблені додаткові ознаки, наявність яких свідчить про існування кластера туризму на визначеній території:

- присутність на території туристичних організацій, що реалізують конкурентоспроможні турпродукти створюючи основу для розвитку суміжних з туризмом галузей, залучення місцевого населення в туристську діяльність;

- існування стійких економічних зв'язків між організаціями орієнтованими на задоволення суспільних потреб у рекреації;

- наявність державних і некомерційних інститутів підтримки туристичної діяльності в регіоні;

- наявність унікальних туристичних ресурсів, що дозволяє створювати потужні туристські бренди з меншими витратами;

- здатність турфірм території залучати туристів, що відрізняються високою вимогливістю до якості і складу туристських послуг;

- існування на території необхідної інфраструктури.

Запропоновані ознаки дозволяють визначити наявність або відсутність туристського кластера на досліджуваній території. Однак,

слід доповнити даний список дуже важливим положенням – наявність стійкого споживчого попиту на туристичний продукт [5].

Основною метою створення рекреаційно-туристичного кластеру є:

- посилення конкурентоспроможності рекреаційно-туристичної сфери регіону та диверсифікація рекреаційних та туристичних послуг;
- підвищення ефективності управління туристичною і курортно-рекреаційною сферою;
- посилення впливу на економіку регіону та зміцнення регіонального економічного потенціалу;
- задоволення соціальних потреб населення не тільки регіону, а й всієї країни у послугах лікування, профілактики, реабілітації, оздоровлення, відпочинку тощо.

З урахуванням зарубіжного та вітчизняного досвіду визначена типова структура туристичного кластера.

Виділяється чотири основних сектори: сектор виробництва туристичних послуг, сервісний сектор, допоміжний сектор та сектор забезпечення життєдіяльності туристичного кластера [2].

Основними перевагами кластерної моделі організації туристичної діяльності національних підприємств є: використання ефекту масштабу (коли економічна ефективність спільної діяльності об'єднаних у туристичний кластер підприємств є вищою порівняно з відокремленою діяльністю), розширення доступу до інновацій (досягається за рахунок зустрічних міжорганізаційних потоків ідей та інформації), формування локального галузевого ринку праці (дозволяє здійснювати обмін співробітниками, їх стажування, підвищення кваліфікації), зменшення собівартості послуг за рахунок спільного використання туристичних ресурсів та туристичної інфраструктури, розширення кола конкуруючих між собою постачальників та споживачів туристичних послуг, розвитку кооперування, договірної спеціалізації [3].

Ініціативу зі створення туристично-рекреаційних кластерних об'єднань доцільно виявляти середньому і малому бізнесу. У свою чергу, організація і розвиток кластерів створить чимало переваг для структур усіх масштабів, від підприємств і до регіонів. Наприклад, у сфері бізнесу при появі туркластера позитивними моментами можуть бути: можливість зниження бар'єрів виходу на ринок за рахунок уніфікації вимог в межах кластера; поява можливості досягнення

бажаного ефекту при організованому навчанні персоналу; підвищення ефективності закупівлі спорядження, обладнання та продуктів інформаційних технологій; перенесення позитивної репутації кластера на його учасників (бренди); поява можливості адаптації систем професійної освіти регіону до потреб підприємств кластера; регіональні інноваційні та інші програми, реалізовані в регіоні, можуть враховувати інтереси кластера [5].

Висновки. Кластерна форма організації підприємств є досить прогресивною і має значні переваги. Створення туристичного кластера дозволить охопити важливі зв'язки між підприємствами, які його формуватимуть, робота кожного учасника кластера буде взаємодоповнюватись іншим учасником.

Функціонування кластерів сприятиме покращенню конкурентної позиції дестинації (регіону або міста) внаслідок:

- покращення продуктивності туристичних фірм і галузей туризму – учасників кластера
- підвищення їх здатності до інновацій і таким чином сталого зростання діяльності
- мобілізації формування нового туристичного бізнесу, інновацій та розширення кластера.

Список використаних джерел:

1. Закон України «Про внесення змін до Закону України «Про туризм» від 18 листопада 2003 р. № 1282 – IV.
2. Гонтаржевська Л. І. Ринок туристичних послуг в Україні / Л. І. Гонтаржевська. – Донецьк: Східний видавничий дім, 2008. – 180 с.
3. Мальська М. П. Економіка туризму: теорія і практика. / М. П. Мальська, М. Й. Рутинський, С. В. Білоус, Н. Л. Мандюк. – Київ: Центр учбової літератури, 2014. – 544 с.
4. Михайличенко Г. І. Збірник наукових праць «Менеджмент та підприємництво в Україні: етапи становлення і проблеми розвитку». - 2012. - С.341-349.
5. Требух А. А., Бандура Н. Б. Туристичний кластер як форма посилення конкурентних переваг регіону // Науковий вісник НДТУ України. – 2010 р. – С. 265–270.
6. Клейнер Г.Б. Формирование стратегии функционирования инновационно- промышленных кластеров / Г. Б. Клейнер, Р. М. Качалов, Н. Б. Нагрудная. – Препринт WP/2007/216. – М.: ЦЭМИ РАН, 2007. – 120 с.

7. Портер М. Е. Международная конкуренция: Конкурентные преимущества стран / М. Е. Портер. - М.: Международные отношения, 1993. - С. 105.
8. Бунаков О. О. Кластерний підхід до позиціонування в туризмі / О. О. Бунаков. – М.: РМАТ, 2011 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.rmat.ru.
9. Крайник О. Туристичний кластер регіону як форма соціального діалогу: управлінський аспект [Електронний ресурс]. – Режим доступу: www.tourlib.gov.ua.

СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНІ ПЕРЕДУМОВИ РОЗВИТКУ РЕГІОНАЛЬНИХ ТУРИСТИЧНИХ СИСТЕМ УКРАЇНИ

Володимир Холявка, Андрій Кухтій, Андрій Голод

*Львівський державний університет фізичної культури імені Івана
Боберського,
Львів, Україна*

Досліджуючи формування та розвиток регіональних туристичних систем (РТС) держави, неможливо оминати увагою причини та рушійні сили, які зумовлюють особливості сучасного етапу функціонування РТС України. Насамперед, хочемо зауважити, що у цьому контексті ми чітко розмежовуємо поняття передумов та факторів. Передумови розглядаються як стійкі сформовані риси зовнішнього середовища функціонування РТС, які не піддаються модифікації та цілеспрямованому впливу в актуальних умовах. Отже, передумови є підґрунтям розвитку РТС і тісно пов'язані з особливостями минулих історичних етапів їх розвитку.

Розгляд передумов формування та розвитку РТС, на наш погляд, не потребує надто глибокої деталізації. Адже у цьому випадку відсутня необхідність обґрунтування механізмів цілеспрямованого впливу, як наприклад у випадку окремих груп факторів. Водночас передумови формування та розвитку РТС доцільно структурувати за змістом на природно-географічні, культурно-історичні та соціально-економічні. Саме такий поділ, на нашу думку, повноцінно охоплює структуру зовнішнього середовища функціонування власне РТС, які тісно взаємодіють із природним середовищем, пов'язані із

особливостями культурно-історичного розвитку відповідних регіонів та їх соціально-економічними особливостями.

Соціально-економічні передумови розвитку регіональних туристичних систем базуються на наявному демографічному, соціальному та економічному потенціалі відповідних регіональних суспільних систем. Не викликає сумніву той факт, що туризм є насамперед соціальним явищем і спрямований на задоволення відповідних потреб населення. Отже, взаємодія різноспрямованих туристичних потоків і формує сутність функціонування базової для РТС соціальної підсистеми.

Водночас важливо розрізнити соціально-економічні передумови та фактори розвитку РТС. Передумови мають головним чином ретроспективні властивості та високу інерційність, тобто невисоку можливість цілеспрямованого впливу сучасних умовах.

Соціально-економічні передумови розвитку РТС умовно можна поділити на три групи – демографічні, соціальні та економічні. До основних демографічних передумов відносимо щільність населення та систему його розселення, вікову структуру населення. До соціальних передумов – культурні та ментальні особливості населення, стереотипи його поведінки. До економічних передумов належать традиційна структура господарства та форми ведення господарської діяльності в регіоні.

Зупинимося детальніше на аналізі соціально-економічних передумов розвитку РТС у регіонах України, зокрема на основних відмінностях, що визначають специфіку функціонування РТС у різних частинах держави. Безумовно, щільність населення відіграє суттєву роль у просторовій організації туристичної діяльності. Із одного боку, території, що є малозаселеними, приваблюють туристів можливістю відпочити від інтенсивного та насиченого міського способу життя, а з іншого боку, саме території, що концентрують у собі велику кількість населення, часто мають високі можливості для організації сучасних видів рекреації та поєднання її із давньою історією заселення і відповідно багатими історико-культурними туристичними ресурсами.

Слід зауважити, що території із високою щільністю населення є також джерелом основних туристичних потоків. Отже, їх значення для ефективного функціонування РТС досить вагоме. Розглядаючи процеси організації туристичної діяльності в динаміці, можемо прослідкувати таку закономірність як просторове вирівнювання

щільності населення за рахунок туристичних потоків. Прикладом такого вирівнювання є масовий виїзд мешканців великих міст на вихідні за межі свого населеного пункту на прилеглі території рекреаційного призначення, які у цей період можуть збільшувати свою щільність населення. у кілька разів. Просторове вирівнювання характерне й для інших рекреаційних регіонів, зокрема гірських та приморських, які у туристичний сезон за рахунок туристів характеризуються набагато вищою щільністю населення, ніж у середньому за рік.

Очевидно, що не лише щільність населення, але і система його розселення також відіграє важливу роль у розвитку РТС. Як відомо, система розселення є ключовим фактором організації багатьох видів економічної діяльності, що пов'язані із наданням послуг населенню. Оскільки туристична діяльність є однією із складових сфери послуг, то очевидно, що значення системи розселення як передумови розвитку регіональних туристичних систем є також вагомим. Незважаючи на те, що існують приклади організації туристичних центрів «з нуля», тобто без урахування наявної системи розселення, все ж таки більшість туристичних послуг надаються на базі населених пунктів. Більше того, існують навіть окремі види туризму, які пов'язані із специфікою системи розселення (наприклад, сільський туризм, агротуризм тощо).

В Україні вагомою рисою системи розселення, що має суттєве значення для функціонування РТС, є наявність історико-культурних ресурсів, які пов'язані з історією формування відповідних населених пунктів (храми, замки, палаци та ін.). Усі ці об'єкти або вже активно використовуються у організації туристичної діяльності, або мають хороші перспективи такого використання. Безумовно, така ситуація більш характерна для Центрального та Західного регіону держави. Населені пункти інших регіонів частіше формувалися на базі промислових підприємств і їхнє туристичне значення відповідно є досить невеликим і може бути збільшеним хіба що за рахунок розвитку промислового чи ділового туризму.

В Україні, як і в багатьох інших країнах світу, особливу роль у розвитку туристичної діяльності відіграє столичне місто. Київ, зокрема, концентрує у собі не лише ділову та соціально-політичну активність, а й туристичні потоки як внутрішньодержавні, так і міжнародні. Власне, роль столиці є одним із важливих прикладів впливу системи розселення на функціонування РТС.

Другою важливою рисою регіону, що може вважатися демографічною передумовою функціонування РТС, є вікова структура населення. На відміну від інших вимірів структури населення, вікова структура є досить інерційною і можливості її зміни у короткостроковій перспективі малореальні. Зважаючи на те, що в Україні основну частку туристів становить все-таки молодь, у тому числі молоді сім'ї з дітьми, таке явище як старіння населення не сприяє активізації внутрішніх туристичних потоків. Водночас згадана передумова не має глобального характеру, оскільки у економічно розвинених країнах світу велику частку туристів становлять саме люди похилого віку, а отже старіння населення може давати і протилежні результати.

Тісно пов'язаними із демографічними є соціальні передумови розвитку РТС, адже не лише особливості розселення та структура населення суттєво впливають на організацію туристичної діяльності в регіонах держави, але і соціальні установки та ментально-психологічні особливості відіграють чи не найважливішу роль у формуванні туристичної поведінки населення.

Особливості соціалізації в сучасному українському суспільстві зумовлюють зростання популярності туризму як виду рекреаційної діяльності. Оскільки соціалізація найбільш активно відбувається у дитячому та молодому віці, то не дивно, що ця категорія туристів є найчисельнішою. Причому, під впливом західноєвропейських зразків змінюються підходи до форм та видів організації туризму, чітко виділяються сегмент активного туризму, перевагу якому надають студентська молодь та молоді сім'ї без дітей, а також сегмент рекреаційно-пізнавального туризму, який формують молоді сім'ї з дітьми та люди зрілого віку.

Однак, варто зауважити, що туристична поведінка населення в Україні є все ще мало сформованою. Із урахуванням деструктивних соціально-економічних чинників таких як знецінення національної валюти, зниження реальних доходів населення, перспективи її формування для великої частки населення регіонів держави є незначними.

З метою формування прогресивних моделей туристичної поведінки доцільно ширше використовувати можливості туристичної реклами, основним завданням якої є спонукання людини до реалізації її туристичних потреб. Із цією метою доцільно наголошувати на

основних мотиваціях туристів щодо участі у подорожах, таких як атрактивність дестинацій; необхідність повноцінного відпочинку; прогресивність туризму як виду діяльності; можливість самореалізації та задоволення пізнавальних інтересів; професійна необхідність. Водночас, варто зауважити, що на шляху реалізації туристичних потреб існують «бар'єри» (страх перед невідомістю; порівняно висока вартість туристичних послуг; відсутність дозвілля або невміння його організувати; прокрастинація; вікові та фізіологічні проблеми та ін.) допомогти подолати які є також важливим завданням реклами в туризмі:

Економічні передумови розвитку РТС держави полягають у впливі на розвиток туризму на регіональному рівні традиційних підходів до ведення господарювання та структури економіки регіону. Загалом, традиційно за структурою економіки регіони України можна умовно поділити на індустріальні та аграрні. Варто наголосити, що в сучасних умовах такий поділ є дуже умовним, оскільки у контексті загальносвітових тенденцій структура економіки регіонів держави швидко змінюється у напрямку до зростання частки невиробничої сфери. Водночас, беручи до уваги, що передумови ми розглядаємо як ретроспективні властивості, а не актуальні тенденції, то такий поділ регіонів держави з метою аналізу перспектив розвитку різних РТС є доцільним.

Розглядаючи регіональні відмінності у структурі економічної діяльності за останні десятиліття, можемо помітити, що аграрні регіони більш успішно розбудовують на своїй території туристичні системи, ніж регіони індустріальні. Це пояснюється як більшою концентрацією природних туристичних ресурсів на території аграрних регіонів, так і нижчою щільністю населення. Іншим фактором, що зумовлює більш активний розвиток туризму в аграрних регіонах, є відсутність гострих екологічних проблем, що пов'язані із забрудненням повітря та поверхневих вод викидами промислового виробництва і транспорту. Окрім цього, аграрні регіони мають всі можливості для розвитку специфічних видів туризму спрямованих на використання ресурсів сільської місцевості, зокрема, агротуризму.

Погоджуючись з думкою низки фахівців [1, 2], хочемо зазначити, що саме розвиток туристичної діяльності за умови гарантування її безпеки у аграрних регіонах та сільських територіях, загалом, є однією із конкурентних переваг, що може дозволити

суттєво підвищити рівень економічного розвитку відповідних територій та рівень життя місцевого населення.

Отже, узагальнивши соціально-економічні передумови розвитку РТС України, можемо відзначити, що найкращі вихідні можливості для розвитку туризму мають центральні та західні регіони держави. Водночас за умови вирішення військово-політичних та екологічних проблем, південно-східні регіони також можуть відігравати вагомую роль у функціонуванні туристичного комплексу України.

Список використаних джерел:

1. Бойко Є. О. Роль зеленого туризму в розвитку сільських територій / Є.О. Бойко, О.С. Бойко // Економіка. Управління. Інновації. – 2010. – № 1 (3). – С. 257–261.
1. Кудінова І. П. Перспективи розвитку сільського зеленого туризму в Україні / І.П. Кудінова // Науковий вісник Національного університету біоресурсів і природокористування України. – 2011. – Вип. 163. – Ч. 1. – С. 51–57.

ЕКСТРЕМАЛЬНІ ВИДИ ТУРИЗМУ НА РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ УКРАЇНИ

Анна Ховалко, Анета Лех-Дебера

*Львівський національний університет імені Івана Франка,
Львів, Україна*

На сьогодні туризм є невід'ємною частиною життя людини, оскільки пов'язаний з закономірним бажанням людини мандрувати, відвідувати нові місця, країни, ознайомитися з унікальними природними та рекреаційними ресурсами, а також культурними та етнографічними особливостями населення.

Екстремальний туризм – один з видів активного відпочинку, в тій чи іншій мірі пов'язаний з ризиком [2, с.1148]. Це один із найперспективніших видів туризму, оскільки розвивається швидкими темпами і залучає до себе усе більше людей. З'являються нові місця для активного відпочинку, як штучні, наприклад гірськолижні курорти, так місця створені природою, про які раніше не було відомо, наприклад, печери. Про інтенсивність розвитку цього виду туризму

свідчить поява щоразу нових його видів. Все більше людей надають перевагу активному відпочинку, що передбачає подолання труднощів та небезпек. Це стосується не тільки професіональних туристів, для яких ризик – це стиль життя, а й для простих людей.

Ринок екстремальних туристичних послуг – це сфера задоволення потреб населення у послугах, пов'язаних з екстремальним відпочинком, змістовним проведенням дозвілля чи оздоровленням [6].

На світовому ринку туристичних послуг екстремальний туризм користується великим попитом, крім того, для свого розвитку він потребує значних пропозицій відпочинку, пов'язаного з активними подорожами.

Екстремальні відчуття можуть допомогти людині зняти втому. Даний спосіб відпочинку стосується екстремального туризму, який останніми роками набуває популярності не тільки за кордоном, але й в Україні, яка має значний потенціал для розвитку даного виду туризму.

Екстремальний туризм – різновид, який пов'язаний із певним ступенем ризику, подолання себе, своїх комплексів, фізична напруга і безліч неповторних відчуттів. Відомо, що багато сучасних туристів люблять подорожі з елементами екстриму. Це можна пояснити багатьма причинами: одні йдуть вслід за модою, шукають нові шляхи самовираження, інші – прагнуть позбутись щоденних навантажень й одержати свою дозу адреналіну. Екстримом для людини може бути будь-який вид діяльності, не звичний для неї, відмінний від звичайного способу життя, такий що викликає сплеск емоцій, своєрідний позитивний стрес (для певних категорій людей екстремальними є навіть поїздки верхи на конях або польоти на аеропланах чи малих літаках). Активний відпочинок – один із найвдаліших способів зняття напруги [7].

Різноманіття видів екстремального туризму в наш час є дуже великим. Цей вид туризму відкриває найпрекрасніші куточки світу, пропонує неймовірні можливості, але завжди пов'язаний з небезпекою, тому вимагає хорошої фізичної та психологічної підготовки.

Екстремальний туризм займає вагоме місце і значення в житті людей, і представляє в собі оздоровчу, освітню і виховну цінність.

Оздоровча цінність екстремального туризму полягає у тому, що туристична діяльність пов'язана зі зміною місцевості, організовується

при будь-якій погоді і ставить людині різноманітні вимоги і завдання. Одночасно діють три важливі фактори: чергування оточуючого середовища, кліматичних умов і видів діяльності. Регулярна туристична діяльність та участь в туристичних змаганнях являється ефективною компенсацією праці, викликає у людини радість життя, служить загартуванням і збільшують фізичну життєдіяльність організму.

Освітня (пізнавальна) цінність екстремального туризму полягає у тому, що, під час подорожей і походів як в межах своєї країни, так і в інших, туристи знайомляться з країною, її населенням, їх життям і національною культурою. Вони розширюють і поглиблюють свої знання в області географії, геології, метеорології і астрономії, ботаніки, зоології, сільського і лісного господарства, історії і культури. Правильно організована подорож або похід вносить важливий внесок в розвиток загальноосвітньої підготовки. Завдяки постійному переміщенню по місцевості, вмінню користуватися картою і компасом, активній участі в різного роду іграх на місцевості і туристичних змаганнях розширюють кругозір кожного учасника змагань, походів тощо.

Виховна цінність екстремального туризму зумовлена тим, що такий вид діяльності надає велику допомогу у вивченні історії і формування світогляду, веде до поваги і активного захисту природних багатств. Оскільки туристична діяльність проводиться здебільшого в колективі, коли одна людина залежить від поведінки іншої людини і в обов'язковому порядку вимагається фактичність, уважне відношення між учасниками групи, коли особисті інтереси не ставлять вище інтересів колективу, і все це формує такі риси характеру як воля, витримка, самостійність, рішучість і готовність прийти на допомогу. Успіх виховання залежить від того, наскільки глибоко було переживання і настільки велика ступінь складності в даному туристичному поході [1].

Споживачами екстремальних видів туризму є люди різного віку та професій, що мають різне сімейне і суспільне становище, істотно відрізняються рівнем культури і фізичного розвитку. Деякі зарубіжні фахівці пояснюють феномен екстремального туризму зміною моралі і смаків, які сталися на Заході за останні роки. Сучасна людина, що звикла до стабільного способу життя і технічному прогресу, відчуває потреби в адреналіновому сплеску.

Головне в екстремальному туризмі – наявність природних умов для обраного виду відпочинку і досвідчених організаторів. Усі маршрути екстремального туризму мають різні категорії складності. Більшість не вимагають багаторічного досвіду і ретельних підготовки і, як правило, вони під силу будь-якій здоровій активній людині. Невід’ємний атрибут екстремального туризму – спорядження, спецодяг та належне взуття, які роблять екстремальний туризм дорогим і від них значною мірою залежить життя туриста [6].

Як уже згадувалося – екстремальний туризм кожного року все більше набирає обертів у своєму розвитку. На сьогодні важко визначити загальну кількість екстремальних видів туризму. Це зумовлено широким підходом до впровадження екстремальних розваг в різних сферах людської діяльності. В Україні перспективним вважається розвиток таких видів екстремального туризму, як польоти на повітряних кулях, парашутизм, гірський, гірськолижний туризм, рафтинг, спелеотуризм тощо.

Організацією екстремальних турів займаються приватні підприємці, спортивні федерації, а їхніми агентами, що працюють безпосередньо із клієнтами є туристичні фірми, готелі, приватні підприємці. Саме так організований цей бізнес у світі. В Україні туроператорам важко залучати закордонних туристів через недоліки в роботі готелів, ресторанів і організації системи розваг, а це і є головною проблемою.

Кількість туристів, які цікавляться екстремальними розвагами, точно оцінити неможливо. Але з публікацій, присвячених даній тематиці, відомо що в Європі близько 30 % відпочиваючих хоча б один раз на тиждень виїжджають на джип-сафарі, рафтинг, польоти на повітряних кулях тощо. З економічним розвитком суспільства збільшується кількість видів відпочинку (в тому числі й екстремального), а також кількістю бажаючих урізноманітнити дозвілля незвичайними враженнями.

Для розвитку вільного туристичного повітроплавання в Україні є всі необхідні передумови, насамперед природні. Перспективними вважаються такі місця, як Крим, Карпати, міста Кам’янець-Подільський, Київ, Львів, які є вражаючими історичними місцями. Стрибки з парашутом – відпочинок для екстремальних туристів з гарною фізичною підготовкою. Є два головних напрямки розвитку парашутного туризму – стрибки для спортсменів і стрибки для

аматорів (туристів). Для тих і для інших (особливо іноземців) пропозиція такої послуги в Україні буде дуже привабливою внаслідок конкурентної ціни в порівнянні із західноєвропейськими країнами. Найголовнішими місцями цього виду туризму є Київ, Дніпро, у Львівській області є м. Городок і м. Цунів [7].

Перспективним видом екстремального туризму вважається водний туризм. Сплави по ріках – це один з видів спорту, що плавно переходить в екстремальний відпочинок – сплави по річці на спеціальних плавзасобах (рафтах, каяках, байдарках, катамаранах). Річки височин нашої держави – це полігон для набуття водними туристами базової тактичної і технічної підготовки з метою участі у змаганнях, підвищення власної спортивної майстерності. На багатьох таких річках організуються навчально-тренувальні бази і проводяться всеукраїнські та міжнародні змагання. Змагання з техніки водного туризму проводяться на річці Південний Буг біля села Соколець та на Мізоцькому крязі.

До екстремальних водних видів туризму відносять сплави гірськими річками Карпат, які належать до третьої категорії складності. Найбільш освоєні туристами праві притоки Дністра: Черемош, Білий Черемош, Чорний Черемош, Стрий у Передкарпатті й Тиса з притоками на Закарпатті. Розвиток техніки водного туризму і збільшення її масштабів привели до освоєння приток Черемошу Бистреці, Пруту і приток Стрия.

Водний туризм в Україні завойовує все більшу популярність, з кожним роком з'являються нові маршрути сплавів. Але, незважаючи на цю тенденцію, ще є більші можливості для росту. Існуючий природний потенціал використовується далеко не на повну потужність – максимум на 10%.

Водний туризм потребує дещо менших інвестицій, ніж інші екстремальні види. Вартість катамарана \$600-1000, тримісної байдарки – \$300-400. Сплави, відповідно, також доступні більшому колу туристів, вартість триденного сплаву, включаючи прокат плавзасобів і туристичного спорядження, харчування, екскурсійне й інструкторське обслуговування, в Україні коливається від \$30 до 50[3, с.153].

В Україні є широкі можливості для заняттям таким видом екстремального відпочинку, як гірськолижний і лижний. Гірські лижі один з найстаріших видів активного відпочинку. Останнім часом

кількість охочих покататися на гірських лижах не зменшується, а збільшується. До того ж, зараз набагато якісний і різноманітніше гірськолижний сервіс, ніж років 10 тому, не говорячи вже про 80-і, 70-і роки. Майже в будь-якому гірськолижному курорті є спуски, як для професіоналів, так і для новачків. Яких завжди можуть навчити правильно кататися місцеві інструктори. Спорядження: комплект лижів, кріплення, палиці, черевики, костюм, шолом, маска, рукавички обійдеться в середньому в \$700-800. А оренда – приблизно \$30-40 в день. Сноубординг – спуск по снігу з гірських схилів на спеціально обладнаній дошці. Це агресивніший, активніший і екстремальний вигляд, ніж гірські лижі. Сноубординг як окремий вид спорту з'явився в Америці в 60-х роках ХХ століття.

Наземний вид екстремального туризму не потребує настільки дорогого спорядження і є найменш ризикованим з-поміж усіх видів екстремального туризму, тому він є найбільш привабливим для усіх вікових категорій населення. Наземний вид екстремального туризму включає в себе широкий спектр розваг таких як мото-, авто- і піші подорожі, відвідування печерних систем, вело-прогулянки. На даний час є велика кількість пішохідних туристичних маршрутів різної складності, такі маршрути можуть пропонуватися як туристичними фірмами, так і організовуватися самостійно за допомогою карт місцевості і комп'ютерних програм. В Україні, зокрема в Карпатах такі походи є досить популярними [9].

Щоб займатися спелеотуризмом, необхідно мати фізичну, технічну, а також психологічну підготовку. Так як більшість карстових печер України не є туристично облаштованими, окрім печер: Кришталева, Вертеба, Еміне-Баїр-Хосар, Мармурової.

Отже, аналіз екстремального туризму показав, що є різні види такого відпочинку, що приваблює до себе різні групи споживачів і робить екстремальний туризм масовим явищем. Основними проблемами розвитку екстремального туризму в Україні є недостатньо розвинена інфраструктура та реклама екстремального продукту, що гальмує його розвиток. Ринок екстремальних туристичних потребує значної підтримки з боку державних та приватних структур.

Для подальшого розвитку цього сегменту ринку туристичних послуг необхідно здійснювати ґрунтовні дослідження у цій сфері, які повинні супроводжуватись системними організаційними моментами,

а саме – плануванням та прогнозуванням розвитку цього сегменту ринку туристичних послуг.

Інтенсивний розвиток екстремального туризму в Україні сприятиме зміцненню її економіки та утвердженню окремих туристичних регіонів. Вирішення проблем розвитку туризму вплине, як на покращення економічного, так і соціального розвитку України.

Список використаних джерел:

1. Грабовський Ю. А. Туризм як явище громадського життя: Навч. посібник [Електронний ресурс] / Ю. А. Грабовський, О. В. Скалій, Т. В. Скалій. – Тернопіль: Навчальна книга – Богдан, 2009. – 304 с. – Режим доступу: http://tourlib.net/books_ukr/grabovsky1.htm
2. Великий енциклопедичний словник / під. ред. Лапіна І.К. – М.: АСТ, 2008. – 1248 с.
3. Кляп М. П. Сучасні різновиди туризму : навч. посіб. / М. П. Кляп, Ф. Ф. Шандор. – К. : Знання, 2011. – 334 с.
4. Любіцева О. О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти) / Любіцева О. О. – 3-тє вид., перероб. і допов. – К. : Альтерпрес, 2005. – 436 с.
5. Мальська М.П. Навчально-методичні вказівки з курсу «Екстремальні види туризму» для студентів напряму підготовки «Туризм» / М.П. Мальська, А.Б. Ховалко. – Львів : Видавничий центр ЛНУ ім. І. Франка, 2016. – 50 с.
6. Наукова бібліотека «Буковина» – Підручники/Туризм /Проблеми географії та менеджменту /Розвиток екстремальних різновидів спортивно-оздоровчого туризму. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://buklib.net/component/option,com_jbook/task,view/Itemid,99999999/catid,240/id,10628/
7. Розвиток екстремальних різновидів спортивно-оздоровчого туризму: Підручник [Електронний ресурс] // Явкін В.Г., Руденко В.П., Король О.Д. та ін. – Чернівці: Рута, 2006. – 260с. – Режим доступу: http://buklib.net/component/option,com_jbook/task,view/Itemid,99999999/catid,240/id,10628/
8. Розвиток туризму в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.marshruty.in.ua/index.php/rozvytok-turyzmu-v-ukraini.php>.
9. Шандор Ф. Туристична галузь в Закарпатті: період незалежності [Електронний ресурс]. – Режим доступу <http://tourism.uz.ua/st26.html>

Наукове видання

Збірник наукових праць

**ГЕОГРАФІЯ, ЕКОНОМІКА І ТУРИЗМ:
НАЦІОНАЛЬНИЙ ТА МІЖНАРОДНИЙ ДОСВІД**

**Матеріали
Ювілейної X міжнародної
наукової конференції**

Комп'ютерна верстка Д.Каднічанський, Т. Завадовський

Відповідальні за випуск
Д.Каднічанський, Т. Завадовський

Підп. до друку 30.09.2016 р. Формат 60×84/16
Папір офсетний. Друк на різогр.
Умовн. друк. арк. 14,2.
Тираж 100 прим.