

ХРЕСТОМАТІЯ
З ДИСЦИПЛІНИ «АТРАКТИВНІСТЬ ГЕОГРАФІЧНОГО
СЕРЕДОВИЩА»
(містить наукові статті та уривки з наукових видань)

УДК 159.923:216.6

ТЕОРЕТИЧНИЙ АНАЛІЗ ФЕНОМЕНУ АТРАКТИВНОСТІ

Драганова Ю.В., аспірант
кафедри психології

Національний педагогічний університет імені М.П. Драгоманова

У статті проаналізовано погляди науковців на визначення поняття «атрактивність». Висвітлено зміст підходів до розуміння атрактивності в науковій літературі.

Ключові слова: *атрактивність, атракція, симпатія, зовнішня привабливість, соціальна перцепція.*

В статье проанализированы взгляды ученых на определение понятия «аттрактивность». Освещено содержание подходов к пониманию аттрактивности в научной литературе.

Ключевые слова: *аттрактивность, аттракция, симпатия, внешняя привлекательность, социальная перцепция.*

Drahanova Y.V. THEORETICAL ANALYSIS OF THE ATTRACTIVENESS PHENOMENON

The views of scientists on the definition of attractiveness are analyzed in the article. Have been covered the content approaches to the understanding of attractiveness in the scientific literature.

Key words: *attractiveness, attraction, sympathy, visual appeal, social perception.*

Постановка проблеми. Поняття «атрактивність» останнім часом викликає інтерес дослідників у галузі психології, а також зростає частота його використання в науковій літературі. Інтерес із боку сучасних психологів до феномену атрактивності зумовлюється низкою обставин як власне теоретичного, так і практичного характеру. Про це свідчить поява досліджень та публікацій з питань розвитку, формування атрактивності у фахівців психологічної сфери. Спільна зацікавленість проблемою атрактивності людини зумовлена її важливістю для значної кількості професій (практичного психолога, педагога, соціального працівника, лікаря, менеджера та інших).

Аналіз останніх досліджень і публікацій показав, що не існує єдиного підходу до визначення атрактивності та загальної теоретичної основи її дослідження. Так, окремі науковці розглядають атрактивність як привабливість, симпатію в міжособистісному спілкуванні (Я. Верещинська, Н. Казарінова, Л. Караванова, Т. Клочкова, В. Куніцина, Д. Майерс, М. Обозов, В. Погольша та інші), як привабливість об'єкта – будь-яких занять, видів діяльності, документів тощо (Н. Казидуб, Н. Леміш, Ю. Палеха, О. Саннікова, Л. Халудорова, В. Чекалюк, О. Швабауер). Інші дослідники атрактивність ототожнюють з атракцією (Л. Гозман, О. Коваленко, В. Янчук), деякі вчені використовують поняття «атрактивний» в іміджології (Т. Клочкова, О. Саннікова, В. Чекалюк, О. Швабауер). Нерідко дослідники, описуючи феномен атрактивності, використовують для його позначення близькі поняття: «привабливість», «принадність», «чарівність» (О. Агеїчева, С. Васильєв, В. Кочнев, А. Сизоненко).

Постановка завдання. На основі викладеного можна сформулювати завдання дослідження, яке полягає в здійсненні теоретичного аналізу феномену атрактивності в науковій літературі.

Виклад основного матеріалу дослідження. Деякі науковці (В. Зінченко, Б. Мещеряков) зазначають, що поняття «атрактивність» є похідним від терміну «атракція», тому вважаємо доречним розглянути сутність поняття «атракція» та встановити зв'язок між ними. У довідковій літературі атракція розглядається як поняття, яке означає появу привабливості при сприйнятті однієї людини іншою, виникнення специфічного емоційного ставлення – від неприязні до симпатії та навіть кохання. Деякі джерела свідчать, що атракція проявляється як особлива соціальна установка на іншу людину [6]. Вона зумовлює виникнення інтересу між людьми, а також розглядається як процес взаємного тяжіння, формування привабливості, вказує на прихильне ставлення або почуття приязні й симпатії до іншої людини. Атракція характеризує об'єкт (людину, предмет, подію тощо) та виражається в здатності приваблювати, викликати реакцію наближення; як прагнення, потяг однієї людини до іншої або до приємного об'єкту; як симпатія, яка викликана об'єктом і спонукає людей прагнути до нього.

У дослідженнях (О. Панасюк, Є. Чернова) це поняття розглядається як уміння викликати симпатію, як процес, у якому надається перевага одним людям перед іншими на основі позитивної думки про них (Е. Бабаєва). Учені (В. Куніцина, О. Панасюк, Є. Філіндаш, Є. Чернов) розширюють уявлення про атракцію й трактують її як процес вза-



емного тяжіння людей. Цю думку підтримує А. Карпов. Він відносить атракцію, як і атрибуцію, емпатію, експресію, до компонентів міжособистісної взаємодії.

У своїй праці В. Куніцина виділяє дві групи факторів, які стимулюють прояв міжособистісної атракції: зовнішні та внутрішні. До зовнішніх автор відносить потребу в афіліації, просторову близькість та емоційний стан, від якого залежить ставлення до іншої людини. Просторова близькість виявляється в підвищенні вірогідності виникнення взаємної привабливості в людей, які просторово близько знаходяться між собою. Потреба в афіліації визначається як потяг людей до об'єднання, створення задовільних відносин з іншими людьми, бажання подібати, привертати увагу, почувати себе значущою особистістю. Внутрішні факторами атракції вчений називає фізичну привабливість, стиль спілкування, прояв особистого ставлення, фактор схожості між партнерами по спілкуванню не тільки за фізичними параметрами, а й за інтересами [5]. Таку позицію розділяє О. Панасюк та визначає внутрішній фактор атракції – фізичну привабливість – як здатність викликати симпатію. У своєму дослідженні Є. Резніков ототожнює атракцію з міжособистісною привабливістю, яка, на його думку, сприяє розвитку інтеракції та викликає в іншій людини емоційний, когнітивний та поведінковий відгук. На думку вченого, це складна особистісна психологічна властивість, яка притягує до себе іншу людину під час спілкування та мимовільно викликає в неї почуття симпатії. Науковець вважає, що привабливість залежить, зокрема, від фізичного й соціального вигляду людини.

У контексті міжособистісного сприйняття атракція вивчається як процес формування привабливості людини у того, хто її сприймає, та як продукт сприймання, тобто певне ставлення [1]. Цю думку поділяє В. Семиченко й зазначає, що атракція виникає під час першого етапу міжособистісної взаємодії на рівні сприйняття. Науковець визначає атракцію як привабливість однієї людини для іншої та вказує на формування в її основі стійкого інтегрального почуття прихильності [8].

У психологічній літературі атракція визначається як особлива форма пізнання іншої людини, що заснована на формуванні до неї стійкого почуття (Н. Бородіна, Т. Ексакусто, С. Ревякін, В. Фомічова), яке має позитивний характер. Науковці (С. Мельнікова, В. Семиченко), продовжуючи цю думку, розглядають атракцію як емоцію, емоційне ставлення до іншої людини. Цю ідею розділяють З. Агеєва, В. Куніцина й зазначають, що атракція є емоцією, предметом

якої є інша людина, й тому вона завжди вплетена в міжособистісний контекст [1; 5].

Необхідно зазначити, що в рамках дослідження індивідуально-психологічних особливостей атракції В. Фомічова особливу увагу приділяє позитивному виявленню людиною своїх емоційних ставлень. Науковець фокусує увагу на змістовному компоненті атракції, який є фактором міжособистісної сумісності [9].

Деякі науковці (З. Агеєва, Л. Гозман, Н. Казарінова, В. Куніцина, Ю. Мальцева, В. Погольша, Є. Резніков, В. Фомічова, О. Яценко) розглядають атракцію як особливий вид соціальної установки на іншу людину – атитюду. Так, особливість атракції в порівнянні з іншими установками полягає в тому, що вона спрямована не на групу, а на одиничний об'єкт, тобто на конкретного індивіда, та може існувати тільки на рівні індивідуально-вибіркових міжособистісних взаємин [1; 5]. У дослідженнях В. Янчука атракція також розглядається як атитюд, спрямований на конкретну людину, та охоплює такі компоненти: когнітивний (уявлення про людину), афективний (почуття) та поведінковий (тенденції до певної поведінки у взаєминах з іншою людиною). При цьому наголошується на взаємозалежності кожного з цих компонентів, їх відповідності між собою [10].

Цієї ж думки щодо трактування атракції як атитюду дотримується В. Фомічова. Проте вона зазначає, що атракція не збігається з соціальною установкою за ознакою «значущості». Найважливішою характеристикою атитюду, вважає дослідник, є значущість об'єкта, яка може бути як позитивною, так і негативною. Для атракції об'єкт повинен мати лише позитивну значущість. З позиції науковця атракція виступає тільки як позитивна характеристика спрямованості соціальної установки [9].

Дослідження О. Коваленко, В. Янчука, Х. Розенфельд свідчать про те, що існує зв'язок між емпатією та атракцією. Так, у праці В. Янчука вказується на особливу роль емпатії у формуванні атракції. Учений під емпатією розуміє співчуття, співпереживання людині [10]. У своєму дослідженні Х. Розенфельд, розглядаючи явище атракції, виділяє його емпатійний аспект та вказує на зв'язки з почуттям захищеності. У праці О. Коваленко простежується вплив емпатії майбутніх педагогів на підвищення рівня атракції. Науковець розглядає емпатію як комунікативну якість майбутніх педагогів та називає її умовою атракції в ситуації професійного спілкування. Так, на думку вченого, виникнення атракції в між-

собистісному спілкуванні зумовлюється зовнішніми та внутрішніми характеристиками суб'єкта або об'єкта атракції. До зовнішніх характеристик О. Коваленко відносить зовнішній вигляд партнерів по спілкуванню та їх статеві-демографічні параметри. Внутрішніми характеристиками особистості визначено рівень розвитку емпатії, самооцінку, настрій, загальний рівень інтелектуального розвитку та інші. Співвідношення цих характеристик, з позиції вченого, можуть сприяти формуванню атракції в міжособистісному спілкуванні. Учений вважає емпатію умовою виникнення атракції [4]. На думку В. Янчука, емпатія викликає атракцію в тих випадках, коли вона є очікуваною для іншої людини. У всіх інших випадках вона може викликати протилежні реакції [10].

Отже, атракція в науковій літературі означає появу привабливості, симпатії, взаємного тяжіння при міжособистісному сприйнятті та проявляється як специфічна соціальна установка, почуття прихильності, емоційне ставлення до іншої людини.

Розглянемо сутність поняття «атрактивність». У довідковій літературі поняття «атрактивність» визначається як емоційне тяжіння, симпатія; властивість людини викликати до себе довіру й симпатію інших людей, що має назву «соціально-психологічна атрактивність». Також виокремлюється психологічна атрактивність, під якою розуміють властивість об'єкта викликати інтерес і «притягувати» увагу.

У дослідженні А. Кленчу атрактивність розглядається як «інтегральна властивість особистості, що виявляється в здатності викликати позитивне емоційне ставлення, інтерес, симпатію та довіру в оточуючих людей» [2, с. 19]. У своєму дослідженні Т. Данильченко атрактивність визначає як таку характеристику особистості, що помічається суб'єктами сприйняття під час формування першого враження, поряд з експресивними проявами, зовнішнім виглядом, особистісними рисами й характеристиками, які яскраво виявляються під час взаємодії з людьми. Учений виділяє три основних фактори, які мають важливий вплив на формування в перцепієнта образу незнайомої людини. Це такі фактори, як переваги партнера, його привабливість і ставлення до спостерігача. Як зазначає О. Коваленко, згадуючи про атрактивність, людина буде мати високий потенціал атрактивності в тому випадку, якщо вона сприяє досягненню актуальної для іншої людини мети, через те що вона дає позитивне підкріплення й допомагає [4]. У рамках дослідження міжособистісного спілкування осіб похилого віку О. Коваленко розрізняє його

пізнавальну, емоційну й поведінкову складові. З позиції науковця, емоційний компонент виявляється в якостях, властивостях людини. Серед них учений виділяє атрактивність як здатність особистості подобатися іншим та викликати симпатію до себе.

Дослідження, проведені в сфері управлінської діяльності з означеної проблеми, вводять термін «атракативний». На думку Т. Ключкової, це характеристика керівника, який володіє діловою привабливістю, яка в свою чергу сприяє підвищенню його особистісного й професійного авторитету, ділової репутації, що призводить до підвищення результатів діяльності. Автор, досліджуючи імідж керівника, називає його атракативним і наголошує на його перетворенні в механізм формування в підлеглих довіри й лояльності [3].

Для аналізу поняття «атракативність» нами було виокремлено декілька підходів. У рамках першого підходу атракативність розглядається в лінгвістичному аспекті. Слово «attrahere» при перекладі з латинської мови – приваблювати, схилати, притягувати до себе; «attractiveness» з англійської мови та «attraktivität» – з німецької означають «приваблює», «принадність». У психологічному словнику «приваблює» визначається як володіння якостями, які подобаються, імпонують іншим людям, аудиторії. У тлумачному словнику сучасної української мови «приваблює» означає властивість, яка викликає захоплення, інтерес, манить, притягує до себе, а «принадність» визначається як властивість, що виявляється у викликанні інтересу, привабливості, замилюванні та потягу до себе завдяки позитивним якостям, властивостям. Необхідно зазначити, що слово «приваблює» у перекладі на англійську позначає «attractiveness», тому можемо припустити, що термін «атракативність» є калькою означеного англійського відповідника.

Другий підхід полягає в тлумаченні атракативності як властивості об'єкта (тобто стосовно будь-яких занять, видів діяльності тощо). Так, О. Швабауер, І. Саннікова вказують на важливість атракативного іміджу вищого навчального закладу, який, на їх думку, виступає стратегією підсилення своєї позиції на ринку освітніх послуг. Науковці поняття «імідж вищого навчального закладу» визначають як загальне уявлення, яке складається в реального чи потенційного споживача освітніх послуг про навчальний заклад. Атракативний імідж, на думку вчених, підвищує конкурентоспроможність навчального закладу, який приваблює споживачів. Такої ж думки дотримується Л. Халудорова, виділяючи окреме понят-



тя – «атрактивне середовище». З позиції автора, воно представляє собою таке природне культурне освітнє середовище, яке не тільки є привабливим, а й виступає умовою розвитку морально-екологічних цінностей педагога. У дослідженні Н. Казидуб під час критичної рефлексії ознак-атрибутів сучасного освітнього простору виділено такі параметри: атрактивність, аутентичність, оригінальність, інноваційність, динамічність, мозаїчність, еволюційність. Необхідно зазначити, що автор надає особливу значущість параметру «атрактивність» і розглядає його як привабливість освітньої програми для потенційного користувача. Науковець зазначає, що атрактивність має подвійну природу. З одного боку, вона виступає необхідною умовою будь-якої взаємодії, а з іншого – атрактивність можна вважати підсумком ефективної інтеракції, тому що вона стає запорукою подальшої взаємодії.

У своєму дослідженні С. Лисиця вивчає атрактивні елементи, що є складовими телевізійних програм. Учений трактує атрактивність у контексті телевізійної культури як властивість телетвору викликати до себе довіру й симпатію в глядача. Автор під атрактивними технологіями розуміє комплекс медіальних засобів, які спрямовані на виникнення емоційного тяжіння в глядача до телепродукту. З позиції формування позитивної репутації української держави на світовому медіаринку В. Чекалюк аргументує необхідність атрактивного позиціонування країни. Під терміном «атрактивний» автор розуміє формування привабливості, позитивний емоційний інтерес до певного об'єкту. Учений вважає, що для досягнення прихильності з боку світової спільноти необхідно створити атрактивний імідж держави, який сприятиме її подальшому розвитку та залученню інвестицій.

Третій підхід розглядає атрактивність з позиції фізичної (зовнішньої) привабливості (Я. Верещинська, О. Водяна, Т. Закомолдіна, Т. Клочкова, Т. Петрова). Вони розглядають атрактивність як привабливість у міжособистісних стосунках. У науковій літературі сформувався поняття «стереотип фізичної привабливості». Д. Майерс трактує його як попередню впевненість у тому, що красиві люди мають також інші соціально бажані якості, тобто красиве не може бути поганим. У результаті проведеного експерименту Г. Андреева у своїй праці вказує на перенос фізично привабливих рис на психологічні характеристики людини, яку сприймають. Так, науковець зазначає, що у висловлюваннях піддослідних чоловіків стосовно фотографій красивих

жінок, на відміну від некрасивих, простежується наділення перших такими рисами, як щирість, урівноваженість, люб'язність та навіть турботливість і уважність. Таким чином, учений підкреслює, що в експерименті простежується висвітлення одних рис та затемнення інших, тобто прояв ефекту ореола. Цю думку поділяє В. Куніцина, зазначаючи, що люди схильні асоціювати красу з позитивними особистісними характеристиками, а некрасивість – з негативними [5]. Ця позиція знаходить підтвердження в рамках дослідження фізичної привабливості (атрактивності). Так, Е. Хетфілд вказує на те, що привабливим людям майже у всіх сферах життя надається перевага, красиві люди справляють виключно сприятливе перше враження. Під час виникнення першого враження значна роль належить зовнішній привабливості, завдяки якій людина набуває більш високого комунікативного потенціалу. Як правило, така оцінка має суб'єктивний характер та здійснюється за зовнішнім виглядом за шкалою «подобається – не подобається». Якщо людина подобається, то їй легше розпочинати взаємодію з іншими, якщо ні – тоді доводиться долати негативне емоційно-естетичне ставлення до свого зовнішнього вигляду й демонструвати інші привабливі психологічні, ділові якості, соціальний статус тощо. У своєму дослідженні М. Колінз, Л. Зебровіц вказують на схильність людей реагувати на фізичну привабливість або естетично привабливу зовнішність інших людей. Науковці підкреслюють, що люди з привабливою зовнішністю мають переваги в соціальному статусі над іншими, менш привабливими.

У рамках фізичної привабливості деякі науковці (А. Кленчу, В. Кончев, А. Сизоненко) виокремлюють жіночу привабливість, принадність. На думку А. Кленчу, провідними характеристиками образу жінки з яскраво вираженою атрактивністю, поряд з іншими, виступають емоційно-комунікативні, тобто зовнішня привабливість, оптимістичність, експресивність, впевненість у собі, доброзичливість, відкритість, комунікабельність, щирість, культурність та інші [2]. У своєму дослідженні А. Сизоненко жіночу привабливість називає принадністю, що розуміє як «своєрідну динамічну властивість особистості, яка притягує, спонукає до спілкування й викликає позитивні емоції в навколишніх людей під час міжособистісної взаємодії» [7, с. 36]. Принадність науковець розглядає як феномен, який має багаторівневу характеристику. Автор виділяє такі рівні: культурно-когнітивний, емоційно-комунікативний, візуально-стилістичний та соціально-перцептивний.

У характеристику візуально-стилістичного рівня жіночої принадності А. Сизоненко включає привабливість, граціозність, елегантність, індивідуальний стиль самовираження. Під соціально-перцептивним учений розуміє рівень атрактивності, емпатійності та позитивне ставлення до інших.

Четвертий підхід розглядає атрактивність як соціально-перцептивну якість. У своїй праці В. Куніцина визначає соціальну перцепцію як процес, який виникає під час міжособистісної взаємодії на основі природного спілкування та який протікає у формі сприйняття й розуміння однією людиною іншої. На думку вченого, таке сприйняття є активним та характеризується наявністю зворотного зв'язку [5]. У довідковій літературі термін «соціальна перцепція» тлумачиться як сприймання, розуміння та оцінка людьми різних соціальних об'єктів: інших людей, самих себе, соціальних спільнот, груп тощо [6]. Це поняття ввів у 1947 році американський психолог Дж. Брунер, ним він позначав факт соціальної зумовленості сприймання, залежності його не тільки від характеристик об'єкта, а й від минулого досвіду суб'єкта, його намірів, цілей, значущості ситуації тощо. З позиції Дж. Брунера, весь перцептивний досвід обов'язково є кінцевим продуктом процесу категоризації. Під час упізнавання об'єкта людина виконує операцію віднесення ознаки до тієї чи іншої категорії, тобто здійснює умовивід. Таким чином, прояв атрактивності як властивості особистості можливий лише за умов міжособистісної взаємодії. З одного боку, ця властивість є соціальною якістю за своїм походженням. З іншого – виявляється під час сприймання однієї людиною іншою, тобто атрактивність є соціально-перцептивною якістю.

Висновки з проведеного дослідження. Отже, аналіз наукової літератури дає змогу виділити підходи щодо трактування поняття «атрактивність». Воно розглядається: 1) у лінгвістичному аспекті (припускаємо, що термін «атрактивність» є калькою англійського відповідника «attractiveness», який в перекладі означає «привабливість»); 2) як властивість об'єкта (тобто стосовно будь-яких занять, видів діяльності тощо); 3) з позиції фізичної (зовнішньої) привабливості (як попередня впевненість у тому, що красиві люди мають також інші соціально бажані якості); 4) як соціально-перцептивна якість (як властивість особистості, прояв якої можливий лише за умов міжосо-

бистісної взаємодії та виявляється під час сприймання однієї людини іншою). Вважаємо, що атрактивність виступає інтегральною властивістю особистості, результатом прояву якої є встановлення позитивних взаємин з іншими людьми завдяки привабливості, здатності викликати симпатію, довіру та інтерес.

Перспектива подальшого пошуку, на нашу думку, полягає в ґрунтовному розгляді атрактивності як властивості особистості, виокремленні її структури та критеріїв.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Агеева З.А. Дифференциальные аспекты межличностной аттракции / З.А. Агеева // Вестник Ивановского государственного университета. – 2011. – № 1. – С. 53–57.
2. Кленчу А.М. Емоційно-комунікативні особливості атрактивності та їх корекція у дівчат старшого юнацького віку: дис. на здобуття наукового ступеня канд. психол. наук: спец. 19.00.07 «Педагогічна та вікова психологія» / Аліна Миколаївна Кленчу. – Одеса, 2001. – 250 с.
3. Клочкова Т.И. Социально-психологические инварианты формирования аттрактивного имиджа руководителей железнодорожной компании: дис. на соискание науч. степени канд. психол. наук: спец. 19.00.05 «Социальная психология» / Татьяна Ивановна Клочкова. – Москва, 2011. – 176 с.
4. Коваленко О.Г. Развитие эмпатии та аттракции майбутнього педагога як умов професійного спілкування: дис. на здобуття наукового ступеня канд. психол. наук: спец. 19.00.07 «Педагогічна та вікова психологія» / Олена Григорівна Коваленко. – Київ, 2004. – 226 с.
5. Куницына В.Н. Межличностное общение: [учеб. для вузов] / В.Н. Куницына, Н.В. Казаринова, В.М. Погольша. – СПб.: Питер, 2001. – 544 с.: ил. – (Серия «Учебник нового века»).
6. Психология. Словарь. – [2-е изд., перераб. и доп.] / [под. общ. ред. А.В. Петровского, М.Г. Ярошевского]. – М.: Политиздат, 1990. – 494 с.
7. Сизоненко А.М. Сутність жіночої принадності в психологічному аспекті / А.М. Сизоненко // Психолого-педагогічні аспекти розвитку особистості в сучасному світі: [зб. наук. Праць]. – Полтава: Освіта, 2007. – С. 35–38.
8. Семиченко В.А. Психология общения / В.А. Семиченко. – К.: «Магистр-S», 1998. – 152 с.
9. Фомічова В.М. Індивідуально-психологічні особливості атракції як фактора психологічної сумісності: дис. ... канд. психол. наук: спец. 19.00.01 «Загальна психологія, історія психології» / Віра Миколаївна Фомічова. – К., 1998. – 181 с.
10. Янчук В.А. Межличностная аттракция и детерминирующие ее факторы / Владимир Александрович Янчук // Адукацыя і выхаванне. – 1998. – № 5. – С. 53–61.

5. Matthews G.J., Morrow R. Jr. (1985). *Canada and the World: An Atlas Resource*. Scarborough, Ontario: Prentice-Hall Canada Inc.
6. Rudenko V.P., Rudenko S.V. (2011). Revaluation of the Natural-Resource Potential of Ukraine. *Geography and Natural Resources*. – Vol. 32, 1. 95-97.
7. Rudenko V.P., Rudenko S.V. (2014). Estimation of Nature-Resource Potential of Ukraine as a Basis for Management of Nature-Protective Activity: A Manuscript. Chernivtsi: Chernivtsi National University (Ukrainian).
8. Valeriy Rudenko, Stepan Rudenko, Zhanna Buchko and Inha Sandulyak. (2014). Territorial Productivity of Nature-Resource Potential of Ukrainian Regions: Cartographic Analysis. *International Journal of Environmental Engineering and Natural Resources (USA)*. Vol. 1, 2. 70-76.

Чернівецький національний університет імені Юрія Федьковича

Стаття надійшла до редакції 30.12.2014

УДК 911.3

Г.П. Підгрушний¹, К.В. Мезенцев²

ПРИВАБЛИВІСТЬ ТЕРИТОРІЇ ДЛЯ ПРОЖИВАННЯ ЛЮДИНИ: МЕТОДОЛОГІЧНІ ТА ПРИКЛАДНІ АСПЕКТИ ДОСЛІДЖЕННЯ

Г.П. Подгрушный¹, К.В. Мезенцев²

ПРИВЛЕКАТЕЛЬНОСТЬ ТЕРРИТОРИИ ДЛЯ ПРОЖИВАНИЯ ЧЕЛОВЕКА: МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ И ПРИКЛАДНЫЕ АСПЕКТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

¹Институт географии Национальной академии наук Украины, Киев

²Киевский национальный университет имени Тараса Шевченко

Раскрыта сущность понятия «привлекательность территории для проживания человека». Показана взаимосвязь между привлекательностью или непривлекательностью территории и формированием ее географического образа. Установлено, что эти образы являются важными факторами территориальной идентификации населения. Представлены результаты опроса студенческой молодежи межрегиональных центров страны – Киева, Львова, Одессы, Днепропетровска, Харькова и Донецка относительно привлекательности и непривлекательности для жизни городов Украины и стран мира.

Ключевые слова: привлекательность и непривлекательность территории для проживания человека; географические образы; территориальная идентификация населения.

G. Pidgrushnyi¹, K. Mezentsev²

ATTRACTIVENESS OF THE AREA FOR HUMAN HABITAT: METHODOLOGICAL AND APPLIED RESEARCH ASPECTS

Institute of Geography of the Ukraine National Academy of Sciences, Kyiv

Kyiv Taras Shevchenko National University

The essence of the “area attractiveness for human habitat” concept has been developed. The relationship between attractiveness and unattractiveness of the territory and its geographic image formation has been presented. It was found that these images are important factors of the population territorial identity. The results of a student survey from interregional centers of the country - Kyiv, Lviv, Odesa, Dnipropetrovsk, Kharkiv and Donetsk regarding attractiveness and unattractiveness of life in Ukrainian cities and countries around the world.

Key words: attractiveness and unattractiveness of the territory for human habitat; geographic images; territorial identity of the population..

Актуальність дослідження. Постановка проблеми

Стрімкі зміни, що відбулися в суспільному бутті за останні десятиріччя, докорінно змінюють форми та методи пізнання і осмислення оточуючого людину світу, його соціальної складової. Не залишається осторонь цього процесу і суспільна географія, яка дедалі ширше залучає до свого методологічного арсеналу соціологічні підходи та методи досліджень.

Становлення демократичного суспільства на основі утвердження гуманістичних цінностей та лібералізації життєдіяльності населення актуалізували проблеми просторової поведінки людини, зокрема формування міграційних потоків.

Цей складний, комплексний за своєю природою соціально-економічний та соціально-психологічний процес достатньо адекватно пояснюється в рамках так званої моделі «push-pull factors» (фактори «виштовхування – притягування»), що ґрун-

тується на чітко вираженій територіальній компоненті [12-14].

У цій моделі поняття «привабливість території» посідає ключове місце і набуває особливого значення в суспільно-географічних дослідженнях.

У широкому розумінні поняття привабливості відображає здатність об'єкта (чи суб'єкта) викликати інтерес, привертати до себе позитивну увагу [8]. Формування відчуття привабливості певного об'єкта зумовлюється дією глибинних психологічних механізмів і пов'язане із задоволенням потреб людини, забезпеченням безпеки її життя. Об'єкт є привабливим для людини, якщо має такі ознаки:

1) оберігає її від небезпек навколишнього середовища;

2) забезпечує, або сприяє задоволенню фізичних, матеріальних та духовних потреб;

3) є зрозумілим, звичним, відомим, співзвучним світогляду та світовідчуттям людини.

Природно, що у кожного індивіда формуються власні, суб'єктивні уявлення про окремі країни, регіони та поселення. Ці уявлення і є *географічними образами*, які за визначенням Д. Замятіна, являють собою потужні згустки нашої свідомості стосовно окремого місця [2]. Йдеться не про сприйняття окремих фрагментів реальності, приурочених до певної території, а про її більш-менш цілісний образ, що відображає природні особливості тієї чи іншої місцевості, її економічний розвиток, соціально-психологічний стан та культурні здобутки спільноти, яка там мешкає, тощо.

Формування географічних образів зумовлюється складним комплексом чинників, які умовно можна розділити на ендогенні та екзогенні. Ендогенні чинники відображають особистісні характеристики кожної конкретної людини – її стать, вік, рівень інтелекту, професію, соціальний статус тощо. Екзогенні чинники включають набутий особистістю досвід пізнання території внаслідок власних подорожей, розповідей інших людей, інформації, почерпнутої з літератури, кіно, засобів масової інформації тощо.

Саме екзогенні чинники зумовлюють формування подібних географічних образів та стереотипів у певних суспільних групах чи навіть на рівні масової свідомості. Особливо потужний вплив на формування однотипних уявлень про територію у великих груп населення здійснюють засоби масової інформації (преса, телебачення, Інтернет).

Сформовані в масовій свідомості географічні образи мають важливе значення для розвитку окремих міст, регіонів та країн. Позитивні стереотипи, що сформувались про певну територію, є важливим чинником, який стимулює її соціально-економічний розвиток, сприяє надходженню зовнішніх інвестицій, розвитку туризму, «притягує» робочу силу, активізує інноваційну діяльність, інформаційний обмін тощо. Натомість, негативне

сприйняття певної території в масовій свідомості є вагомим чинником, що лімітує її розвиток.

Отже, цілеспрямоване формування географічних образів може бути ефективним засобом в конкурентній боротьбі між окремими містами чи регіонами, в політичному протистоянні між державами.

Крім того, сформовані в масовій свідомості географічні образи здійснюють відчутний вплив на соціальну мобільність населення. Виділяють два види такої мобільності – вертикальну та горизонтальну [9]. Вертикальна мобільність пов'язана з переміщенням людей з нижчого соціального прошарку до вищого. Горизонтальна мобільність має два прояви: перехід людей з однієї групи в іншу (обидві знаходяться в межах одного соціального прошарку); переміщення в просторі, що проявляється в різних формах міграції населення. У другому випадку ми маємо справу з механічним рухом населення, чи з його географічною мобільністю.

Отже, сукупність географічних образів, сформованих у масовій свідомості, є одним із важливих факторів, які підтримують ідентичність населення певної території, або впливають на його ідентифікацію [11].

Географічні образи найбільшою мірою пов'язані з територіальними ідентичностями, які, як зазначав Б. Андерсон, являють собою сприйняття людьми себе як представників спільноти, яка оснований на єдності території їхнього проживання, історії, традиціях, соціокультурному досвіді, ціннісних орієнтирах, способі життєдіяльності [1, с.28].

Проблема територіальної ідентичності набула сьогодні особливої актуальності та значного поширення як у соціології та суспільній географії, так і у міждисциплінарних дослідженнях [3-6, 10].

Виходячи з ієрархічної організації простору життєдіяльності суспільства, ми виділяємо декілька форм територіальної ідентичності – локальну, регіональну, державну (національну) та цивілізаційну (наднаціональну).

Виявлення географічних образів, сформованих у масовій свідомості населення чи його окремих груп, має не тільки істотне пізнавальне, а й практичне значення. Адже завдяки цьому з великою часткою достовірності ми можемо типізувати міста, регіони чи країни за рівнем та особливостями їх привабливості (непривабливості) для життя людей.

Існування значних відмінностей між чинниками, що зумовлюють привабливість чи непривабливість міст та країн, породжує ефекти «виштовхування» та «притягування» населення на певних територіях. Саме ці ефекти, як уже зазначалось, лежать в основі формування міграційних потоків населення як у межах країни, так і на міжнародному рівні.

Виявлення та прогнозування інтенсивності й спрямованості міграційних потоків має важли-

Таблиця 1. Частка респондентів, для яких міста України є привабливими, %

Привабливі міста	Україна	Міста, де навчаються респонденти					
		Київ	Харків	Одеса	Дніпропетровськ	Донецьк	Львів
Київ	80	85	67	77	87	88	75
Львів	78	81	70	80	79	65	89
Одеса	55	50	60	86	56	44	41
Харків	36	23	82	37	34	49	7
Дніпропетровськ	21	14	25	9	52	19	6
Донецьк	17	5	15	11	14	74	2
Ялта	16	14	14	11	25	18	14
Чернівці	13	12	13	9	13	4	24
Севастополь	11	15	7	7	15	9	9

ве значення для розроблення заходів та реалізації Державної регіональної політики, стратегій розвитку не тільки країни загалом, а й окремих її регіонів та міст.

Незаперечним слід вважати той факт, що стійка привабливість міст, образи яких асоціюються з державністю нації, її культурною спадщиною та традиціями, є відображенням національної ідентичності певних груп населення.

Дослідження проблем територіальної ідентичності в Україні в умовах російської інтервенції та проявів екстремізму і тероризму на сході держави набуло нині життєво важливого значення.

Виклад основного матеріалу

Проведене нами дослідження було спрямоване на виявлення географічних образів, сформованих у свідомості окремих соціальних груп, шляхом визначення рівня привабливості і непривабливості для проживання міст України та країн світу. При цьому визначено систему чинників, що зумовлюють цю привабливість (непривабливість), наміри респондентів щодо постійної та тимчасової (трудова) міграцій, їх територіальну спрямованість тощо.

Дослідження проведено на основі пілотного опитування студентської молоді, вік респондентів складав 18 – 23 роки. Територіально опитування охопило всі міжрегіональні центри країни – Київ, Харків, Львів, Одесу, Дніпропетровськ, Донецьк. Загальна кількість респондентів – 650 осіб.

Аналіз отриманих результатів здійснено за допомогою ментального картографування – порівняно нового напрямку суспільної географії та картографії.

На його основі створено та опубліковано серію з 24 карт [7]. Основна особливість цих карт – відображення сформованих у свідомості людей образів оточуючого їх простору.

Представлені карти відображають результати пілотного дослідження, проведеного навесні 2013р. Здійснено два ступені відбору молоді – 1) студенти провідних університетів міжрегіональ-

них центрів України; 2) студенти, що навчаються за спеціальностями, пов'язаними з регіональним управлінням, плануванням території. Опитування проводилося в навчальних аудиторіях на перервах або після навчальних занять, у групах по 10 – 30 осіб шляхом індивідуального заповнення анкет кожним з респондентів після усної постановки проблеми.

Анкета включала три блоки індикаторів: 1) якісні індикатори, що характеризують вибірку – місце постійного проживання (міжрегіональний центр, інше міське поселення, сільське поселення) та стать; 2) індикатори привабливості міст і країн для студентської молоді; 3) індикатори готовності до постійної та трудової міграції.

Привабливість міст України

Найвищу привабливість для студентів з усіх обраних для опитування міст мають Київ, Львів та Одеса. Харків менш привабливий для студентів зі Львова та Києва. Істотно вищі оцінки, порівняно з респондентами інших міст, виставили студенти з Донецька та Дніпропетровська для своїх міст. До групи найпривабливіших слід віднести також Ялту, Севастополь та Чернівці (табл. 1). Серед інших регіональних центрів як привабливі найчастіше повторюються Полтава, Івано-Франківськ, Ужгород, Сімферополь, Вінниця (7 – 8 % респондентів).

Серед факторів привабливості міст більшість респондентів виділяють культурне середовище та можливість працевлаштування (понад 50% опитаних; табл. 2), серед власних варіантів найчастіше траплялись три чинники: а) розвиненіша інфраструктура, комфортність побуту, вищі соціальні стандарти, б) сприятлива екологічна ситуація, в) менталітет, спільність ідеології. Цікавим є варіант «великі перспективи великого міста».

Найнепривабливішими містами для респондентів з усіх регіонів виявилися Донецьк (55 % респондентів, крім студентів з Донецька) та Луганськ (49 %). Серед названих «непривабливими» міст слід виділити також Маріуполь (особливо для сту-

Таблиця 2. Частка респондентів, що обрали відповідні фактори привабливості міст України, %

Фактори	Україна	Міста, де навчаються респонденти					
		Київ	Харків	Одеса	Дніпропетровськ	Донецьк	Львів
Культурне середовище	70	77	67	61	78	64	63
Робота	65	70	63	67	67	63	59
Кар'єра	46	50	41	47	41	50	46
Реалізація здібностей	49	54	42	46	53	47	50
Житло	28	28	22	36	25	33	26

Таблиця 3. Частка респондентів, для яких міста України є непривабливими, %

Непривабливі міста	Україна	Міста, де навчаються респонденти					
		Київ	Харків	Одеса	Дніпропетровськ	Донецьк	Львів
Донецьк	55	63	50	59	57	6	82
Луганськ	49	59	30	29	33	74	61
Харків	22	10	2	11	24	65	31
Маріуполь	21	5	21	10	13	88	9
Запоріжжя	20	20	22	13	25	18	17
Суми	19	14	17	10	14	49	19
Дніпропетровськ	17	15	19	16	5	9	30
Кривий Ріг	14	14	19	11	19	5	13
...							
Київ	10	3	24	13	6	9	13

Таблиця 4. Частка респондентів, що обрали відповідні фактори непривабливості міст України, %

Фактори	Україна	Міста, де навчаються респонденти					
		Київ	Харків	Одеса	Дніпропетровськ	Донецьк	Львів
Екологічні умови	72	77	69	64	73	68	76
Низька якість життя	52	59	48	41	59	56	40
Високі ціни	14	5	19	13	17	23	15
Відсутність історико-культурних об'єктів	29	31	28	16	34	24	34
Недоброзичливість мешканців	34	30	23	39	35	23	51

дентів з Донецька), Запоріжжя, Кривий Ріг, Суми. Непривабливими для студентів з окремих міст є регіональні центри Харків (особливо для респондентів з Донецька), Дніпропетровськ (зі Львова), Київ (з Харкова) (табл. 3). З інших обласних центрів як непривабливі найчастіше повторюються в оцінках респондентів Кіровоград, Чернігів, Житомир (11 – 12 % респондентів), Полтава, Луцьк, Рівне, Херсон, Миколаїв (7 – 8 %).

Найістотнішими факторами, що зумовлюють непривабливість міст, більшість респондентів називають екологічні умови та низьку якість життя, майже для третини опитаних – недоброзичливість

мешканців (табл. 4). Серед власних варіантів варто виділити два найбільш повторюваних – економічного змісту (відсутність можливостей кар'єрного зростання та отримання високооплачуваної роботи) та соціо-культурного (високий рівень злочинності, значна частка російськомовного населення – щодо міст Східної та Південної України та націоналізм – щодо міст Західної України).

Оцінка привабливості міських поселень має свої особливості в межах макрорегіонів – Центральної, Західної, Північно-Східної, Центрально-Східної, Східної та Південної України.

Центральна Україна. Найвищий рівень привабливості для респондентів з усіх міст характерний для столиці України – Києва (80 % опитаних, а серед респондентів Києва, Дніпропетровська та Донецька – понад 85 %). Місто має стійкий образ головного ділового, соціально-економічного, культурного центру України. Ставлення до інших обласних центрів регіону (Житомир, Чернігів, Черкаси) – переважно негативне. Виняток становить місто Вінниця (як субрегіональний центр Поділля), для якого характерні вища привабливість серед студентської молоді Києва і Львова та менш негативне ставлення респондентів з інших міст порівняно з рештою обласних центрів. Водночас окремі невеликі міські поселення є переважно привабливими для респондентів, зокрема Канів на Черкащині, Ладжин на Вінниччині. Для студентської молоді Києва привабливими є міста-супутники столиці – Бориспіль, Бровари, Буча, Вишневе та інші, що мають тісний зв'язок із Києвом та порівняно нижчі ціни на житло.

Західна Україна. Високий рівень привабливості для респондентів з усіх міст має Львів (78 % опитаних, а серед респондентів Львова, Києва, Одеси – понад 80 %). Львів позиціонується як регіональний центр Західної України та водночас музейний, книжковий, фестивальний, «кавовий» центр держави загалом. Переважно позитивним є ставлення й до Чернівців (від 5 % серед респондентів Донецька до 25 % – Львова). Місто має усталений образ субрегіонального центру Буковинського краю та поетичного, пісенного центру України. Ставлення до інших обласних центрів Західної України дещо різняться: для респондентів Києва та Львова Івано-Франківськ, Ужгород і Тернопіль переважно привабливі, для Харкова, Одеси, Дніпропетровська, Донецька – навпаки; Луцьк і Рівне переважно непривабливі для респондентів більшості міст; ставлення до Хмельницького переважно нейтральне (місто не згадується ні як привабливе, ні як непривабливе респондентами більшості міст).

Низка туристичних та курортних центрів регіону мають стійке позитивне ставлення – Трускавець (центр здоров'я, курортний центр Прикарпаття), Кам'янець-Подільський («перлина Поділля»), Коломия («перлина Прикарпаття»), центр Покуття), Мукачеве («перлина Закарпаття»).

Найчастіше серед міських поселень регіону повторюється негативне ставлення респондентів до міста Калуш. Чітко вираженою є регіональна ідентичність: респонденти зі Львова позитивно ставляться до низки середніх та малих містечок Львівщини.

Північно-Східна Україна. Найвищий рівень привабливості має Харків (від 7 % серед респондентів Львова до 82 % – Харкова). Позитивне ставлення до міста переважає серед респондентів

Харкова, Києва, Одеси, Дніпропетровська, негативно – Донецька та Львова. З інших обласних центрів переважно позитивне ставлення до Полтави серед респондентів Києва та Харкова, рівнозначне – Одеси і Донецька, переважно негативне – Дніпропетровська, Львова. Суми є переважно непривабливим містом для респондентів з усіх міст (понад 10 % опитаних у кожному). Переважно негативним є ставлення і до Кременчука. Респонденти з Харкова негативно оцінюють привабливість міських поселень Харківщини.

Центрально-Східна Україна. Найпривабливішим в регіоні є Дніпропетровськ (від 6 % серед респондентів Львова до 52 % – Дніпропетровська), що позиціонується як діловий центр Східної України. Проте серед респондентів Львова і Одеси ставлення до міста переважно негативне, Києва і Донецька – приблизно рівнозначне, Дніпропетровська і Харкова – переважно позитивне. Значною мірою непривабливими для респондентів є міста Запоріжжя, Кривий Ріг та Кіровоград (понад 10% опитаних, крім студентської молоді Донецька щодо Кривого Рогу, Одеси та Львова – щодо Кіровограда, серед яких ця частка є нижчою). Також переважно негативні оцінки мають міста Дніпродзержинськ, Нікополь, Павлоград, Жовті Води, Мелітополь.

На фоні негативного ставлення до промислових центрів регіону порівняно привабливим для респондентів є курортний центр Бердянськ.

Східна Україна. Найпривабливішим містом регіону є Донецьк (з максимальною часткою привабливості серед студентської молоді Донецька – 74 %), що позиціонується як шахтарський центр, бізнес-центр, а нині ще й футбольний (спортивний) центр України. Водночас Донецьк має один з найвищих у країні рівнів непривабливості для респондентів з усіх міст, крім Донецька (від 50 % серед респондентів Харкова до 82 % – Львова). Також непривабливістю для опитуваних відзначаються обласний центр Луганськ (від 29 % серед респондентів Одеси до 74 % – Донецька) та один з металургійних центрів країни Маріуполь (від 5 % серед опитуваних Києва до 88 % – Донецька).

Переважає більшість названих респондентами міських поселень Східної України є непривабливими для них (зокрема і для студентів з Донецька). Виняток становить Святогірськ як духовний осередок Донецького краю, особливо привабливий для респондентів з Донецька і Харкова.

Південна Україна. До найпривабливіших міст України (поряд з Києвом і Львовом) віднесено Одесу – південний, морський центр України, місто гумору (від 41 % серед респондентів зі Львова та 44 % з Донецька до 86 % респондентів з Одеси). Привабливими для студентської молоді з усіх регіонів України є кримські міста Ялта (курортне місто; понад 10 % опитаних з усіх міст), Севастополь (понад 7 %), а також Алушта, Євпаторія, Судак,

Таблиця 5. Частка респондентів, для яких країни є привабливими, %

Привабливі міста	Україна	Міста, де навчаються респонденти					
		Київ	Харків	Одеса	Дніпропетровськ	Донецьк	Львів
США	42	35	32	36	55	44	48
Німеччина	41	39	48	31	36	51	38
Великобританія	36	36	36	34	33	41	35
Італія	35	29	34	44	35	29	43
Франція	30	26	27	36	34	24	36
Канада	25	28	20	27	30	18	23
Іспанія	23	18	22	19	28	15	33
Швейцарія	16	15	22	7	18	17	17
Польща	16	15	8	14	14	13	31

Таблиця 6. Частка респондентів, що обрали відповідні фактори привабливості країн, %

Фактори	Україна	Міста, де навчаються респонденти					
		Київ	Харків	Одеса	Дніпропетровськ	Донецьк	Львів
Культурне середовище	67	70	63	69	71	64	61
Робота	75	77	73	76	78	63	81
Кар'єра	54	48	51	50	62	50	61
Реалізація здібностей	61	70	54	59	65	47	58
Житло	33	26	19	36	46	33	37
Особисте життя	30	21	25	34	43	37	28

Коктебель та інші. Ставлення до Сімферополя неоднозначне: переважно привабливим місто є для респондентів з Одеси, Харкова, Києва, Дніпропетровська, здебільшого непривабливим – Донецька та Львова.

Переважно негативним є ставлення всіх респондентів до обласних центрів Херсона і Миколаєва, а також курортного центру Скадовськ. Респонденти з Одеси позитивно оцінили привабливість малих і середніх міських поселень Одещини.

Привабливість країн світу

Найвищу привабливість для студентів з усіх обраних для опитування міст мають п'ять країн – США, Німеччина, Великобританія, Італія та Франція (понад 30 % респондентів). США більш привабливі для студентів Дніпропетровська і Львова, Німеччина – Києва, Харкова, Донецька, Італія – Одеси. До групи найпривабливіших також відносять Канаду, Іспанію, Швейцарію, Польщу (16 – 25 % респондентів) (табл. 5).

До факторів привабливості країн більшість респондентів відносять можливість працевлаштування, кар'єрного зростання, реалізації здібностей, а також сприятливе культурне середовище (понад 50 % опитаних) (табл. 6). Серед власних варіантів

найчастіше траплялись чотири чинники: а) високий рівень соціально-економічного розвитку країни і, як наслідок, високий/вищий рівень життя та добробуту населення, вищі соціальні стандарти, рівень соціального захисту населення, соціальні пільги та гарантії; б) ефективне управління країною, «порядок», рівні можливості для громадян, країни, де «все робиться для людей»; в) сприятливі природно-кліматичні умови та екологічна ситуація, відсутність природних катастроф; г) менталітет, доброзичливість мешканців, позитивна атмосфера соціуму.

Найнепривабливішими країнами для респондентів з усіх регіонів виявилися Росія (39 % респондентів), Китай, Індія, Ірак та Іран. До «непривабливих» країн потрапили також Афганістан, КНДР, Молдова і Білорусь (остання – меншою мірою для студентів з Харкова, Одеси) (табл. 7).

Найістотнішими факторами, що зумовлюють непривабливість країн, більшість респондентів називають низьку якість життя, меншою мірою – недоброзичливість мешканців та несприятливі екологічні умови (табл. 8). Серед власних варіантів є кілька найбільш повторюваних – а) низький рівень економічного розвитку, нестабільна економічна ситуація, поширення бідності, перенаселення;

Таблиця 7. Частка респондентів, для яких країни є непривабливими, %

Привабливі міста	Україна	Міста, де навчаються респонденти					
		Київ	Харків	Одеса	Дніпропетровськ	Донецьк	Львів
Росія	39	35	18	33	55	29	56
Китай	26	19	21	36	36	26	26
Ірак	24	18	28	21	35	13	25
Індія	20	19	16	14	34	14	18
Іран	19	10	18	17	33	10	26
Молдова	18	15	18	13	28	17	17
Афганістан	15	10	24	10	18	4	25
Білорусь	15	16	4	4	30	10	17

Таблиця 8. Частка респондентів, що обрали відповідні фактори непривабливості країн, %

Фактори	Україна	Міста, де навчаються респонденти					
		Київ	Харків	Одеса	Дніпропетровськ	Донецьк	Львів
Екологічні умови	38	37	26	41	30	63	38
Низька якість життя	65	66	59	53	69	47	83
Високі ціни	19	8	13	23	22	50	10
Відсутність історико-культурних об'єктів	20	12	15	7	14	64	20
Недоброзичливість мешканців	43	39	38	37	51	33	55

б) інша ментальність, інші цінності, інша релігія, неприхильне ставлення до іноземців, агресія щодо інших країн; в) недотримання прав людини, обмеженість прав та свобод, відсутність соціального захисту; г) війни, військові конфлікти («гарячі точки»), тероризм, нестабільна політична ситуація.

Оцінка привабливості країн має свої особливості в межах регіонів світу.

Привабливість країн Європи для студентів шести українських міст зменшується із заходу на схід.

Ставлення до країн *Західної Європи* є домінуюче позитивним. Німеччина, Великобританія, Італія, Франція та Іспанія мають найвищий рівень привабливості (не нижче 15 % респондентів). Також серед привабливих (понад 10 % опитаних) називають Швейцарію (особливо для студентів з Києва, Харкова, Дніпропетровська, Донецька, Львова), Австрію (для студентів з Києва, Донецька, Львова), Нідерланди (для студентів з Києва, Харкова).

Країни *Північної Європи* є переважно привабливими, найкращим є ставлення до Швеції та Норвегії (понад 10% опитаних). Найбільше негативних оцінок отримали Естонія, Латвія, Ісландія (але частка таких респондентів не перевищує 3 %).

Серед країн *Центральної Європи* найбільш позитивне ставлення респондентів характерне для Польщі (особливо серед студентів Львова, а також

Києва, Одеси, Дніпропетровська, Донецька) та Чехії (для студентів з Києва, Харкова, Дніпропетровська, Донецька). Негативне ставлення переважає щодо Угорщини (особливо серед студентів Харкова, Одеси, Дніпропетровська, Донецька), меншою мірою – Словаччини.

Негативне ставлення до всіх країн *Східної Європи* (Росія, Молдова, Білорусь) значно переважає позитивні оцінки. Меншим такий розрив є серед респондентів з Харкова, Одеси та Донецька. Сприйняття країн *Південно-Східної Європи та Балканського регіону* є переважно негативним. Стійко негативне ставлення переважає щодо Румунії, Албанії та Туреччини. Водночас порівняно позитивним є ставлення до країн – туристичних центрів – Греції та Кіпру.

В Америці можна виділити три регіони, що різняться за їх сприйняттям. Ставлення до *США та Канади* є переважно позитивним серед студентів з усіх міст. Водночас непривабливість США значно вища порівняно із Канадою, особливо серед респондентів з Києва та Одеси (понад 10%). Ставлення студентів до Мексики, країн Центральної Америки та Карибського басейну є переважно негативним. Найчастіше негативні оцінки отримували Гондурас, Нікарагуа та Мексика, позитивні – Ямайка та Куба.

Сприйняття країн *Південної Америки* чітко не

сформовано. Більшість країн визначаються як привабливі і непривабливі водночас, але частка респондентів, що згадують ці країни, не перевищує 6%. Найпривабливішою є Бразилія.

Австралія та Океанія. Позитивним є ставлення більшості респондентів до Австралії (понад 10 %). Проте з інших країн регіону респонденти згадують лише три, найчастіше – Нову Зеландію.

Привабливість країн Азії загалом низька. Лише ставлення до декількох країн є переважно позитивним.

У **Південно-Західній Азії** найчастіше як непривабливі називають країни зі складною політичною та економічною ситуацією – Ірак, Іран та Афганістан. Переважно позитивним або нейтральним є ставлення лише до ОАЕ, що традиційно асоціюється із відпочинком та добробутом. Країни **Південно-го Кавказу** розглядають переважно як непривабливі, що можна пояснити негативним ставленням не до їх мешканців, а до ризиків соціально-політичної ситуації в регіоні.

Пострадянські країни **Центральної Азії** сприймаються переважно як непривабливі. Серед країн **Південної Азії** особливо негативним є ставлення до Індії, а також Пакистану. Найчастіше як привабливі називають Мальдіви, що асоціюються із курортами, де відпочивають заможні туристи.

Більшість респондентів, що згадують країни **Південно-Східної Азії**, розглядають їх як непривабливі. Проте частка таких респондентів практично не перевищує 3 %. Переважно позитивний образ має лише Сінгапур.

Країни **Східної Азії** сприймаються переважно як непривабливі. Зокрема, Китай та КНДР мають чітко визначене негативне ставлення респондентів. Найбільше позитивних оцінок має Японія, проте негативні оцінки серед респондентів переважають. Порівняно позитивним є ставлення до Республіки Корея.

Країни Африки сприймаються студентами українських міст як непривабливі. Якщо до країн **Північної та Південної Африки** ставлення є переважно негативним, то до країн **Західної, Центральної та Східної Африки** – виключно негативним. Найбільше негативних оцінок мають Єгипет у Північній Африці (серед респондентів Дніпропетровська та Донецька – понад 10%), Нігерія – у Західній, Конго – у Центральній, Сомалі у Східній, ПАР та Зімбабве – у Південній Африці. Найбільше позитивних оцінок має Марокко.

Міграційні наміри молоді

Істотною проблемою для України є міграційний відтік молоді, як з метою працевлаштування, так і отримання освіти за кордоном. За даними першого загальнонаціонального вибіркового обстеження населення (домогосподарств) з питань трудової міграції, проведеного Українським центром соці-

альних реформ за участю Державного комітету статистики України у 2008 році, з 1,3 млн українських трудових мігрантів 567 тис. (понад 40 %) складали молоді люди у віці до 35 років. За оцінками експертів, щорічний відтік молодих спеціалістів з України складає 10-12%. За оцінками Інституту статистики ЮНЕСКО, у 2011 р. 37,4 тис. українців навчалися у вищих навчальних закладах інших країн. Порівняно з 2001 р. цей показник зріс більше ніж удвічі.

Головними причинами трудової та освітньої міграції молоді є неефективність молодіжної політики України, високий рівень безробіття серед молоді, неможливість знайти роботу за фахом (до 40% фахівців з вищою освітою працюють не за фахом, оскільки система освіти в країні не орієнтована на ринок праці), прагнення отримати диплом європейського зразка. Наприклад, у 2002 р. 64 % молоді у віці від 14 до 28 років не відчували підтримки з боку держави (дослідження Державного інституту проблем сім'ї та молоді), а в 2005 р. – 21 % респондентів серед молоді у віці 15-23 років охарактеризували державну молодіжну політику як неефективну, ще 27 % – скоріш неефективну (дослідження Центру соціальних експертиз Інституту соціології НАН України в рамках проекту ПРООН «Створення безпечного середовища для молоді України»), у 2010 р. реалізацію державної молодіжної політики не відчували 79 % молоді у віці 15 – 34 роки (соціально-демографічне обстеження «Молодь України, 2010»).

На початок 2012 р. серед зареєстрованих безробітних молодь (до 35 років) становила 41,8 % (понад 200 тис. осіб). Особливо високий цей показник у західних регіонах країни (понад 50 % у Волинській, Івано-Франківській, Львівській областях) та у віковій групі 15-24 роки.

Внаслідок опитування, проведеного в 2013 р. серед студентів університетів регіональних центрів України (Київ, Харків, Одеса, Дніпропетровськ, Донецьк, Львів), виявлено, що готові до тимчасової трудової міграції після закінчення навчання майже третина респондентів: 26 % опитаних студентів Харкова та Львова, 27 % – Донецька, 33 % – Києва, 35 % – Дніпропетровська, 37 % – Одеси (табл. 9).

Найпривабливішими для тимчасової трудової міграції молоді є Німеччина, США (понад 10 % усіх респондентів, понад 38 % – від тих, хто має намір взяти участь у міграціях), Канада, Великобританія, Італія, Польща.

Готовність до постійної міграції після закінчення навчання виявили майже половина респондентів (49 %), зокрема 38 % – серед студентів Львова, 45 % – Харкова, 47 % – Києва, 51 % – Донецька, 57 % – Дніпропетровська, майже 59 % – Одеси (табл. 10).

Такі результати корелюють із даними соціологічного моніторингу «Українське суспільство 1992

Таблиця 9. Частка респондентів, що обрали варіанти відповідей на питання «Чи плануєте Ви після закінчення навчання взяти участь у трудових міграціях», %

Варіанти відповідей	Україна	Міста, де навчаються респонденти					
		Київ	Харків	Одеса	Дніпропетровськ	Донецьк	Львів
Так, однозначно	5,0	3,2	6,3	5,7	9,1	2,6	3,6
Скоріше, що так	25,8	30,3	19,8	31,4	25,5	24,4	22,5
Разом «так»	30,8	33,5	26,1	37,1	34,6	27,0	26,1
Не визначився (лася)	36,0	36,1	40,6	32,9	30,9	42,3	34,2
Скоріше, що ні	21,1	21,9	24,0	17,1	23,6	21,8	17,1
Ні, однозначно	10,8	5,2	9,4	12,9	9,1	7,7	22,5
Разом «ні»	31,9	27,1	33,4	30,0	32,7	29,5	42,7
Немає відповіді	1,3	3,2	0,0	0,0	1,8	1,3	0,0

Таблиця 10. Частка респондентів, що обрали варіанти відповідей на питання «Чи плануєте Ви після закінчення навчання змінити місце постійного проживання», %

Фактори	Україна	Міста, де навчаються респонденти					
		Київ	Харків	Одеса	Дніпропетровськ	Донецьк	Львів
Так, однозначно	16,0	20,0	18,8	22,9	14,5	11,5	7,8
Скоріше, що так	32,8	27,1	26,0	35,7	42,7	39,7	30,1
Разом «так»	48,8	47,1	44,8	58,6	57,1	51,2	37,9
Не визначився (лася)	26,5	25,2	25,0	21,4	22,7	30,8	34,0
Скоріше, що ні	16,8	18,1	20,8	14,3	14,5	14,1	17,5
Ні, однозначно	6,5	8,4	9,4	2,9	3,6	3,8	8,7
Разом «ні»	23,3	26,5	30,2	17,2	18,1	17,9	26,2
Немає відповіді	1,3	1,3	0,0	2,9	1,8	0,0	1,9

– 2013» Інституту соціології НАН України: серед респондентів у віці 18 – 24 роки частка бажаючих виїхати з населеного пункту, де проживають, склала 50,0 %.

Найпривабливішими для постійної міграції молоді є Німеччина та США (понад 5 % усіх респондентів, понад 10% – від тих, хто має намір взяти участь у міграціях), а також Великобританія, Канада, Італія, Росія, Польща, а серед міст України – Київ, Львів, Харків та Одеса.

Серед опитаних 25,5 % зазначили, що на даний час мають можливість для зміни постійного місця проживання, 36,3 % поки що не мають, але намагаються зробити все можливе для переїзду, ще 29,9 % – не мають, але можливо матимуть такі можливості, 8,3 % респондентів не дали відповіді.

Висновки

1. На будь-якій території формуються достатньо стійкі комплекси природних, соціально-економічних, культурних, інституційних та інших пере-

думов, ресурсів та можливостей, які можуть тісно чи іншою мірою забезпечувати потреби людей та їх безпеку. Це і визначає міру привабливості чи непривабливості окремих поселень, регіонів та країн для проживання, формує стійкі уявлення людей про них. Ці уявлення і є географічними образами стосовно окремого місця (території).

2. Сукупність географічних образів, сформованих у масовій свідомості, є одним із важливих факторів, які підтримують ідентичність населення певної території, або впливають на його ідентифікацію. В широкому розумінні ідентичність, як і самоідентифікація, відображають властивості психіки людини усвідомлювати свою приналежність чи ототожнювати себе як члена певної групи (спільноти).

3. Стіяка привабливість міст, образи яких асоціюються з державністю нації, її культурною спадщиною та традиціями, є віддзеркаленням національної ідентичності певних груп населення. Привабливість окремих країн, образи яких пов'я-

зані з певними базовими суспільними цінностями та культурними традиціями, значною мірою відображає прихильність людей до тієї чи іншої цивілізаційної ідентичності.

4. Цивілізаційна самоідентифікація переважної частини студентської молоді України зорієнтована на західний наднаціональний культурний простір. Найпривабливішими країнами є США та Німеччина, образи яких асоціюються з демократичними цінностями і традиціями, правами і свободами людини, рівними можливостями для розвитку особистості.

5. Національна самоідентифікація студентської молоді, незалежно від місця її проживання, є україноцентричною. Про це свідчить той факт, що привабливими майже для 80% респондентів є Київ та

Львів, образи яких відображають державність нації, її культурну спадщину та традиції. Достовірність цього підтверджується і значним притоком студентів з окупованого Криму до вищих навчальних закладів материкової України.

6. На жаль, слід констатувати, що умови життєдіяльності населення зумовлюють міграційні наміри значної частини студентської молоді. Так, майже третина респондентів готові після закінчення навчання взяти участь у трудових міграціях за межі держави.

7. Дослідження, проведене на основі пілотного опитування, виявило певні тенденції та проблеми стосовно територіальної ідентичності, які в нинішніх умовах набувають особливої актуальності і потребують подальшого поглибленого вивчення.

Література

1. Андерсон Б. Воображаемые сообщества. Размышления об истоках и распространении национализма: Монография: Пер. с англ. – М.: «КАНОН-пресс-Ц», 2001. – 288 с.
2. Замятин Д. Гуманитарная география пространства // Независимая газета. – 28. 11. 2012.
3. Замятина Н.Ю. Территориальные идентичности и социальные структуры // Общественные науки и современность. – 2012. – №5. – С. 151 – 163.
4. Крылов М.П. Региональная идентичность в Европейской России: Монография. – М.: Новый хронограф, 2010. – 237 с.
5. Мезенцев К.В., Мезенцева Н.И. Роль території у самоідентифікації населення // Економічна та соціальна географія. – 2007. – Вип. 57. – С. 67-71.
6. Нагорна Л.П. Регіональна ідентичність: український контекст: Монографія. – К.: ІПіЕНД імені І.Ф.Кураса НАН України, 2008. – 405 с.
7. Підгрушний Г.П., Мезенцев К.В. Україна і світ, Привабливість території: Серія карт. – К.: ДНВП «Картографія», 2014.
8. Привлекательность // Энциклопедия практической психологии: <http://www.psychologos.ru/articles/view/privlekatelnost>.
9. Савоскул М.С. Социология: теория, методы и возможности их применения в географии: Учебное пособие. – М.: Географический факультет МГУ, 2012. – 204 с.
10. Степико М.Т. Українська ідентичність: феномен і засади формування: Монографія. – К.: НІСД, 2011. – 248 с.
11. Трофимов В. Естественные и искусственные идентичности: <http://ttrofimov.ru/2012/01/estestvennye-i-iskustvennye-identichnosti>
12. Discovering migration between Visegrad countries and Eastern Partners. – Budapest: HAS RCAES Geographical Institute, 2014. – 233 p.
13. Fellman J. Getis A., Getis J. Human geography. Landscapes of human activities. – 7th edition. – New York: McGraw-Hill, 2003. – 576 p.
14. Stutz Ch. Migration // Encyclopedia of Human Geography / Edited by B.Warf. – Thousand Oaks: SAGE Publications, 2006. – P. 301-303.

References

1. Anderson B. (2001). *Imagined Communities. Reflections on the Origin and Spread of Nationalism: Monograph*: Tr. from English. Moscow: «KANON-press-C» (Russian).
2. Zamyatin D. (2012). Humanitarian geography of space. *Nezavisimaya Gazeta*. 28. 11. 2012 (Russian).
3. Zamyatin N.Y. (2012). Territorial identity and social structure. *Social Sciences and the present*. No. 5 pp. 151 - 163 (Russian).
4. Krylov M.P. (2010). *Regional identity in European Russia*: Monograph. Moscow: Novy chronograph (Russian).
5. Mezentsev K.V. Mezentseva N.I. (2007). The territory role in the population self-identification. *Economic and Social Geography*, Vol. 57. pp. 67-71 (Ukrainian).
6. Nagorna L.P. (2008). *Regional identity: Ukrainian context*: Monograph Kyiv: IPiEND after I.F. Kuras Ukraine NAS (Ukrainian).
7. Pidhrushny G.P., Mezentssev K.V. (2014). *Ukraine and world appeal of the territory*: Series of maps. Kyiv: DNVP «Cartography» (Ukrainian).
8. Appeal. *Encyclopedia of Applied Psychology*: <http://www.psychologos.ru/articles/view/privlekatelnost>.
9. Savoskul M.S. (2012). *Sociology: theory, methods and their application in geography: Textbook*. Moscow: MSU Geography Department (Russian).
10. Stepyko M.T. (2011). *Ukrainian identity: its phenomenon and formation principles*: Monograph. Kyiv: NISD (Ukrainian).
11. Trofimov V. (2012). *Natural and artificial identities*: <http://ttrofimov.ru/2012/01/estestvennye-i-iskustvennye-identichnosti> (Russian).
12. Discovering migration between Visegrad countries and Eastern Partners (2014). Budapest: HAS RCAES Geographical Institute
13. Fellman J. Getis A., Getis J. (2003). Human geography. Landscapes of human activities. 7th edition. New York: McGraw-Hill.
14. Stutz Ch. (2006). Migration. Encyclopedia of Human Geography. Edited by B.Warf. Thousand Oaks: SAGE Publications, P. 301-303.

ща. Слово атрактивність походить від латинського слова *Attraho, traxi, tractum*, еге, що означає "притягати" [3, 628]. Під поняттям "архітектурна атрактивність міста" розуміємо властивість архітектурного середовища привертати до себе увагу своїми неповторними естетично-змістовими властивостями.

У процесі підвищення атрактивності міста елементи ландшафтного дизайну можуть відігравати основну (бути основними об'єктами, котрі привертують увагу до міста) або другорядну роль (рис. 1). Остання полягає у естетичному доповненні основних об'єктів архітектурної атрактивності міста. Об'єкт ландшафтної архітектури може бути окремою атракцією місцевого значення у межах міста, а також застосовуватись у загальному оформленні міського простору, створюючи сприятливі умови перебування у ньому як у фізіологічному, так і у психологічному аспекті.

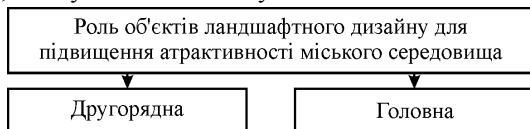


Рис. 1. Значення елементів ландшафтного дизайну

Елементи ландшафтного дизайну можемо поділити на дві великі групи: живі і неживі (рис. 2). До живих відносимо елементи озеленення, а також існуючі у них біоценози. Основними об'єктами атрактивності міста ці елементи переважно стають у вигляді зелених масивів, котрі займають значну площу міського простору. Це передусім парки, наприклад парк Софіївка в Умані, та ботанічні сади, наприклад Нікітський ботанічний сад. Зелені насадження можуть не займати значної площі, проте своєю неповторністю відігравати провідну роль у створенні атрактивного міського середовища. Зокрема це може стосуватися цвітіння певних рослин, як на приклад сакури в Ужгороді, або кущів бузку у Київському ботанічному саду. За відповідного поєднання зелених насаджень з малими архітектурними формами, що створюють сприятливі умови для проживання і харчування дрібних міських тварин і птахів, можемо розраховувати, що саме така частина дикої природи стане основним атрактивним об'єктом, що буде притягувати до міста відвідувачів. Також у будь-якому місті чи населеному пункті, озеленення і існуючі в ньому біоценози відіграють важливу допоміжну роль. Найрозповсюдженішим засобом ландшафтного дизайну є різні види озеленення. Озеленення для архітектурного простору міста виконує також дуже важливу композиційну функцію. Якщо розглядати озеленення і архітектурні об'єкти як певні об'ємні елементи просторової композиції, то незважаючи на їх різну структуру і довговічність, людина сприймає їх як одну композиційну групу з тіл певної форми і кольору. Тому архітектору потрібно завжди пам'ятати про ті зелені об'єми, котрі будуть біля його споруди і, за змогою, дбати, щоб вони поєднувалися і доповнювали одне одного. Іншим важливим аспектом в питанні озеленення міського простору є забезпечення психологічного комфорту. Людина вийшла з природного оточення і відчуває себе краще, перебуваючи в оточенні живих об'єктів. Поєднання рідної живої природи і будинку, первісна функція якого – захист від надмірного впливу природи на людину, створює

найсприятливіші психологічні умови. Позитивний психологічний клімат дуже важливий для підвищення атрактивності міста, оскільки, окрім створення неповторного міського образу, важливо дбати про те, щоб у місті було комфортно перебувати. Це, своєю чергою, покращить і загальний соціальний клімат у місті. Такий результат важливий як для відвідувачів, так і для мешканців міста. "Дерева і кущі не тільки сприяють очищенню повітря різноманітними способами: механічним (затримують пил) і хімічним (виділяють леткі речовини, знищують бактерії), але завдяки виразності форм і відтінків колориту стимулювальне або заспокійливо діють на психіку людини" [1, ст. 129]. Позитивний настрій мешканців, своєю чергою, робить міську атмосферу сприятливішою, що надзвичайно важливо для притягнення відвідувачів і розвитку туристичної галузі. Зелені насадження створюють можливість часто змінювати кольорову гаму міського простору, забезпечуючи цим самим необхідне різноманіття, сезонне підвищення атрактивності міста, наприклад цвітіння певних видів рослин, сезонна зміна кольору листя і т.ін. Ще однією істотною функцією ландшафтного дизайну, особливо на територіях з помірним кліматом, є забезпечення міським мешканцям адекватного сприйняття природних часових циклів – пір року. Сезонні зміни роблять міський простір різним, спонукаючи відвідувачів знову і знову повертатися до нього, оглядати його у новому оформленні.

До неживих елементів ландшафтного дизайну відносимо, насамперед, ландшафт – змінений природний, або повністю антропогенного походження. Архітектура і ландшафт становлять єдине ціле. Змінюючи ландшафт, архітектор змінює саму сутність свого витвору. Значення штучно створеного ландшафту для архітектури зрозуміли ще у Середньовіччі: "Протягом X століття в міру того, як утверджувалась феодальна система, замок набуває значення символу влади феодала. Надзвичайно велику роль, безумовно, відігравала сама величність споруди...З цього моменту Західна Європа покривається насипними горбами...Насипний горб символізував владу" [4, 16-17]. Варто наголосити, що це не завжди робилося через стратегічні вимоги. Для багатьох європейських міст об'єктами ландшафтного дизайну стають колишні земляні укріплення. Їхнє збереження і відповідне оформлення відіграють важливу роль у історичній структуризації простору міста. Часто ці об'єкти становлять складову частину самого просторового міського силуету. Особливо яскраво це видно на прикладі міста Белз. Оформлення і збереження таких мілітарних об'єктів є дуже актуальним саме для України, адже на її території земляні укріплення були порівняно більш поширеними, ніж у Західній Європі, що безумовно можна використати як атрактивний елемент. В цьому аспекті доцільно було б згадати про історичні "Змієві вали", котрі можуть служити атрактивним об'єктом для навколишніх міст. Ще одним прикладом зміненого ландшафту, що особливо характерний для території України, є кургани або могили. Деякі з них ще зберегли історичні елементи свого оригінального ландшафтного дизайну – кам'яні баби. Наприклад, така могила є одним з численних атрактивних об'єктів у Чернігові. Відлунням традиції поєднувати меморіальну функцію із об'єктами ландшафтного дизайну, можна вважати штучно насипаний пагорб Любельської унії у Львові.

Зараз, завдяки швидкому розвитку технологій, ландшафтний дизайн досяг небачених раніше масштабів і через це перетворюється на складні інженерні конструкції. Прикладом такої взаємодії дизайну і інженерних досягнень можуть служити штучні острови у Дубай. Поряд із функціональністю, вони мають дуже потужну змістово-естетичну складову і безперечно ефективно сприяють архітектурній атрактивізації міста.

Об'єктом атрактивності міста часто є змінені природні ландшафти. Для них вирішальну роль відіграють обладнані для огляду пішохідні і транспортні дороги, та відповідна інфраструктура. У багатьох країнах світу саме огляд пристосованих природних ландшафтів становить основу атрактивності не лише окремих міст, але і держав загалом (Норвегія, Канада). Важливе значення для підвищення атрактивності міста має організація видових майданчиків. Класичним прикладом цих елементів можемо назвати "Видові зигзаги" у Норвегії (Reiuf Ramstad Arkitekter). Ландшафт змінений таким чином, щоб він був найсприятливішим для огляду міста загалом, або окремих архітектурних і природних об'єктів, не лише допомагає відвідувачам краще ознайомитися з цим об'єктом, але і може загалом ключову роль для популяризації міста у ЗМІ та у віртуальному просторі. Оскільки, якщо розглядати архітектуру міста як товар, то його реклама є обов'язковою умовою успішного досягнення поставленої мети – притягнення до міста відвідувачів.

Значним потенціалом для підвищення атрактивності міста володіють геопластичні об'єкти антропогенного походження техногенного призначення. Такими об'єктами є терикони, шахти, котрі вже не використовують за призначенням, дамби. Естетичне оформлення таких об'єктів здатне перетворити їх із негативного явища у естетичне, екологічно приязне і навіть атрактивне. Прикладом такого вдалого використання техногенних об'єктів є копальня дорогоцінних каменів у місті Ідар-Оберштайн, де створено музей. Для України загалом і для Львівської області зокрема регенерація техногенних ландшафтних утворів є надзвичайно актуальною проблемою, яку можна вирішувати засобами ландшафтного дизайну.

Важливим елементом міського простору завжди були водойми, фонтани, криниці, джерела. Вода відіграє важливу естетичну звукову, термо- і волого-регулятивну роль у міському середовищі, водні поверхні створюють цікаві дзеркальні ефекти, урізноманітнюючи міські пейзажі, мають позитивну психологічну дію. Також вони приваблюють водних птахів (качок, лебедів). В останні десятиліття, завдяки розвитку інженерії та комп'ютерних технологій, одними з основних об'єктів атрактивності міста почали ставати такі елементи ландшафтного дизайну як фонтани. Наприклад, фонтани у Дубай, оскільки і острови, є одночасно складними інженерними спорудами і естетичним атрактивним об'єктом міського простору. Істотну роль для атрактивізації міського середовища відіграли фонтани в Івано-Франківську і у Вінниці. Судячи із відгуків, Вінниця стала більш цікавою для туристів, принаймні у своєму регіоні, саме завдяки цьому елементу міського ландшафтного дизайну. Важливо також згадати про водойми техногенного походження і технічного призначення. У разі відповідного облаштування, вони можуть стати основним об'єктом атрактивності, особливо у малих містах, оскільки мають

значні розміри і контрастують із дрібномасштабним міським середовищем. Прикладом такої потенційно атрактивної водойми може служити штучне озеро при ТЕС у Бурштині. При під'їзді до міста по основній транзитній дорозі, на озеро і саму станцію відкривається чудовий вид, який безумовно міг би стати візитною карточкою міста.

Велику групу неживих елементів ландшафтного дизайну створюють малі архітектурні форми. На них покладено важливу функцію наповнення міжбудинкового простору, поєднання неживого, статичного, великомасштабного міського каркасу, котрий складається з будівель та споруд і живих динамічних суб'єктів соціуму. Саме малі архітектурні форми роблять простір міста співмасштабним до людини. Переважно вони виконують допоміжну функцію у підвищенні атрактивності міста. Проте їхнє особливе змістове наповнення або мистецька цінність можуть перемістити їх і на головну позицію. Сучасне мистецтво активно використовує міський простір для своїх інсталяцій. Самі по собі виставкові об'єкти, згідно з визначенням, наведеним на початку публікації, є елементами ландшафтно́ї архітектури. Місто перетворюється на своєрідну виставкову площу. Такий спосіб демонстрації творів мистецтва вигідний і для їх авторів, оскільки значно розширює аудиторію, котра має змогу побачити роботи. Окрім цього, регулярне проведення таких заходів може стати одною з головних атракцій міста.

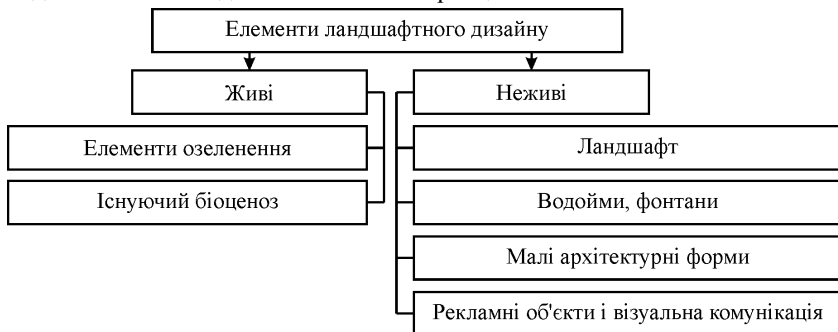


Рис. 2. Поділ елементів ландшафтного дизайну

Значну роль у процесі підвищення атрактивності міста відіграють просторові об'єкти реклами і популяризації архітектурного простору та візуальна комунікація. До елементів ландшафтного дизайну цієї групи входять: а) називні – переважно дороговкази, спеціалізовані дорожні знаки; б) інформативні – інформація про конкретні архітектурні об'єкти (рік побудови, автор, призначення і т.д.); в) наочні. Останні, зокрема, включають в себе такі важливі елементи ландшафтного дизайну як пам'ятники і скульптурні композиції, макети, графічні зображення.

Загалом, як живі, так і неживі елементи ландшафтного дизайну, окрім декоративної функції можуть мати і певне змістове наповнення, яке часто робить їх основними об'єктами атрактивності міста (рис. 3). Змістове наповнення можна поділити на кілька напрямків. Перший – науково-пізнавальний. Сюди входять, наприклад, ботанічні сади. Другий – історичний. Це елементи лан-

дшафтного дизайну, котрі слугують для увіковічення певної історичної постаті або події. Прикладом такого дизайну можемо назвати Шевченкову Могили в Каневі. Третій – ідейно-філософський. Маємо на увазі використання ландшафтного дизайну як інструмента ідейного вираження митця, сучасну тенденцію створення різноманітних парків з мистецькими інсталяціями. Яскравим прикладом ідейно-філософської функції ландшафтного дизайну є японський сад. Четвертий – символічний. Елементи ландшафтного дизайну часто стають символом населеного пункту. Наприклад, каштан для Києва, тюльпани для Нідерландів. П'ятий – екологічно-виховний. Зелені насадження створюють умови для існування певної екологічної системи серед міської забудови, що сприяє екологічному вихованню міських мешканців, зокрема молоді.

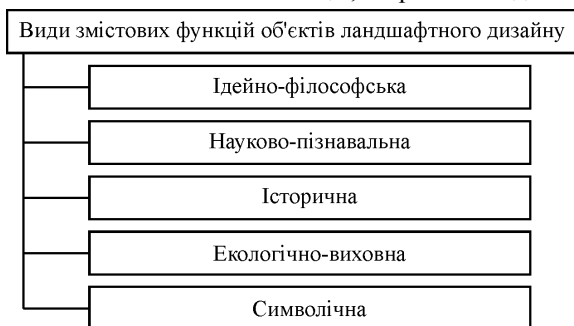


Рис. 3. Функції елементів ландшафтного дизайну

Елементи ландшафтного дизайну є невід'ємною частиною міського простору і мають вирішальний вплив на його атрактивність як допоміжні або основні об'єкти притягнення до міста відвідувачів. Крім естетики, вони несуть важливе змістове наповнення, котре оживляє архітектурний простір і допомагає орієнтуватися в ньому. За допомогою елементів ландшафтного дизайну можна відносно невеликими фінансовими затратами підвищити атрактивність міста. Тому їх застосування є дуже привабливим для міст, зі скромним бюджетом, зокрема для малих міст. Через невеликий розмір їх міської території кожен елемент, відіграє важливу роль у композиції середовища. Ті елементи, котрі, можливо загубилися б у великому мегаполісі, стають одними з основних у малогабаритному міському просторі. Елементи ландшафтного дизайну можуть бути першим кроком у процесі підвищення атрактивності малого міста і істотним доповненням до атрактивних архітектурних і містобудівельних заходів.

Для українських земель питання озеленення міського простору в рамках процесу підвищення архітектурної атрактивності має надзвичайно важливе значення. Особливістю містобудівельної організації українських населених пунктів є їх багате озеленення, яке активно взаємодіє з природою і рельєфом. "В Україні традиційно склався унікальний за характером підхід до формування довкілля, орієнтований на єднання з природою" [5, с. 316]. Багате озеленення міського простору, поряд із використанням українських містобудівельних традицій, могло б стати одним з українських архітектурних

"брендів" на зразок німецького фахверку, адже такого підходу не зустрічаємо більше ніде у Європі.

Література

1. Крижанівська Н.Я. Основи ландшафтного дизайну : підручник / Н.Я. Крижанівська. – К. : Вид-во "Ліра-К", 2009. – 217 с.
2. The New Encyclopaedia Britannica Volume 7 micropaedia 15 edition The university of Chicago, Chicago 1993 г. – 1044 p.
3. Латинсько-український словотвірний словник / уклад. Г.В. Петрова. – Тернопіль : Вид-во "Навчальна книга – Богдан", 2010. – 880 с.
4. Мески Жан. Замки / Жан Мески. – М. : Изд-во "Астрель-АСТ", 2003. – 160 с.
5. Дида І.А. Екологічні основи традиційної української архітектури : монографія / І.А. Дида. – Львів : Вид-во НУ "Львівська політехніка", 2009. – 332 с.

Дыда А.А. Элементы ландшафтного дизайна как фактор, влияющий на аттрактивность города

Рассмотрено влияние элементов ландшафтного дизайна на формирование аттрактивности городской среды. Подчеркнуто, что их присутствие является необходимым условием для создания аттрактивной городской среды, и все их виды могут стать основными объектами аттрактивности для посетителей города.

Ключевые слова: ландшафтный дизайн, городское пространство, архитектурная аттрактивность.

Dyda O.A. The landscape design elements as an influence factor on the city attractive

The paper deals with influence of the landscape design elements for creation of the city environment attractive. These elements are necessary condition for creation of the attractive city environment and all kinds of them are able to be the main attractive object for visitors of the city.

Keywords: landscape design, city environment, architectural attractive.

УДК 911.53

*Асист. Г.Г. Козак, магістр; проф. І.І. Козак, д-р біол. наук;
асист. А.М. Степень, магістр-інж. –
Львівський католицький університет ім. Івана Павла II*

ПРИКЛАД ТРИВИМІРНОЇ РЕКОНСТРУКЦІЇ УКРАЇНСЬКИХ ЦЕРКОВ І НАВКОЛИШНЬОГО ЛАНДШАФТУ НА ПОЛЬСЬКО-УКРАЇНСЬКОМУ ПРИКОРДОННІ

Представлено різні способи тривимірної реконструкції архітектурного ландшафту на прикладі неіснуючої церкви у селі Беньова та існуючої у селі Потелич. Показано особливості церков як об'єкта тривимірної реконструкції у поєднанні з елементами навколишнього ландшафту. Описані елементи 3D візуалізації послужили для створення короткого фільму.

Ключові слова: дерев'яна церква, тривимірна реконструкція, культурний ландшафт.

Відтворення архітектури історичного ландшафту вважається цінним на цей час. Потреба виконання таких завдань існує на території українсько-польського прикордоння, де знаходиться багато пам'яток української культури: церкви, дзвіниці, каплиці, кладовища, намогильні пам'ятники, придорожні хрести. Усі вони потребують належної підтримки [2, 3, 5].

ОЦІНЮВАННЯ ПРИВАБЛИВОСТІ ТА СПРИЯТЛИВОСТІ ЛАНДШАФТІВ ЗАПОРІЗЬКОЇ ОБЛАСТІ ДЛЯ РОЗВИТКУ РЕКРЕАЦІЇ

Викладені нові способи оцінювання привабливості та сприятливості ландшафтів Запорізької області для розвитку рекреаційної діяльності, що ґрунтуються на внутрішньому ландшафтному різноманітті.

Ключові слова: рекреаційна діяльність, атрактивність, природно-ресурсний потенціал

Изложены новые способы оценивания привлекательности и благоприятности ландшафтов Запорожской области для развития рекреационной деятельности, основанные на внутреннем ландшафтном разнообразии.

Ключевые слова: рекреационная деятельность, атрактивность, природно-ресурсный потенциал.

Describe new ways of estimating the attractiveness and ease of landscapes Zaporizhia region for development of recreational activities based on the domestic landscape diversity.

Key words: recreational activities, attractiveness, natural-resource potential.

Постановка проблеми. Останнім часом стала актуальною проблема оцінювання привабливості територій для розвитку рекреаційної діяльності та туризму. Рациональне використання природно-ресурсного потенціалу вимагає підвищення ефективності використання природно-ресурсного потенціалу. Розвиток рекреації і туризму в Запорізькій області вимагає визначення перспективності територій для освоєння в галузі рекреації і туризму. Необхідні дослідження з визначення перспективності території області для розвитку рекреації і туризму.

Виділення невивчених сторін проблеми. Для території Запорізької області досліджень з визначення привабливості території не проводилось. Досліджувався головним чином природно-ресурсний потенціал та економіка. Таким чином, виникає потреба у визначенні привабливості території для потенційних туристів та рекреантів.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. В сучасній науці розроблено вже багато підходів до оцінювання атрактивності – привабливості ландшафтів. Так Ніколаєв В.А. акцентує увагу на таких способах оцінювання атрактивності ландшафтів як експертна оцінка, анкетування та структурно-інформаційний аналіз. Головною специфікою експертної оцінки є висока художня кваліфікація експертів та багатий досвід у спостереженні ландшафтів. Анкетування використовує для оцінювання звичайних рекреантів та місцевих жителів. Структурно-інформаційний аналіз ґрунтується на більш глибокому розумінні та осягненні ландшафту, яке відбувається не лише на рівні естетичних переваг, але й з аналізом структури та взаємозв'язків компонентів ландшафту [6].

Стосовно оцінки естетичності ландшафтів Гродзинський М.Д. виділяє такі методи як експертні методи, психофізичні методи, когнітивні методи і пізнавальні методи [2, 3]. Психофізичні методи полягають у визначенні психофізичних, вимірюваних характеристик ландшафту, що зумовлюють його сприйняття людиною та формування її ставлення до цього ландшафту. Когнітивні методи базуються на вивченні психічних процесів, що утворюють сприйняття людиною ландшафту та формування ландшафтних смаків та вподобань. Пізнавальні методи зводяться до звичайного опису ландшафту, виявленні переживань від нього і духовному його осягненні разом з етнічними традиціями.

В рекреаційній географії найбільш уживаними є три типи оцінювання природних ресурсів: медико-біологічний, психолого-естетичний, технологічний [5]. Медико-біологічний тип оцінювання відображає ступінь впливу природних чинників на організм людини, що визначає комфортність перебування людини-рекреанта в середовищі, яке оцінюється. Психолого-естетична оцінка найближче знаходиться до поняття атрактивності та відображає можливості ландшафту задовольнити естетичні потреби людини. При цьому типі оцінюють емоціональний вплив вигляду ландшафту та його компонентів на людину. Технологічний тип оцінювання ландшафту відображає можливості взаємодії з природним середовищем за допомогою техніки в рекреаційній діяльності. В даному випадку мається на увазі можливість побудови шляхів сполучення, комунікаційних мереж та споруд для забезпечення максимального комфорту рекреантів [5].

Гродзинська О.Ю. В своєму дослідженні використовувала методи опитування за фотографічними зображеннями та анкетування респондентів для аналізу сприйняття людиною та спільнотами ландшафтів та географічних регіонів. Для оцінювання ландшафту використовувались базові перцепційні риси ландшафту, а саме: складність (кількість інформації, що містить в собі ландшафт); загадковість (кількість інформації про ландшафт, яку людина може отримати лише шляхом його пізнання); просторовість (наявність в ландшафті відкритих просторів та панорам); узгодженість (наскільки ландшафт може бути подумки представлений людиною в своїй уяві там, де вона його не може сприйняти фізично, його передбачуваність); ідентифікованість (ступінь того, наскільки ландшафт знайомий людині) [1]. В дослідженні використано групування ландшафтів у ментальні архетипи: „густий ліс”, „ліс зі стежками”, „лісова галявина”, „пейзажний парк”, „окультурений парк”, „паркові алеї”, „загадкові закоулки”, „екзотичний парк”, „польовий ландшафт”, „різноманітний степ”, „міські алеї”, „непривабливий міський ландшафт”, „старий (історичний) міський ландшафт”, „широкі вулиці”, „промисловий ландшафт”, „агроіндустріальний ландшафт” [1]. Такий підхід до класифікації досить новий та носить назву вернакулярного районування.

Модель оцінки рекреаційно-туристичної атрактивності території запропонована Івануником В.О. ґрунтується на оцінці комплексу природних, історико-культурних та соціально-економічних компонентів ресурсів рекреації та туризму. Модель включає в себе також природну рекреаційну місткість, місткість ресторанно-готельної інфраструктури рекреаційного комплексу та значення площ рекреаційних територій [4].

Різноманітні підходи до оцінювання атрактивності вказують на те що дослідження привабливості ландшафтів дуже затребувані в наш час. Описуючи ландшафт для цілей рекреації та туризму дослідник має описати не тільки його географічне розташування, морфологію та природні компоненти, а весь комплекс атрактивних чинників – як природних так і антропогенних.

Мета дослідження визначити нові способи оцінювання привабливості та сприятливості ландшафтів Запорізької області для розвитку рекреаційної діяльності.

Основний виклад матеріалу. Для проведення оцінювання привабливості і сприятливості територій для рекреаційної діяльності потрібно визначити ознаки, що можливо кількісно оцінити. Таким чином було виокремлено такі напрямки оцінювання:

- визначення загальної атрактивності території;
- транспортна доступність;
- внутрішній ландшафтний ресурс

Загальна атрактивність території визначалась як сума наявних та відсутніх ознак території, які зазвичай виступають як атрактивні елементи і одночасно ресурси для рекреаційно-туристичної діяльності. Для визначення загальної атрактивності обиралась контрольна точка – центр адміністративного району області. Для точки вираховувалась сума певних ознак, з яких визначався потенціал точки і відповідно місцевості, яку вона представляє. Серед атрактивних елементів були обрані наступні:

- наявність постійних водотоків і водойм;
- наявність елементів річкових долин;
- наявність яружно-балкової мережі;
- наявність відслонень корінних порід;
- наявність унікальних природних об'єктів;
- наявність особливої фауни та флори;
- наявність цікавих для відвідування техногенних об'єктів;
- наявність розвитку природних процесів, доступних для спостереження у реальному часі;
- наявність природних ресурсів, що можуть використовуватись для лікування та оздоровлення.

За отриманими потенціалами точок була побудована картосхема в середовищі Surfer 6. На картосхемі рис. 1 показано розподіл ступеня атрактивності ландшафтів Запорізької області як інтегрованого показника, який враховує різноманіття ландшафтів. Найбільш атрактивними є місцевості біля міст Запоріжжя, Бердянська, Мелітополя, Приазовська

височина та береги Каховського водосховища. Спостерігається явне зростання атрактивності біля берегів Азовського моря. Найбільш атрактивними є наступні адміністративні райони: Бердянський, Запорізький, Мелітопольський, Приазовський, Приморський, Куйбишевський, Якимівський райони, Найменш привабливими виявляються Михайлівський, Веселівський, Великобелозерський райони. Інші райони в області є середніми за рівнем атрактивності. Тут також слід зазначити, що найбільш атрактивні місця є одночасно найбільш заселеними, тяжіють до водних об'єктів.

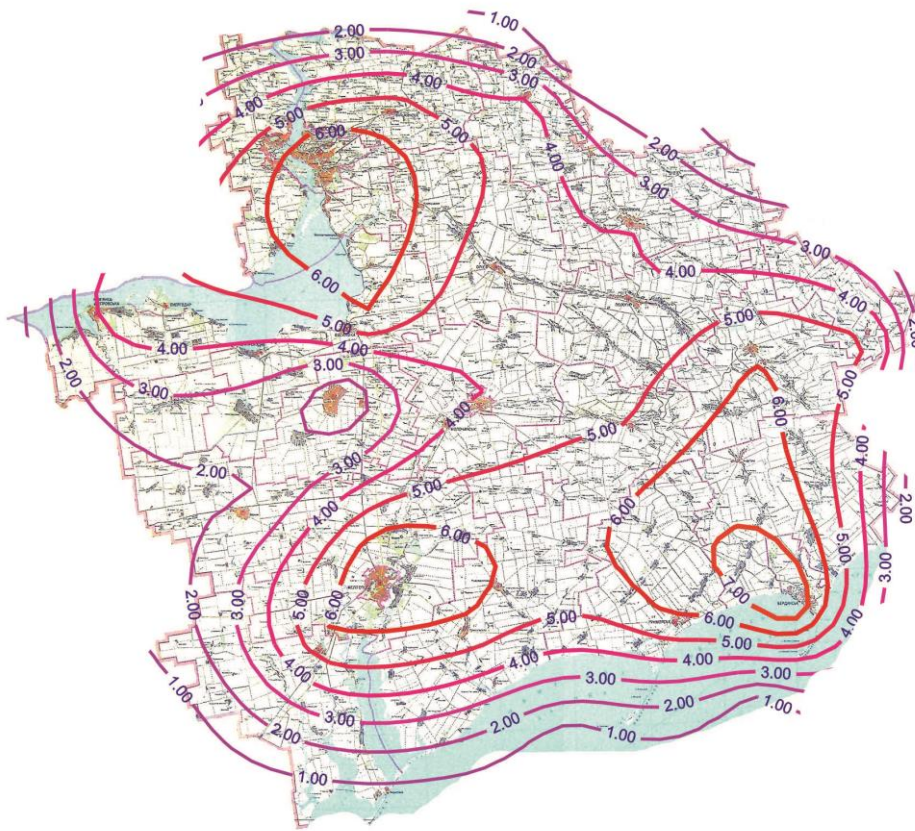


Рис. 1 Атрактивність ландшафтів Запорізької області

Таким чином, можна говорити про поняття атрактивності – умовної величини, що характеризує загальну привабливість території або точки на місцевості чи карті відповідно до наявної сукупності атрактивних чинників в її межах для реалізації рекреаційної діяльності. Наявна сукупність чинників обирається дослідником залежно від специфіки досліджень, завдань дослідження і вибудовується у вигляд шкали, за якою можна визначати потенціал. Потім за результатом оцінювання можливо побудувати карту. Величина потенціалу свідчить про наявний чи перспективний потенціал території, вказує на можливості його освоєння а також орієнтовну популярність в потенційних рекреантів чи туристів.

Дослідження транспортної інфраструктури території виявило регіони з високою та низькою транспортною доступністю. Критерієм до створення

картосхеми стала наявність чи відсутність шляхів сполучення різних типів як то автомобільних та залізничних шляхів, тобто, різноманіття дорожніх ландшафтів Запорізької області. Густота дорожньої мережі при цьому не враховувалась, оскільки в області до кожного населеного пункту прокладені автомобільні шляхи з твердим покриттям. Це можна побачити на топографічній карті масштабу 1:100000. Рекреаційно-ландшафтоформуюче значення дорожніх ландшафтів залежить від наявності різноманітних способів дістатись з однієї частини області в іншу (рис. 2). Розвиток дорожніх ландшафтів і відповідно транспортного сполучення сприяє розвитку рекреаційних ландшафтів, бо надає можливості для приїзду відпочиваючих. Чим вищий розвиток дорожніх ландшафтів, тим більший потенціал для розвитку рекреаційних ландшафтів

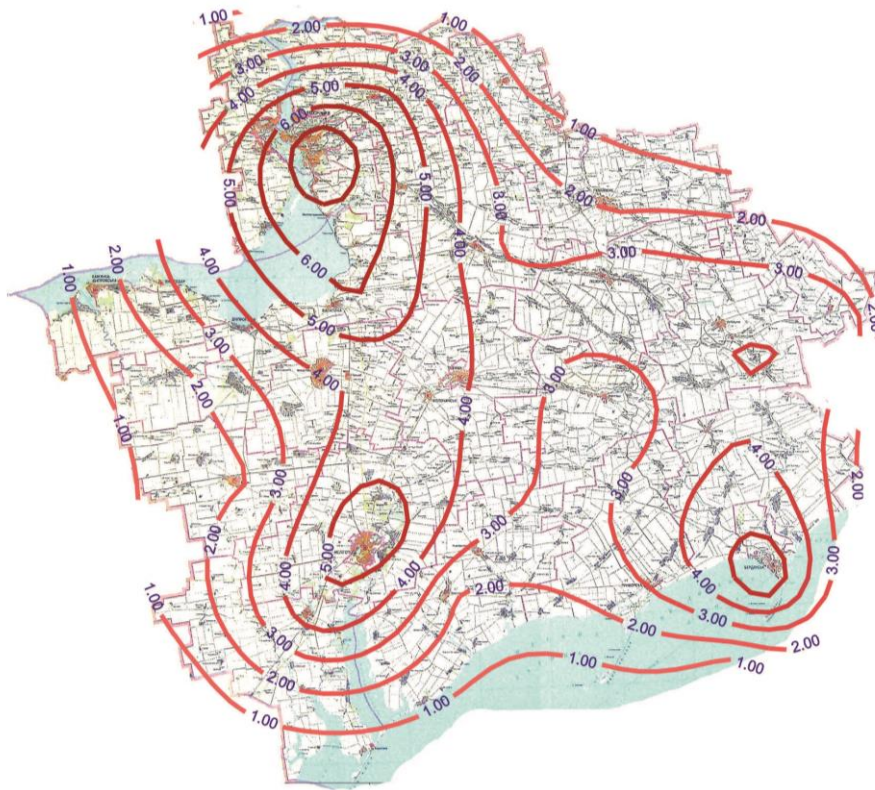


Рис. 2. Рекреаційно-ландшафтоформуюче значення дорожніх ландшафтів на території Запорізької області

Розглядаючи наведену вище картосхему можна побачити, що найбільш розвинені дорожні ландшафти мають три найбільших міста в області – Запоріжжя, Мелітополь, Бердянськ. Це є послідовним наслідком соціально-економічних чинників, оскільки в цих містах сконцентрована найбільша кількість промислових підприємств. Інші регіони області, де переважає сільське господарство, мають порівняно меншу транспортну доступність. Проаналізувавши картосхему можна визначити перспективи

покращення транспортної доступності регіону, який може бути цікавим для відвідування але мати погіршену доступність.

Рекреаційно-ландшафтоформуючий дендроресурс області – це лісові насадження різних типів та призначень. Сюди віднесені як міські парки, так і лісогосподарські площі. Кожне таке насадження в умовах степової зони має високу атрактивність для місцевого населення, оскільки ліси є своєрідним антиподом степу, польового агроландшафту, промислової та селитебної території. Саме в лісонасадження прямує для відпочинку на природі більшість місцевого населення області у вихідні та святкові дні. Найбільш привабливими стають лісонасадження біля водних об'єктів – річок, водосховищ, ставків. Автор неодноразово спостерігав як населення виїжджало в такі місця для відпочинку. Саме тому виникла потреба оцінки потенціалу внутрішнього ландшафтного ресурсу – лісонасаджень. Для створення картосхеми використовувалось умовне розбиття топографічної карти масштабу 1:100000 на прямокутні ділянки, для цього оптимально підходила кілометрова сітка. Після розбиття виявлялись ділянки з лісонасадженнями та з'ясовувався відсоток, який займає лісонасадження по відношенню до загальної площі ділянки (рис. 3). Ділянки без суцільних лісонасаджень не враховувались. Ділянка повністю вкрита лісом набувала максимального значення потенціалу – 10.

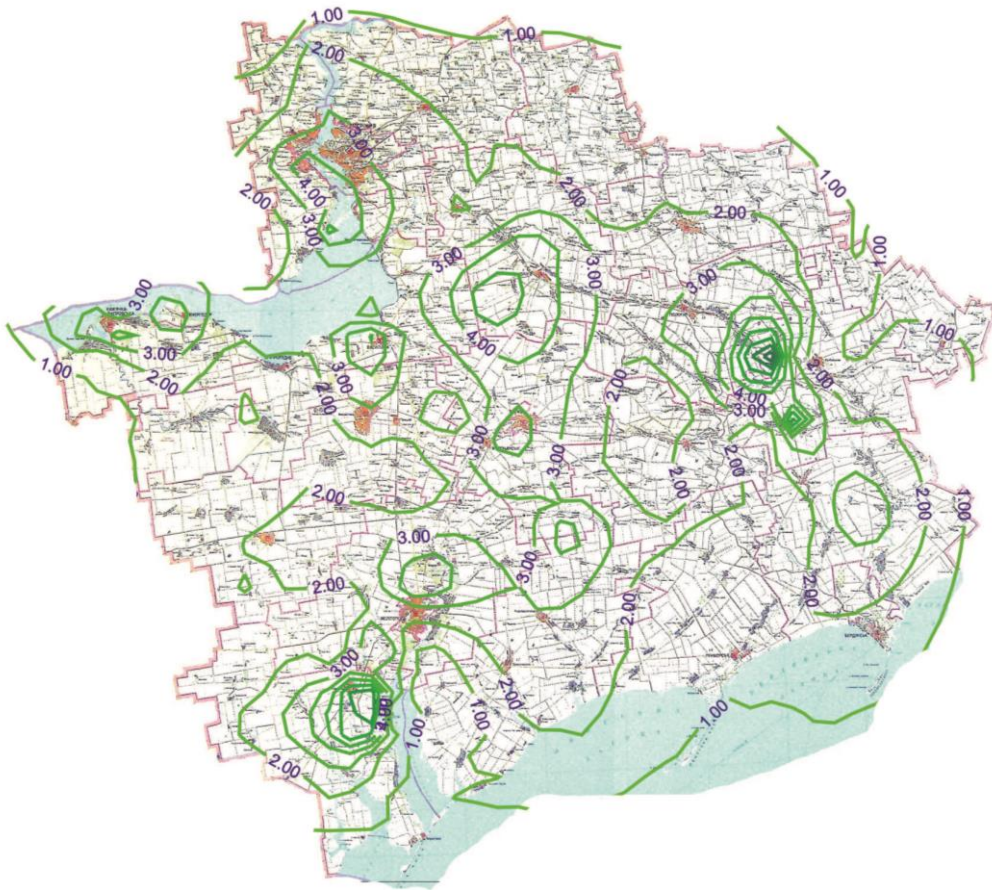


Рис. 3. Рекреаційно-ландшафтоформуючий дендроресурс

Дендроресурс ніяк не пов'язаний з наявністю чи відсутністю населених пунктів або транспортною доступністю. Найбільші лісові насадження в області, як правило, створювались на землях, непридатних для сільського господарства – на пісках, схилах ярів та балок тощо. Поле потенціалу строкате. Тут чітко виділяються масиви Куйбишевського лісу, Більманської лісової дачі, Старобердянського та Радивонівського лісництв, а також зелена зона біля м. Енергодар.

В усіх показаних вище картосхемах поля потенціалів будувались автоматично, навколо обраних точок. Поступове падіння потенціалу з віддаленням від точок максимальних значень може проілюструвати падіння показника з відстанню. Падіння атрактивності є умовним, поле потенціалів при оцінці атрактивності ілюструє перехід від більш цікавих та різноманітних ландшафтних місцевостей до більш одноманітних. Так само падає доступність території при віддалення від точок перетину різних підтипів дорожніх ландшафтів, доступність лісових насаджень для відвідування місцевим населенням і відповідний рекреаційно-ландшафтоформуючий дендроресурс.

Висновки. Таким чином, існує можливість оцінювання рекреаційних ландшафтів досліджуваного регіону трьома способами.

1. Атрактивність ландшафтів Запорізької області визначається як умовний показник морфологічного ландшафтного різноманіття, яке визначає естетичну привабливість території.

2. Рекреаційно-ландшафтоформуюче значення дорожніх ландшафтів на території Запорізької області виявляється у створенні можливостей для транспортного сполучення при розвитку рекреації і туризму.

3. Рекреаційно-ландшафтоформуючий дендроресурс є вирішальним для розвитку приміської рекреації, короткочасного відпочинку в межах лісових насаджень Запорізької області. Території з високою щільністю лісових насаджень стають найбільш сприятливі для короткочасної рекреації а окремих випадках навіть спортивного та фотомисливства.

1. Гродзинська О.Ю. Конструктивно-географічний аналіз сприйняття ландшафтів і регіонів України: автореферат на здобуття наук. ступеня канд. геогр. наук: спец. 11.00.11 „конструктивна географія і раціональне використання природних ресурсів” / О.Ю. Гродзинська – Київ, 2009. – 20 с.

2. Гродзинський М.Д. Естетика ландшафту: Навчальний посібник. / М.Д. Гродзинський, О.В. Савицька – К.: Видавничо-поліграфічний центр „Київський університет“, 2005. – 183 с.

3. Гродзинський М.Д. Пізнання ландшафту: місце і простір: Монографія. У 2-х т. / Гродзинський М.Д. – К.: Видавничо-поліграфічний центр “Київський університет”, 2005.

4. Іванунік В.О. Оцінка рекреаційно-туристичної атрактивності території (на прикладі Чернівецької області): автореферат на здобуття наук. ступеня канд. геогр. наук: спец. 11.00.11 „конструктивна географія і раціональне використання природних ресурсів” / В.О. Іванунік – Чернівці, 2009. – 20 с.

5. Мироненко Н.С. Рекреационная география / Н.С. Мироненко, И.Т. Твердохлебов – М.: Изд-во Моск. ун-та, 1981. 207 с. ил.

6. Николаев В.А. Ландшафтоведение: Эстетика и дизайн: Учеб. Пособие/ В.А. Николаев – М.: Аспект-пресс, 2003. – 176 с.

Т. 2. – 2005. – 503 с.

УДК 711

Дида О.А.,
Національний університет «Львівська політехніка»

АТРАКТИВНІСТЬ ЯК ЕСТЕТИЧНО-ЗМІСТОВА ВЛАСТИВІСТЬ АРХІТЕКТУРИ

Стаття присвячена проблемі термінологічного визначення атрактивності як естетично-змістової властивості архітектури і архітектурного середовища.

Ключові слова: архітектурна атрактивність, змістові функції архітектури, архітектурне середовище.

Постановка проблеми

Протягом століть архітектура виконувала різноманітні функції. У різні історичні періоди для неї були пріоритетними різні властивості і характеристики. Протягом другої половини XX - початку XXI століття відбулися значні зміни у сприйнятті архітектури, у її пріоритетних завданнях. Архітектура набула нових змістових функцій, котрі не були притаманними для неї протягом попередніх століть. Самій проблемі різкої зміни змістових наголосів в архітектурній творчості присвячено досить мало уваги, особливо у вітчизняних дослідженнях.

Аналіз останніх досліджень і публікацій

Частково ця проблема описана у наукових працях, котрі присвячені дослідженню архітектури постмодернізму. Феномену індивідуалізації архітектурних об'єктів і архітектурного простору присвячено праці багатьох закордонних і вітчизняних дослідників. Зокрема зростає увага до вивчення такої невід'ємної риси архітектури як ідентичність, що була введена в українську архітектурну термінологію професором Б.С. Черкесом. Також у закордонних підручниках з містобудування, наприклад у книзі Г. Курде «Міська структура і містоутворення» (нім.), зустрічається термін «genius loci» - «дух місця». Цей термін подібний за значенням до терміну атрактивність, проте, має чітко виражений суб'єктивний характер. «Genius loci» може характеризувати не лише урбанізований простір, - це може бути також природний ландшафт, або місце, непримітне з естетичної точки зору, проте для спостерігача воно може мати конкретне змістове наповнення, відоме лише йому. Тому цей термін має дещо ширше і більш суб'єктивне значення.

Мета статті

Метою статті є привернення уваги до проблеми архітектурної атрактивності а також розкриття значення поняття архітектурної атрактивності у науковій термінології.

Виклад основного матеріалу

З розвитком туризму як важливої світової економічної галузі, до архітектури почали ставитися нові вимоги, пов'язані саме з функцією «притягнення» туристів. Архітектурні об'єкти і архітектурний простір вже давно став важливим елементом туристичного бізнесу, проте архітектура може цікавити туристів і відвідувачів з різних сторін. Починаючи від відповідності її планувальної організації вимогам комфорту, закінчуючи такими властивостями архітектури як престижність і ідентичність. Проте ще одною важливою якісно-естетичною характеристикою для зацікавлення туристів виступає властивість конкретного об'єкту або простору притягувати відвідувачів до себе. Для означення такої властивості архітектури і архітектурного простору пропонуємо використати поняття «**архітектурна атрактивність**» об'єкту або простору.

Слово **атрактивність** походить від латинського слова: «**Attraho** (trahī, tractum, ere), притягати; натягувати; стягувати; супитися; приводити силоміць, притягати; долучати, залучати; вимушувати, схилити, спонукати; привозити, доставляти» [1, с.628]. Це латинське поняття присутнє у видозмінах практично у всіх європейських мовах: французьке «**Attraction** *f* притягання» [2, с.27], англійське – «**At-tract** 1. штовхати в напрямку. 2. Звертати увагу на щось. -**At-tract-ive** мати силу штовхати в напрямку (having the power to attract; pleasing)» [3]. У польській мові – «**Atrakcja** 1. Те, що притягує увагу своєю незвичайністю, цікавить; урізноманітнення, несподіванка; розривка, приємність. 2. Давніше - протягування, сполучення, зв'язок» [4, с. 56]. В українській мові цей латинський корінь присутній у словах: «**Атрактант**, -а, ч. природна або синтетична речовина, що приваблює тварин (особливо комах)» [5,с.27], «**Атракція**, -ї, ж., зах. Принада» [5, с.28], «**Атракціон**, -у, ч. 1. Номер у цирковій або естрадній програмі, що привертає увагу глядачів своєю ефектністю, незвичайністю» [5, с.27]. Тут присутня видозміна латинського слова «**Attraho - Attractio**, onis *f* притягання; стягання, стиснення; уподібнення, асиміляція» [1, с.628], однак очевидно, що значення уподібнення і асиміляції суперечать значенню, яке дане слово набуло згодом у інших мовах.

В українській мові, як бачимо, використовується обидва різновиди слова вихідного **Attraho**: як «атрактант», так і «атракція». Проте тут необхідно зауважити, що «атракція» визначається як «**Принада**, -и, ж. 1. Те, чим принаджують рибу, птаха, звіря і т. ін. //Пожива, перев. отруєна, яку застосовують для боротьби з гризунами, комахами в сільському господарстві. 2.

Хто-небудь або що-небудь, що використовується як засіб для принадажування кудись. // Те, що використовується як засіб відвертання уваги від чогось. 3. Те, що вабить, спокуса. // Привабливі риси зовнішності. 4. Притягальна сила чого-небудь. 5. Краса, привабливість. 6. Позитивна якість, властивість, якою відзначається що-небудь; перевага» [5, с.940]. Тут бачимо, що переважно наголос робиться на позитивних, приємних рисах об'єкту, який притягує. Часто для позначення властивості об'єкту притягувати до себе увагу, пропонують слово «привабливий», але, згідно Великого тлумачного словника сучасної української мови, «**привабливий**, -а, -е 1. Який викликає захоплення, приваблює до себе своїми якостями, властивостями // Який приваблює своєю зовнішністю, гарний, миловидний. // Який приносить задоволення, насолоду; приємний. // Який манить, притягає до себе. 2. Який викликає інтерес, відкриває цікаві можливості; заманливий, захопливий» [5, с.925]. Як бачимо, сутнісний наголос при характеристиці цього слова, так само як і слова «принада», робиться на його позитивному значенні, в той час, як «атраактивність» - характеристика певного явища - може бути застосована також при наявності негативних аспектів, присутність яких буде основним фактором привертання уваги до цього явища. Отже, зміст поняття слова «атраактивний» найбільш точно позначає властивість архітектурних об'єктів привернути до себе увагу. За впровадження терміну «атраактивність», промовляє також той факт, що переважна більшість наукових термінів має грецьке або латинське походження, що робить їх загальнозрозумілими для науковців з різних країн. Підтримуючи таку наукову традицію, а також з огляду на ширше значення слова «атраактивність», в порівнянні до вищезгаданих охарактеризованих слів, є доцільним введення в архітектурну термінологію поняття «архітектурна атраактивність».

Як вже зазначалося, атраактивність, як характеристика архітектури, набула вагомого значення нещодавно. Можна також припустити, що її значення для туристичної галузі буде збільшуватися. Поняття архітектурної атраактивності можемо застосовувати як до окремих об'єктів, так і до архітектурного простору в цілому, навіть якщо він утворюється не атраактивними елементами. В іноземній літературі зустрічається лише поняття економічної атраакційності, коли мова йде про вартість архітектури, а естетичний аспект визначається лише як один з факторів, котрий впливає на ціну площі, тоді як поняттям архітектурної атраактивності характеризуються саме естетично-змістові особливості архітектурного об'єкту або простору.

Важко визначити межу між «атраактивність» і «не атраактивність» архітектури з естетичної точки зору, оскільки в такій оцінці часто дуже вагому роль відіграє, зрештою як і для всіх мистецьких галузей, суб'єктивний фактор.

З впевненістю можна сказати лише те, що обов'язковою умовою, за якої архітектурний об'єкт або простір можна охарактеризувати як атрактивний, є його унікальність, неповторність, оригінальність.

Архітектурна атрактивність набуває вагомого значення саме зараз, оскільки архітектура на початку XXI століття набула нових функцій, перетворившись з засобу на незалежний об'єкт. Зокрема, останнім часом часто з'являються архітектурні об'єкти, котрі зовсім не відповідають умовам, за яких їх можна було б успішно експлуатувати, проте своїм виглядом і часто відверто невдалим планувально-просторовим рішенням стають об'єктом зацікавлення спеціалістів-архітекторів і громадськості. Можна констатувати виникнення такого явища як «архітектура заради мистецтва».

Функцію атрактивності потрібно відмежувати від інших подібних, але не тотожних функцій архітектури. Протягом століть архітектура була засобом для захисту від природних і антропогенних чинників, для демонстрації сили, могутності, багатства власника, як засіб національного, релігійного самовираження і самоідентифікації. Прикладом архітектури, що виконує роль засобу національної ідентифікації, є характерна забудова поселень, заснованих в Україні переселенцями з інших європейських країн. Ознаки релігійної ідентифікації можемо побачити у відмінностях архітектури церков різних конфесій. Часто відбувається так, що зі зміною конфесійної приналежності у споруді з'являються певні зміни окремих елементів (форми купола, розміщення дзвіниці, колір і графіка зовнішніх огорожуючих поверхонь, тощо). До прикладів престижної архітектури можна віднести унікальні висотні будинки, збудованих у різний час по цілому світу. У всіх вищезгаданих випадках архітектура служила доповненням, декорацією для тих чи інших дій і цілей. Протягом минулих століть важко було знайти людину, яка б прибула у якесь місце лише заради того, щоб помилуватися архітектурним шедевром. Ситуація змінилася на зламі XX-XXI століть. Тепер саме оригінальне, естетичне вирішення архітектурних об'єктів часто стає основною метою, заради якої люди приїжджають у місто, а не те, хто є власником об'єкту і які функції виконує споруда. Прикладом орієнтації саме на архітектурну атрактивність є міста Об'єднаних Арабських Еміратів, котрі вже зараз створили своєрідний музей сучасної архітектури під відкритим небом.

Архітектурна атрактивність об'єкту може бути спричинена дуже багатьма факторами. При цьому часом саме прорахунки архітектора роблять будівлю відомою. Навряд чи хтось виділяв би Пізанську вежу серед інших пам'яток архітектури, якби вона не просіла і не набула свого характерного ухилу. Саме це зробило її атрактивною і відомою в цілому світі. З цього робимо висновок, що атрактивність архітектури часто не є наслідком первинного задуму

архітектора, особливо це стосується історичної архітектури. Сучасні шедеври архітектури дуже різноманітні. Сучасна архітектурна думка не ставить жодних обмежень щодо вигляду і стилю, в якому повинна бути виконана споруда. Через це можемо стверджувати, що каноном «доброго тону» у вирішенні сучасного архітектурного простору стала саме оригінальність і неповторність його естетичного вирішення, а отже атрактивність.

Естетична атрактивність архітектурного об'єкту переважно поєднується і з виконанням інших важливих функцій, таких як престиж, філософське самовираження автора, економічна атракційність і т. д., проте вона може виступати як самостійна і єдина характеристика об'єкту або простору і її може бути цілком достатньо для того, щоб простір або споруда притягувала відвідувачів і туристів.

Окрім естетичної характеристики, атрактивність має також і змістову складову. У цьому аспекті поняття архітектурної атрактивності має дуже багато спільного з поняттям ідентичності простору. Проте якщо ми говоримо про ідентичність, то розуміємо якісь певні ознаки, притаманні архітектурним об'єктам і просторам у різних умовах. Якщо ми говоримо про архітектурну атрактивність як змістову характеристику архітектурного об'єкту або простору, то маємо на увазі те, що архітектурний простір або споруда повинна своїм естетичним вирішенням нести інформацію про певну конкретну подію, людину, характерну особливість (природну, культурну, економічну) яка має безпосереднє відношення до місця, де знаходиться споруда, як наприклад у випадку церкви і скульптурного меморіалу на місці битви під Берестечком. Справа в тому, що певна стилістична тематика будівлі в одних умовах може бути зовсім безпідставною в інших. Так само потрібно звертати особливу увагу на те, що при сучасних умовах, враховуючи вимогу естетично-змістової атрактивності будівель, потрібно дуже обережно ставитися до «переспівів» з всесвітньовідомих споруд, оскільки атрактивність таких проектів вимагає високого естетичного і технічного рівня виконання. У світовій практиці, мабуть, найбільш вдалим використанням мотивів вже існуючих об'єктів можемо назвати архітектурно-містобудівельну композицію міста Лас-Вегас. Саме численні копії всесвітньовідомих споруд, зведені у цьому місті, зробили його архітектуру атрактивною і відомою у всьому світі.

Процеси у сучасній архітектурі, як і в світі в цілому, розвиваються надзвичайно швидко. Українській архітектурній практиці, яка лише 20 років тому отримала можливість свободи вибору естетичного вирішення будівель і формованого ними простору, досить важко адаптуватися до світових запитів щодо архітектурного образу. Спостерігаючи за сучасною українською архітектурою часто можна помітити можливо, і несвідоме, бажання копіювати

закордонну архітектуру, використовувати її певні елементи, наслідувати вже збудовані всесвітньо відомі будівлі. Це переважно пояснюють бажанням наблизити українську архітектуру до світової. Проте люди, які у наш час, мабуть, найактивніше за всю історію людства, подорожують, постійно прагнуть бачити і пізнавати щось нове, а не спостерігати одні і ті самі мотиви. Тому якою б сучасною, створеною за останніми віяннями світової архітектурної моди, будівля не була, якщо вона подібна на вже існуючі об'єкти, то виявляється позбавленою найважливішої для сучасної архітектури риси – атрактивності, і не відповідає основному принципу сучасної архітектурної моди і автоматично стане провінційною. «Але в той же час інколи гонитва за «новим» призводить до появи в історичній забудові «модної» ерзац-архітектури – вчорашніх днів сучасного західного істеблішменту, що надає привід звинувачувати наші новітні архітектурні пошуки у провінційності та хуторянстві. При цьому хотілося б зауважити, що тільки ті архітектурні твори, які є високими творчими досягненнями національної культури, стають надбанням прогресивного світового архітектурного процесу» [6, с.185]. Звичайно, не використовувати жодних вже відомих мотивів неможливо, проте, застосовуючи їх, необхідно завжди мати на меті створення об'єкту, який би був атрактивним, таким, що запам'ятовується.

Особливо гостро стоїть проблема атрактивності для малих міст України, оскільки творчий і економічний потенціал забудовників не перебуває на високому рівні. Часто можемо спостерігати захоплення архітектурними мотивами, які копіюють національні особливості архітектури інших країн. Простота такого рішення очевидна, оскільки використовується вже перевірений дизайн. Проте людям, туристам, які щораз частіше приїжджають до нашої країни, потрібно було б показати замість, скажімо, вже знайомого їм фахверку, щось, що характеризувало б особливості саме нашої країни, регіону, окремого міста. Хотілося б також наголосити, що українській архітектурі традиційно притаманна самотність, яка неодноразово проявлялася на різних історичних етапах (українське бароко, український архітектурний модерн). Тому потрібно перш за все усвідомити потребу у атрактивній архітектурі і послідовно відроджувати самотність української архітектури у сучасних умовах.

Висновки

Отже зміна наголосів в сучасній архітектурі вимагає введення додаткових термінів для позначення нових функцій, які вона виконує. Для означення властивості архітектурних об'єктів бути потенційним джерелом естетично-змістового зацікавлення, запропоновано впровадити в архітектурну термінологію поняття архітектурної атрактивності.

Література

1. Петрова Г.В. Латинсько-український словотвірний словник / Г.В. Петрова ; Тернопіль. Навчальна книга – Богдан. – Т., 2010. – 880с.
2. Выгодская К.С. Краткий французско-русский и русско-французский словарь / К.С.Выгодская, О.Л. Долгополова ; Москва. Государственное издательство иностранных и национальных словарей. – М., 1962. – 556с.
3. Хорнби А.С. Толковый словарь современного английского языка для продвинутого этапа специальное издание для СССР том1 А-L Москва издательство «русский язык» М 1982
4. Tokarski Jan. Słownik wyrazów obcych / Jan Tokarski ; Warszawa. Państwowe wydawnictwo naukowe. – W., 1971. – 828s.
5. Бусел Т. Великий тлумачний словник сучасної української мови / Т. Бусел ; Київ, Ірпінь. ВТФ «Перун». – К., І., - 2003. – 1440 с.
6. Соченко В.І. Українська архітектура: традиції, новації, сучасність / В.І. Соченко // Сучасні проблеми архітектури та містобудування : [науково-технічний збірник] випуск 8 (спеціальний) // Архітектурна школа КІБІ-КНУБА 2000р. – 316с., С. 174-186

Аннотация

Статья посвящена проблеме терминологического определения атрактивности как эстетически-смыслового качества архикектуры и архитектурной среды.

Summary

The paper deals with the problem of terminological define of attractivity as an aesthetical-contentical property of the architecture and the architectural environment.

РЕКРЕАЦІЙНА АТРАКТИВНІСТЬ ПЛЯЖІВ МЕЖАХ ХЕРСОНСЬКОЇ ОБЛАСТІ В МЕЖАХ ЧОРНОГО ТА АЗОВСЬКОГО МОРІВ

У даній статті проаналізовано сучасний стан привабливості території пляжів херсонської області та проведено оцінку для визначення ролі рекреаційної складової у розвитку економіки регіону.

В організації відпочинку особлива роль належить водним об'єктам. Можливість займатися різноманітними видами спорту, мікрокліматичний комфорт, естетична дія берегових мальовничих ландшафтів – усе це, діючи в комплексі, сприяє тому, що водойми цілком можна вважати природними оздоровницями. Ось чому більша частина рекреаційних закладів і майже всі заклади короткочасного відпочинку населення розміщуються або безпосередньо на берегах водойм, або поблизу них.

Для правильної оцінки ситуацій, що виникли в районах масового рекреаційного водокористування, розробки й обґрунтування рішень з його оптимізації дуже важливо врахувати, що водні рекреації – поняття неоднозначне. Воно включає в себе різні види відпочинку і спорту, які суттєво відрізняються сезонами максимального розвитку, вимогами до природних і антропогенних факторів, дією на навколишнє середовище. Про це наочно свідчить різноманітність масових видів водного відпочинку. Неоднозначність в системі водного відпочинку вимагає більш диференційованого підходу до вирішення питань рекреаційного водокористування з врахуванням природно-кліматичних особливостей кожного об'єкта та сприятливості погодних умов для того чи іншого виду відпочинку.

Оцінка природних ресурсів та навколишнього середовища має вирішальне значення для сталого розвитку територій. Водночас, вона являє собою один з найважливіших напрямів наукових досліджень. Регіони, де використання природних ресурсів є одним із пріоритетних для економічного розвитку, мають особливе значення. Одним з таких регіонів виступає Херсонська область. Територія області омивається водами двох морів та має значну за довжиною берегову смугу, за таких умов берегова зона області є одним з найважливіших об'єктів навколишнього середовища та базою для розвитку інфраструктурних елементів рекреаційного характеру.

Розвиток інфраструктури, що полегшує використання природного рекреаційного потенціалу, являє собою важливу економічну мету регіону. У цьому контексті рекреаційний потенціал варто розглядати як сукупність природних, культурно-історичних та соціально-економічних умов, що, безперечно, є важливим для організації рекреаційної діяльності в даній області. Рекреаційний потенціал Херсонської області, а також будь-які інші типи природних ресурсів, мають бути районовані, кількісно визначені інтегральні ресурси, задля надання рекомендацій з їх найбільш ефективного використання.

Найбільш важливими компонентами рекреаційного потенціалу є рекреаційні ресурси, тобто компоненти навколишнього середовища і об'єктів людської діяльності, які можуть бути використані для різних видів і форм рекреаційної діяльності : відпочинку, туризму, оздоровлення і т. д., через таких якостей, як унікальність, історична або художню цінність, оригінальність, естетична привабливість, оздоровчого значення. Цей рекреаційний потенціал включає в себе такі елементи:

- лікувальні ресурси (клімат, грязі, гідротермальні джерела);
- оздоровчі ресурси активного відпочинку (річки та водойми, пляжі, лісові райони);
- туристсько-екскурсійні ресурси (природні, культурно-історичні та архітектурні пам'ятки);
- туристично-рекреаційна інфраструктура.

Підвищення атрактивності території зумовить збільшення потоку рекреантів, що стане одним з основних шляхів поповнення місцевого бюджету та розвитку економіки регіону. Для цього необхідно визначити правильний вектор руху для вдалого використання рекреаційного потенціалу території, що само собою вимагає проведення комплексної оцінки прибережної зони, кадастрової оцінки.

Для проведення даних досліджень слід проаналізувати сучасний стан і визначити базову оцінку атрактивності та придатність для рекреаційного використання територій узбережжя Чорного та Азовського морів в межах Херсонської області. Провести класифікацію морських пляжів Херсонської області за основними показниками придатності для рекреаційного використання. Отже, методика визначення потенційної атрактивності територій рекреаційних зон досліджуваного регіону за інфраструктурними показниками в рекреаційному відношенні, що була розроблена та апробована в дослідженні пляжів херсонської області, полягає у визначенні таких показників як наявність (та якість) транспортного сполучення, рівень розвиненості інфраструктури (розважальні центри, торгові центри, забезпеченість медичними закладами, наявність оздоровчих центрів).

Оцінка територій берегової зони у межах ділянок:

Берегова зона Чорного моря (в межах Херсонської області)

Ділянка 4 – Ділянка берегової зони в межах смт. Залізний Порт (3,6 км);

Ділянка 5 – Ділянка берегової зони між смт. Залізний Порт та смт. Більшовик (4 км);

Ділянка 6 – Ділянка берегової зони в межах смт. Більшовик (2 км);

Ділянка 8 – Ділянка берегової зони в межах смт. Лазурне (2,4 км);

Ділянка 17 – Ділянка берегової зони в межах міста Скадовськ (6,5 км);

Берегова зона Азовського моря (в межах Херсонської області)

Ділянка 29 – Ділянка берегової зони коси Арабатська стрілка (41 км);

Оцінювання проводиться за 5-бальною шкалою від низького до високого рівнів.

Таблиця 4.1

Оцінка потенційної атрактивності територій рекреаційних зон досліджуваного регіону за інфраструктурними показниками.

Ділянка	Показники						Сума балів
Берегової лінії	1.Транспортні сполучення	2.Забезпеченість сполучення громадським транспортом	3.Розважальні центри	4.Торгові центри	5.Медичні заклади	6.Лікувальні установи (курорти, санаторії (бальнеологічні, грязелікувальні, термальні тощо)	
4	2	2	3	3	3	1	14
5	1	0	1	0	1	1	4
26	2	1	2	3	2	1	11
8	2	2	2	3	3	1	13
17	3	4	5	5	5	5	27
29*	3*	4*	3	3	5*	5	23

* оцінка даних показників за м. Генічеськ

Таким чином, з таблиці ми бачимо, що серед шести діючих курортних центрів різних за значенням, які були обрані для розрахунку атрактивності у рекреаційному відношенні впевнено займає позицію лідера ділянка 17 (Ділянка берегової зони в межах міста Скадовськ). І це цілком закономірно, адже у 2011 році указом Президента України Януковича В.Ф. місто Скадовськ було проголошено курортом Міжнародного значення. Окрім цього, місто Скадовськ та його узбережжя є важливим дитячим оздоровчим центром України.

За ступенем придатності для рекреації територію узбережжя Чорного та Азовського морів можна охарактеризувати як відносно придатну. В складі берегової зони Чорного моря можна виділити кілька ділянок, що є придатними, та навіть могли б бути визначені як пляжі вищої категорії за природними показниками, але вони належать до природоохоронних територій і не можуть бути задіяні як об'єкти рекреації. Мають місце ділянки з несприятливими геолого-геоморфологічними характеристиками, що також відносяться до

природоохоронних територій, або просто не придатні для використання як пляжі. Інші території можуть бути задіяні у сфері організації відпочинку як потенційно придатні та придатні для рекреації. Проведено детальну характеристику ділянок узбережжя. Аналогічна ситуація складається і у межах узбережжя Азовського моря в межах Херсонської області. В результаті проведення вибіркової оцінки пляжів, територія яких була оцінена за декількома критеріями оцінки атрактивності зон потенційної рекреації, дозволяють зробити подальший аналіз для проведення кадастрової оцінки та визначити подальші напрями в сфері використання рекреаційного потенціалу області.

НАПРЯМИ ЕФЕКТИВНОГО ЗАЛУЧЕННЯ ФОРТИФІКАЦІЙНИХ СПОРУД ЗАКАРПАТСЬКОЇ ОБЛАСТІ ЯК ТУРИСТИЧНИХ ОБ'ЄКТІВ

Симочко Г.В.

Мукачівський державний університет

В статті проаналізовано стан розвитку фортифікаційних споруд Закарпатської області та їх роль і значення для туризму. Окреслено основні напрями ефективного залучення цих споруд як туристичних об'єктів, визначено проблеми, що гальмують їх активний розвиток, виділено головні фортифікаційні споруди та особливості їх збереження.

Ключові слова: фортифікаційні споруди; туристична діяльність; туристичні об'єкти; атрактивність, напрями використання фортифікаційних споруд; реставрація.

Вступ. Закарпатську область можна сміливо назвати культурно-історичним краєм, що має неабияке значення для розвитку пізнавального туризму. Значний архітектурний спадок, що ввібрав у себе традиції та звичаї понад 70 національностей, є привабливим доповненням до його неповторних гірських пейзажів. Серед численних пам'яток, які залишили нам творці минулих епох, фортифікаційні споруди займають особливе місце. Преса достатньо добре висвітлює історію замків, їхню туристичну привабливість. Журнал "Карпати. Туризм. Відпочинок" присвячує в кожному номері замкам західного регіону України статтю або й кілька. Проводився фестиваль у Мукачеві. Проте самі замки слабо забезпечені друкованою продукцією для туристів: не практикується роздача відвідувачам картосхем історико-архітектурних заповідників, замків. Є продаж сувенірів та картинок, але це зовсім не наукова література. Згідно останніх досліджень Інститут Регіональних Досліджень НАНУ, історико-культурні пам'ятки, що входять і можуть увійти до складу туристичних ресурсів, необхідно розглядати не просто як окремі об'єкти з певною історичною або культурною цінністю, а як поєднання відповідних видів ІКТР (історико-культурні туристичні ресурси), що мають високу атрактивність, можуть відігравати важливу роль у формуванні світогляду народу і в сукупності формувати історико-культурний туристичний потенціал поселення, місцевості, регіону. [4].

Попередній досвід Геопросторвими аспектами розміщення пам'яток старовини, їх виникнення та розвитком цікавились впродовж останніх століть відомі дослідники: археологи Я. Пастернак та В. Антонович, історики А. Чаловський та Б. Януш. Мистецьку цінність замків оцінили Ю. Дуткевич та А. Шрусевич. Дослідженням замкових комплексів в радянський період історії присвячені роботи Ю. Асеева, С. Безсонова, С. Висоцького, Б. Возницького, Г. Логвина, Б. Тимошука, К. Терещука, В. Вуйцика та інших. На даний час актуальними є наукові публікації В. С. Кравціва

[4], де розроблена методика оцінки історико-культурних туристичних ресурсів. Питання збереження туристичних ресурсів досліджували відомі вітчизняні науковці Ю. П. Лебединський, В. І. Гетьман, Б. М. Данилишин, В. С. Міщенко та ін. Але, проаналізувавши літературні джерела, можна сказати, що далеко не всі питання стосовно сучасного стану та залучення фортифікаційних споруд в туризмі України вивчено, існує потреба у глибшому дослідженні багатьох його аспектів на загальнодержавному та регіональному рівнях, визначення основних напрямів ефективного залучення фортифікаційних споруд як туристичних об'єктів

Мета. Основною метою статті є висвітлення основних напрямів ефективного залучення фортифікаційних споруд Закарпатської області як туристичних об'єктів, проблем розвитку замкового туризму, дослідження та оцінка управлінського апарату у Закарпатській області по збереженню туристичних ресурсів та формулювання стратегії використання фортифікаційних споруд в туристичній діяльності області

Постановка завдання. Фортифікаційні споруди виконують освітню функцію у вихованні патріотизму українського народу, окрім того, вони приносять значні бюджетні поповнення в місцеві податкові адміністрації. У нашій державі історико-культурні об'єкти в недостатній мірі розцінюються як туристичні ресурси, більшість визначних пам'яток не включена у туристичні маршрути, що приводить до їх використання в обмежених масштабах. У розвинених країнах Європи вже давно оцінили економічний ефект збільшення попиту на туристичному ринку власної країни, завдяки відвідуваності фортифікаційних споруд та палаців. Використання фортифікаційних споруд в туристичній діяльності при належній рекламі та наведенні порядку і реставрації, може давати значний економічно-туристичний ефект

Виклад основного матеріалу. У друкованих джерелах згадується про існування 13 замків, різних за типами та призначенням. Але це не

достовірна інформація. Можливо, їх було набагато більше. У загальному ж в Закарпатській обл. на державному обліку перебувають 152 пам'ятки старовини [8].

Туристичною "візитівкою" Закарпатської області є славнозвісний замок "Паланок" XIV-XVI ст. Експерти одноставно визнали його наймальовничішим замком Карпатського регіону і другий (після Кам'янця-Подільського) за туристичною атракційністю замком України.

Мукачівський замок ("Паланок") - один із найбільших оборонних комплексів Східної Європи, що повністю зберігся до наших днів. У цій "перлині" середньовічної архітектури поєднані різні стилі оборонного зодчества.

Мукачево - це одне з найдавніших історичних міст України. Заснували його в VII-VIII ст. могутні білі хорвати. У X ст. град увійшов до складу Київської Русі. Після смерті Володимира Великого, з феодальним розпадом Київської Русі Закарпаття загарбав угорський король Іштван [1].

Дерев'яний слов'янський град існував на Замковій горі (висота гори - 68 м) ще до утворення Київської Русі. А перші письмові відомості про кам'яний замок "Паланок" стосуються XI ст., коли король Угорщини Ласло I Святий дав вказівку укріпити дерев'яну Мукачівську фортецю кам'яними стінами від набігів кочівників. Подальша історія замку насичена багатьма історичними подіями та легендарними історичними діями.

У 1241 р. Мукачево сплюндрувала орда хана Батия. У 1281 р. за князя Лева Даниловича Закарпаття на 40 років повернулося до складу Галицької Русі, відтак знову потрапило під угорське панування. У 1321 р. на запрошення короля Карла Роберта італійські будівничі здійснили повну реконструкцію фортеці давньоруського типу, надавши їй архітектурі рис класичного середньовічного західноєвропейського замку. У той час Мукачівський замок складався лише з одної квадратної башти. Ф. Корятович обніс башту фортечним ровом і стінами у вигляді квадрату з чотирма круглими баштами по кутах. Під старою баштою наказав викопати криницю. Перевіз у фортецю з Кам'янця-Подільського 60 діжок гарматного пороху і 164 гармати, укріпив підступи до замку глибоким ровом та валом з дубовим частоколом - паланком. Від цього походить народна назва Мукачівської твердині - замок "Паланок", яка збереглася до наших днів. Але, оскільки в українського князя не було живих синів-нащадків, після його смерті багате місто стало джерелом чвар між сусідніми володарями. У наші дні Мукачівський замок - це один з найбільших історичних музеїв України. Тут експонуються

знаряддя кам'яного віку, мідно-бронзової доби, зброя та ужиткові речі від кельтських часів до пізнього середньовіччя тощо. Етнографічний відділ музею розповідає про культуру, побут й мистецтво мешканців Закарпаття. У картинній галереї музею поряд із полотнами видатних українських, угорських та польських художників представлена унікальна колекція закарпатських ікон XVI-XIX ст. У середньовічних дворищах та аркових галереях замку розміщено виставку сучасної скульптури [5].

До послуг туристів у замку відкритий художній салон-магазин, в якому можна придбати картину чи вироби декоративно-прикладного мистецтва. На бастіонах замку можна перепочити за горнятком кави, милуючись краєвидами долини Тиси та смарагдовими вершинами Вулканічних Карпат. Розробляється інвестиційний проект, що передбачає відведення частини замку під елітний готель і ресторан у середньовічному стилі, а також організацію розважальних лицарських шоу, в яких могли б приймати участь туристи.

Ужгородський замок XIII-XVIII ст. - це найстаріша з усіх фортець Закарпатської області, одна з найдавніших пам'яток фортифікаційної архітектури на Україні. Дерев'яне укріплення білих хорватів існувало на Замковій горі з раннього середньовіччя (з VII ст.) і руйнувалося аварськими та угорськими кочівниками. У 1691 р. Ужгородський замок перейшов у власність угорського феодала Міклоша Берчені, був ним значно розбудований і набув сучасного вигляду. Після придушення імператорською армією визвольної війни угорського народу 1703-1711 рр. розгромлений замок було перетворено у церковну гімназію [3].

Ужгородський замок має форму неправильного чотирикутника з масивними баштами по кутах. На древність споруди вказують монолітна кладка стін, різьблені у камені карнизи, колони романського і готичного стилів. З трьох боків замок оточений сухим ровом, вирубаним у скелях, а з північно-східного - урвищем. До XVIII ст. у замок можна було потрапити лише через підвісний міст. Вціліли отвори для ланцюгів, за допомогою яких міст підіймався. Дати, вибиті над в'їзними брамами замку - 1598, 1653 - вказують на дати основних реконструкцій споруди, після яких він набув сучасного вигляду. У наші дні на території Ужгородського замку розмістилася унікально багата експозиція Закарпатського обласного краєзнавчого музею, яка налічує понад 120 тис. експонатів і розповідає про яскраві сторінки історії цього краю та його мешканців. Сьогодні у замку діє кузня, де майстри за "дідівськими" технологіями здатні виготовити туристу будь-який ковальський витвір кузень (сувенір) на замовлення і навіть

залучити його до її виготовлення. Аматори народних промыслів сподіваються також відкрити свої майстерні під відкритим небом у дворі замку [6].

Існує міжнародний інвестиційний проект повного відродження замку як культурно-розважального туристичного комплексу. Проект передбачає відведення частини кімнат під "графські" готельні номери, відкриття в підземних казематах замку вишуканого ресторану, оформленого у лицарському стилі з оригінальною давньоруською й давньоугорською кухнями, а також відкриття "лицарського залу", в якому будь-який турист міг би приміряти на себе лицарські обладунки та випробувати власну вправність у стрільбі з лука й арбалета.

Невицький замок XIII -XVII ст. знаходиться північніше Ужгорода вище по течії Ужа і закладений на стрімкій кручі (відносний перепад висот сягає 125 м) над долиною річки на стратегічних підступах до столичного міста Закарпатського краю. Невицький замок контролював прохід Ужанською долиною, якою йшов торговий шлях з Угорщини через Ужоцький перевал у Галицько-Волинську державу, Польщу, Литву і Московію. Твердиня займає унікальне положення - зі сторожових веж Невицького замку відкривається панорама словацької й української частин Вулканічних Карпат, Ужанська долина і навіть обшири Середньо-Дунайської низовини. Уперше в писемних джерелах Невицький замок згадується на початку XIV ст. як родова феодална вотчина, оперезана глибоким ровом та валом. Найбільшого руйнування Невицький замок зазнав у 1644 р. під час облоги трансільванським князем Д'єрдем II Ракоці. З того часу споруда стояла пустою і вважалася місцевим населенням нечистим місцем, де витає дух-упир Поганої Диви. [2].

У наші дні Невицький замок знаходиться в напівзруйнованому стані, однак з середини 1990-х рр. - тут проводяться реконструкційні роботи археологів. Існує проект реставрації цього мальовничого замку (збудованого у класичному італійському стилі) й перетворення його на міжнародний туристичний готельно-розважальний комплекс. Планується відтворити автентичний середньовічний замковий інтер'єр, обладнати у лицарському стилі ресторан зі старожитньою кухнею і вишуканими закарпатськими винними підвалами, відкрити музейну експозицію, манеж, кузню-зброяр та інші ремісничі майстерні, в яких сувеніри виготовлялись на замовлення туристів прямо у них на очах. В основний готель замково-розважального комплексу для відвідувачів середнього класу, згідно з проектом, планується перетворити суміжну туристичну базу, євро

реконструкція якої не потребує значних коштів. А навколишні гірські праліси з окремими маркованими екостежками - це ідеальний природний полігон для історичних лицарських ігор і змагань з пейнтболу (окрема екостежка виводить навіть на закинтий гірський танкодром середини XX ст.) [7].

Чинадівський замок у XV ст. був збудований бароном Перені. Замок двоповерховий, п'ятикутний у плані, зі стрільницями та двома кутовими круглими триярусними баштами. Має два запущені підземні ходи, що виводять у долину Латориці. Тривалий час цей невеликий замок виконував функції в'язниці. Зараз має пізнавальне значення як об'єкт пізньосередньовічної фортифікаційної архітектури.

Мисливський палац графів Шенборнів у с. Карпати побудований у стилі німецького ренесансу в 1890 р. Архітектура цього палацу, без перебільшення, унікальна. Палац прикрашають численні вежі, кручені сходи, гострий дах зі шпильями. Будівля уособлює собою календар: кількість веж відповідає кількості місяців у році, кількість димарів - кількості тижнів у році, а кількість вікон та дверей - кількості днів у році. Палац розташований у мистецьки спроектованому ландшафтному парку XIX ст., де зібрана значна колекція карпатської та екзотичної дендрофлори, а в глибині є озеро і мальовничий розарій. Серед екзотів, які можна побачити у графському парку, є, наприклад, італійська гліцинія, сріблястий клен, канадська ялина, японська вишня, самшитове дерево, катальпа, сосна Веймута тощо

Раритетною пам'яткою замкового "наміста" Ужгородщини є залишки середньовічного замку XII - XVIII ст. у с. Середнє, що знаходиться на півдорозі з Ужгорода в Мукачеве. Тут збереглася масивна башта - донжон, збудована лицарями могутнього ордену тамплієрів (храмовників). Середнянський замок тамплієрів здобули війська угорського короля, після цього укріплення було передано ним монахам ордену Святого Павла. Занепаз Середнянський замок після буремних подій визвольної війни угорського народу у 1703-1711 рр.

На Виноградівщині збереглися атракційні руїни двох могутніх середньовічних замків "Канків" (заснований у 1307 р.) і "Нялаб" (заснований у 1315 р.). Заклав їх могутній угорський феодал Беке Боршо, якому відійшов цей край після угорського завоювання [1]. Замок "Канків" XI-XVI ст. знаходиться на скелястому виступі Чорної Гори над містом Виноградів. Під кам'яною кладкою замку археологи виявили сліди слов'янського городища початку X ст., яке існувало тут до захоплення краю угорцями. У 1399 р. угорський король Зігмунд I дарує фортецю барону П. Перені.

Новий господар розбудовує кам'яну фортецю. У XV ст. рід Перені передає замок ченцям-францисканцям, які перетворюють його на монастир. Під час релігійних воєн у 1566 р. загін королівських військ Австрійської імперії під командуванням генерала Текелеші штурмом оволодів фортецею і зруйнував її. Після цих подій замок уже не відновлювали [8].

Замок "Нялаб" XII-XVII ст. знаходиться біля села Королево, де бурхлива Тиса спускається з гір на широкі простори Дунайської рівнини. З доби Хорватського союзу тут існувало слов'янське городище. Після завоювання краю угорцями король Іштван V наказав на місці старого дерев'яного укріплення збудувати королівський мисливський палац. А невдовзі, для зміцнення підкарпатського (руського) кордону Великої Угорщини у другій половині XIII ст., король Бейла IV закладає тут кам'яний замок. У 1405 р. замок було передано роду баронів Перені. Після антигабсбурзької змови, в якій брав участь рід Перені, за наказом імператора Леопольда I замок було зруйновано.

Боржавський замок (у Берегівському районі) - одна з найдавніших твердинь краю. Хроніка Аноніма свідчить, що ще з VII-VIII ст. на місці сучасного с. Вари, де зливаються бурхливі води річок Тиса і Боржава, стояв дерев'яний замок Бор-Що, в якому жили слов'яни - підлеглі болгарського князя Салана.

Можна виділити кілька головних напрямків такої діяльності, що включають процеси, починаючи від реставрації замку до облаштування закладами обслуговування туристів.

1. Реставрація і збереження об'єктів певною мірою: де до найменших подробиць, де просто до стежин вздовж руїн муру і казематів Невицький, Хустський, руїни Середнянського замку;

2. Присвоєння об'єкту статусу пам'ятника історії та архітектури місцевого чи державного значення: Мукачівський, Ужгородський, Невицький Добудова музеїв з експозицією історичних періодів і місцевого матеріалу, організація екскурсій, туристських маршрутів Чинадівський, Мукачівський, Ужгородський;

3. Використання з оздоровчими та рекреаційними цілями (розміщення санаторіїв, профілакторіїв) - санаторій "Карпати" у палаці Шенборнів;

4. Відкриття магазинів сувенірів, книжок, буклетів і супутніх товарів (Museum Shop). Спостерігається практично у всіх замках;

5. Проведення конференцій, зустрічей, симпозіумів, бізнес і культурних контактів. Використовуються для тематичних виїздів, проте не проводяться конференції в стінах замків;

6. Робота науково-методичних центрів, університетів, архівів;

7. Робота військово-історичних товариств, проведення історичних реконструкцій і демонстрацій (Мукачівський замок - рицарські турніри, Ужгородський - відтворення змагань та рицарські турніри;

8. Інформаційне забезпечення діяльності туристичного центру, інтернет, буклети, каталоги, брошури, книжки, періодичні видання, преса

9. Проведення фестивалів, турнірів, театральних уявлень, та ін.

Для того, щоб в нашій країні ефективно діяла система збереження та відновлення фортифікаційних споруд, необхідне належне фінансування, воно повинно бути: - бюджетним фінансуванням з Державного бюджету України, з місцевих бюджетів; позабюджетних коштів: банківських кредитів, платежів за використання природних туристичних ресурсів, власних коштів туристичних підприємств, інвесторів, місцевих зборів та платежів, грантів міжнародних фондів та організацій, благодійних внесків та спонсорської допомоги.

Для збереження фортифікаційних споруд Закарпатської області та напрямів їх ефективного залучення як туристичних об'єктів необхідно:

1. Створення локального центру управління фортифікаційними спорудами

2. Розробка економічного механізму надання платних туристичних послуг, встановлення нормативів плати і розмірів платежів за надання таких послуг.

3. Інвентаризація та кількісно-якісна оцінка наявних історико-культурних (музеї, пам'ятки архітектури, фортифікаційні споруди) ресурсів.

4. Забезпечення реалізації на території області державної інвестиційної політики стосовно надання в довгострокову оренду фортифікаційних споруд.

5. Організація і проведення фестивалів, конкурсів та інших заходів серед широких верств населення, підготовка та ефективне використання кадрів у сферах туризму та рекреації, забезпечення пропаганди здорового способу життя.

6. Залучення нових технологій, технічної допомоги для розроблення і реалізації соціальних, культурних та інших програм, спрямованих на розвиток області.

Фортифікаційні споруди Закарпаття протягом багатьох століть були німими свідками бурхливої середньовічної історії краю, а зараз вони є об'єктом постійних відвідувань туристів і з України, і з ближнього зарубіжжя. Перспектива подальшого використання цих об'єктів для туристичних цілей є можливою не лише за умов реставрації та обладнання необхідним рівнем сервісу, а й передусім належною охороною й збереженням цих пам'яток.

Висновки. Як переконливо доводить світова практика, наявність багатого природного і культурного потенціалу дозволяє навіть тим країнам, що не відносяться до числа найбільш розвинутих, завоювати серйозні позиції на світовому туристичному ринку. Закарпаття в цьому відношенні, завдяки його сприятливому географічному розташуванню, багатій історико-культурній спадщині має унікальні можливості. Однак вони можуть бути реалізовані при одній обов'язковій умові: проведення в області активної державної політики, спрямованої на підтримку туризму і рекреації. Закарпатська область має великий потенціал для розвитку пізнавального туризму. Значний архітектурний спадок, що ввібрав у себе традиції та звичаї понад 70 національностей, є привабливим доповненням до його неповторних гірських пейзажів. Фортифікаційні споруди займають особливе місце у структурі туристично-рекреаційних ресурсів. У Закарпатській області на державному обліку перебуває 152 пам'ятки старовини. Туристичною "візитівкою" Закарпатської області є славнозвісні замки: "Паланок", Ужгородський, Невицький, Чинадіївський та Боржавський. Встановлено, що більшість із замків потребують реставраційних та природоохоронних робіт на території їх розташування.

Володіючи таким багатим туристичним потенціалом, за умови його відновлення, збе-

реження та раціонального використання, Закарпаття матиме міцний фундамент для побудови дієвої стратегії розвитку туристичної галузі, що, на нашу думку, в короткостроковій перспективі виведе нашу країну в лідери серед країн по прийому туристів.

Список літератури

1. Іванов О. Замки і палаци Західної України: історія, культура, туризм (Історико-архітектурні пам'ятки замкового мистецтва) / О. Іванов. - К.: Наш світ, Укргеодезкартографія, 2004. - 190 с.
2. Мацола В.І. Рекреаційно-туристичний комплекс України. - Львів: Інститут регіональних досліджень НАНУ, 1997. - 259 с.
3. Мацюк О. Замки і фортеці Західної України: історичні мандрівки / О.Мацюк. - Львів: Центр Європи, 2005. - 192 с.
4. Кравців В.С., Гринів Л.С., Копач М.В., Кузик С.П. Науково-методичні засади реформування рекреаційної сфери. Наукове видання. - Львів: НАН України. - ІРД НАН України. - 1999. - 78 с.
5. Рутинський М.Й. Замковий туризм в Україні. Географія пам'яток фортифікаційного зодчества та перспективи їх туристичного відродження: Навчальний посібник. - К.: Центр учбової літератури, 2007. - 432 с.
6. Тури по Закарпаттю [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://tour.uzhgorod.biz/>.
7. Туристичний путівник Закарпаття [Електронний ресурс]. - Режим доступу: <http://www.transcarpathiatour.com.ua>.
8. Федак П. Пам'ятки Замкової гори / П. Федак. - Ужгород: [б. в.], 1999. - 156 с.

А.В. Симочко. Направления эффективного привлечения фортификационных сооружений Закарпатской области как туристических объектов. В статье проанализировано состояние развития фортификационных сооружений Закарпатской области и их роль и значение для туризма. Определены основные направления эффективного привлечения этих сооружений как туристических объектов, определены проблемы, которые препятствуют их активному развитию, выделены основные фортификационные сооружения и особенности их сохранности.

Ключевые слова: фортификационные сооружения; туристическая деятельность; туристические объекты; атрактивність, направления использования фортификационных сооружений; реставрация.

Symochko A.V. Destinations effective involvement fortifications Transcarpathian region as tourist objects. The article analyzes the development of fortifications Transcarpathian region and their role and importance for tourism. The basic directions of the effective use of these facilities as tourist sites, identified problems that hinder their active development, with emphasis on major fortifications and especially their conservation.

Key words: fortifications, tourist activities, tourist attractions, charm, uses of fortifications; restoration.

КІЛЬКІСНО-ЯКІСНЕ ОЦІНЮВАННЯ АТРАКТИВНОСТІ ТУРИСТИЧНИХ КОМПАНІЙ

© 2015 ЯСТРЕМСЬКА О. О.

УДК 338.48 (100)

Ястремська О. О. Кількісно-якісне оцінювання атрактивності туристичних компаній

У статті представлено результати досліджень оцінювання атрактивності туристичних компаній з позицій споживачів та безпосередньо компаній щодо результатів використання економічних ресурсів. До системи часткових показників атрактивності з позиції споживачів включено ті, що характеризують цінову політику, інформативність сайту туристичної компанії, якість надання туристичних послуг, їх асортимент, якість обслуговування, умови оплати послуг, умови отримання документів, імідж компанії, наявність програм лояльності для постійних клієнтів, інноваційні пропозиції міжнародних турів, наявність супутнього туристичного сервісу, зручне розташування офісу туристичної компанії, стабільність її роботи, політичну та економічну ситуацію в країні, що приймає туристів, рівень розвитку туристичної інфраструктури, якість туристичного сервісу, стан об'єктів туристичної атракції. До системи часткових показників атрактивності з позиції туристичних компаній включено показники, які характеризують використання нею матеріальних, фінансових, людських ресурсів та результати інвестиційно-інноваційної діяльності. Склад запропонованих систем часткових показників уточнено застосуванням багатовимірного факторного аналізу. Методом адитивної згортки уточнені часткові показники згорнуто в інтегральні. Чутливість часткових показників уточнено методом нейронних мереж за побудованими моделями багаторівневого перцептрона. Кількісні значення інтегральних показників атрактивності туристичних компаній розмежовано на три рівня: високий, середній і низький з використанням побудованих функцій приналежності за теорією нечітких множин. Запропоновано заходи із забезпечення та підвищення атрактивності туристичних компаній.

Ключові слова: оцінювання, атрактивність, туристична компанія, система часткових показників, інтегральний показник атрактивності, якісні рівні атрактивності.

Табл.: 4. Бібл.: 13.

Ястремська Олеся Олександрівна – кандидат економічних наук, доцент кафедри туризму, Харківський національний економічний університет ім. С. Кузнеця (пр. Леніна, 9а, Харків, 61166, Україна)

E-mail: yastr@inbox.ru

УДК 338.48 (100)

UDC 338.48 (100)

Ястремская О. А. Количественно-качественное оценивание атрактивности туристических компаний

Iastremska O. O. Quantitative-Qualitative Evaluation of Attractiveness of Tourism Companies

В статье представлены результаты исследования оценки атрактивности туристических компаний с позиций потребителей и непосредственно компаний относительно результатов использования экономических ресурсов. В систему частных показателей атрактивности с позиции потребителей включены такие, которые характеризуют ценовую политику, информативность сайта туристической компании, качество предоставления туристических услуг, их ассортимент, качество обслуживания, условия оплаты услуг, условия получения документов, имидж компании, наличие программ лояльности для постоянных клиентов, инновационные предложения международных туров, наличие сопутствующего туристического сервиса, удобное расположение офиса туристической компании, стабильность ее работы, политическую и экономическую ситуацию в стране, принимающей туристов, уровень развития туристической инфраструктуры, качество туристического сервиса, состояние объектов туристической атракции. В систему частных показателей атрактивности с позиции туристических компаний включены показатели, характеризующие использование ею материальных, финансовых, человеческих ресурсов и результаты инвестиционно-инновационной деятельности. Состав предложенных систем частных показателей уточнен с использованием многомерного факторного анализа. Методом аддитивной свертки уточненные частные показатели свернуты в интегральные. Чувствительность частных показателей уточнена методом нейронных сетей в соответствии с построенными моделями многоуровневого перцептрона. Количественные значения интегральных показателей атрактивности туристических компаний разграничены на три уровня: высокий, средний и низкий с использованием построенных функций принадлежности согласно теории нечетких множеств. Предложены мероприятия по обеспечению и повышению атрактивности туристических компаний.

Ключевые слова: оценивание, атрактивность, туристическая компания, система частных показателей, интегральный показатель атрактивности, качественные уровни атрактивности.

Табл.: 4. Библ.: 13.

Ястремская Олеся Александровна – кандидат экономических наук, доцент кафедры туризма, Харьковский национальный экономический университет им. С. Кузнеця (пр. Ленина, 9а, Харьков, 61166, Украина)

E-mail: yastr@inbox.ru

The article presents the results of studying the evaluation of attractiveness of tourism companies from the perspective of consumers and companies themselves as to results of the use of economic resources. In the system of partial indicators of attractiveness from the perspective of consumers were included such that characterize the pricing policy, informativeness of a tourism company website, quality of tourism services, their product range, quality of servicing, terms of payment, conditions of receiving documents, company image, presence of loyalty programs for regular customers, innovative offers of international tours, availability of collateral tourist services, convenient location of a tourism company, stability of its work, political and economic situation in the hosting country, level of tourism infrastructure, quality of tourist services, status of the objects of tourist attraction. In the system of partial indicators of attractiveness from the perspective of tourism companies were included the indicators, which characterize its use of the material, financial, human resources as well as results of investment-innovative activity. The composition of the proposed systems of partial indicators has been updated using the multivariate factor analysis. Using the method of additive folding, the updated partial indicators were folded down into the integral indicators. Sensitivity of the partial indicators has been updated by the neural network method in accordance with the built models of multi-layered perceptron. Quantitative values of the integral indicators of tourism attractiveness for companies were separated into three levels: high, medium and low, using the membership functions from the fuzzy set theory. Activities to ensure and enhance the attractiveness of tourism companies have been proposed.

Key words: evaluation, attractiveness, tourism company, system of partial indicators, integral indicator of attractiveness, qualitative levels of attractiveness.

Табл.: 4. Bibl.: 13.

Iastremska Olesia O. – Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor of the Department of Tourism, Kharkiv National Economic University named after S. Kuznets (pr. Lenina, 9a, Kharkiv, 61166, Ukraine)

E-mail: yastr@inbox.ru

У сучасних умовах функціонування світової економіки сформувалися стійкі тенденції, що свідчать про активний розвиток туристичної галузі. Це пов'язано з підвищенням якості життя в розвинених країнах, прагненням споживачів до отримання емоційного та інформаційного задоволення, адекватного економічним витратам. В Україні також стрімкими темпами розвивається туристична галузь, формуються туристичні кластери, активізуються нові види туризму, такі як екстремальний, гастрономічний, навчальний, діловий та ін. Тому перед споживачами туристичних послуг в Україні постає складне завдання: обрати таку туристичну компанію, яка була б здатна задовольнити їх потреби щодо комфортності, економічності, інформативності та корисності отриманих туристичних послуг. Тобто така туристична компанія повинна бути привабливою для споживачів, виступати своєрідним атрактором, що концентрує потенційних і реальних споживачів, надаючи їм бажаний за якістю та кількістю обсяг туристичних послуг. Саме така властивість туристичних компаній характеризується як їх атрактивність.

Отже, для забезпечення сталого розвитку компанії повинні оцінювати власну атрактивність, порівнювати її з конкурентами, розробляти заходи з її підтримки або підвищення та інформувати споживачів про досягнуті результати. У свою чергу, споживачі також оцінюють атрактивність туристичних компаній за власними враженнями, інформацією, яку надають компанії, та за сформованими уявленнями звертаються за наданням туристичних послуг до тих компаній, які, на їх думку, є більш привабливими, тобто атрактивними, здатними задовольнити активні сформовані потреби. Таким чином, атрактивність є необхідною властивістю туристичних компаній, що здатна забезпечити та привабити достатню кількість споживачів туристичних послуг для свого розвитку, підтримки конкурентоспроможності. Актуальність оцінювання атрактивності є важливою проблемою, яку необхідно вирішувати як туристичним компаніям для забезпечення свого розвитку й конкурентоспроможності, так і споживачам туристичних послуг для їх отримання в необхідній кількості та очікуваної якості. Проте туристичні компанії не приділяють достатньо уваги оцінюванню атрактивності, а споживачі в основному формують свої уявлення про неї на основі сформованого образу, іміджу компаній. Тому проблема кількісного оцінювання їх атрактивності залишається остаточно невирішеною з позиції достатньої формалізації та формування заходів з підвищення.

У цьому зв'язку метою статті є висвітлення розроблених пропозицій з кількісного оцінювання атрактивності туристичних компаній та якісного визначення рівня її достатності для забезпечення конкурентоспроможності суб'єктів господарювання туристичної сфери.

Завдання дослідження полягають в: уточненні системи часткових та інтегральних показників кількісного оцінювання атрактивності туристичних компаній з позицій споживачів та компаній безпосередньо; визначенні найбільш чутливих показників щодо прийняття управлінських рішень із забезпечення та підвищення атрактивності туристичних компаній; обґрунтуванні

кількісних меж якісних рівнів інтегральних показників атрактивності туристичних компаній.

Об'єктом дослідження є процес оцінювання атрактивності туристичних компаній, предметом – теоретичні положення, методичні підходи та практичні рекомендації з оцінювання атрактивності туристичних компаній у двох аспектах: щодо споживачів та безпосередньо суб'єктів господарювання туристичної сфери.

Перш, ніж досліджувати існуючі методичні підходи до оцінювання атрактивності, необхідно уточнити використання поняття, яке ґрунтується на терміні «атрактор», що характеризує певну множину точок, які тяжіють одна до одної та до яких наближаються фазові траєкторії дисипативної системи [15]. Туристичні компанії також доцільно розглядати як дисипативні структури, оскільки ознаками останніх є: обмін енергією, а саме – ресурсами, із зовнішнім середовищем; відносна стійкість у процесі функціонування та розвитку. Використовуючи термін «атрактивність» відносно туристичної діяльності, під ним доцільно розуміти властивість туристичних компаній задовольняти активні потреби споживачів туристичних послуг, що забезпечуватиме їм привабливість на ринку. Проблеми привабливості досліджували такі вчені, як Михайліченко Г. І. [1, с. 377], Іванунік В. О. [2], Мазаракі А. А., Ткаченко Т. І. та інші [3], Заячківська Г. [4], Цехла С. Ю. [5], Охота В. І. [6]. В їх дослідженнях приділено увагу термінологічним особливостям туристичної атрактивності, проте недостатньо розробленими залишаються методичні пропозиції з її кількісного оцінювання в контексті управління. В основному дослідники наголошують на необхідності кількісного оцінювання атрактивності, не уточнюючи систему часткових показників за допомогою економікоматематичних методів, які є дієвим інструментом їх обґрунтування. Зарубіжні дослідники більше уваги приділяють методам управління атрактивністю туристичних компаній. Так, у публікаціях Бунда П. (Bund P.) [7], Камбриса Дж.-К. (Cambrils J.-C.) [8] пропонується використовувати організаційні форми публічно-приватного партнерства для підвищення атрактивності. А.-М. Хайлагер (А.-М. Hjalager, 2002) [9] висловив думку щодо забезпечення атрактивності на основі розроблення інноваційних продуктів та капіталізації компаній, які за рахунок ефекту масштабу здатні забезпечити достатній рівень атрактивності. Наведені публікації є підґрунтям проведеного дослідження з оцінювання атрактивності туристичних компаній.

Методологія досліджень. Для розроблення пропозицій з кількісно-якісного оцінювання атрактивності туристичних компаній використано такі методи: багатовимірний факторний аналіз, який застосовано для ущільнення кількості часткових показників, що характеризують досліджуване явище; метод нейронних мереж для визначення найбільш чутливих показників щодо атрактивності; метод нечітких множин, за допомогою якого побудовано функції приналежності кількісних значень інтегрального показника атрактивності якісним інтервалам «високий», «середній», «низький» для розроблення заходів із забезпечення або підвищення атрактивності.

За допомогою наведених методів автором у 2013 р. було проведено попереднє дослідження атрактивності туристичних компаній, результати якого представлені у публікації [10]. Як база досліджень були використані результати опитування споживачів 16 туристичних компаній за період з 2011 р. по 2013 р. Продовжуючи та розвиваючи дослідження з проблеми оцінювання атрактивності, у даній статті досліджено ці ж 16 туристичних компаній у 2014 р., опитано їх 156 споживачів та розвинуто пропозиції з кількісного та якісного оцінювання атрактивності з позиції споживачів і компаній.

Запропоновані та використані методи дозволили уточнити та здійснити подальше обґрунтування системи показників оцінювання атрактивності та визначити чутливі показники для підвищення її рівня.

З метою уточнення факторів, які визначають атрактивність туристичних компаній з позиції споживачів, було опитано 156 осіб, які скористалися їх послугами з внутрішнього та міжнародного туризму. Сукупність факторів розподілено на дві групи: внутрішні, які залежать від компанії, та зовнішні, що характеризують ті послуги, які може забезпечити туристична компанія споживачам. До складу факторів були включені лише ті, які виділили більше ніж 60% опитуваних. Склад досліджуваних факторів наведено в табл. 1.

Таблиця 1

Фактори атрактивності туристичних компаній

Фактор	Питома вага позитивних відповідей щодо важливості фактора для надання туристичних послуг, %
1	2
Внутрішні фактори	
Цінова політика	83,3
Інформативність сайту компанії	81,3
Якість надання туристичних послуг	75,8
Асортимент туристичних послуг	75,6
Якість обслуговування	75,3
Умови оплати послуг	68,5
Умови отримання документів	67,5
Імідж компанії	65,3
Наявність програм лояльності для постійних клієнтів	65,8
Інноваційні пропозиції міжнародних турів	63,5
Наявність супутнього туристичного сервісу	60,3
Зручне розташування офісу туристичної компанії	60,2
Стабільність роботи туристичної компанії	60,1
Зовнішні фактори	

Закінчення табл. 1

1	2
Політична ситуація в країні, що приймає туристів	75,5
Економічна ситуація в країні, що приймає туристів	73,8
Рівень розвитку туристичної інфраструктури	71,3
Якість туристичного сервісу	68,8
Стан об'єктів туристичної атракції	67,8

Джерело: результат самостійних досліджень автора.

З метою визначення найбільш важливих для забезпечення атрактивності з позиції споживачів факторів застосовано багатовимірний факторний аналіз з типом ротації *Varimax raw*, усі показники, що характеризують виділені фактори, сформовано в три компоненти, варіабельність яких пояснює 78,92% кумулятивної дисперсії вихідних даних, що є достатнім [11]. Таку кількість компонент підтверджують також наявні значущі навантаження показників у кожній компоненті, кількісні значення яких є достатніми, тобто є більшими, ніж 70% у відповідності з умовами застосування багатовимірного факторного аналізу [11].

Таким чином, компоненти, які визначають атрактивність з позиції споживачів, отримали таке змістовне навантаження. Як і за попередніми результатами, вплив як внутрішніх, так і зовнішніх факторів характеризує перша компонента на основі найбільш значущих показників щодо цінової політики, умов оплати послуг, наявності програм лояльності для постійних клієнтів, економічної та політичної ситуації в країні, що приймає туристів. З огляду на наведені показники, перша компонента є найбільш суттєвою, оскільки пояснює 41,64% варіації вихідних даних і характеризує цінову спрямованість та безпеку туристичних подорожей.

Друга компонента, дисперсія якої відповідає 25,43%, характеризує фактори інформативності сайту туристичної компанії, наявності інноваційних пропозицій туристичних послуг, умов отримання документів для здійснення туристичних подорожей, якості та асортименту надання послуг, наявності супутнього туристичного сервісу у подорожах, стабільності роботи компанії. Склад показників другої компоненти свідчить про суттєвий вплив якості надання туристичних послуг для забезпечення атрактивності туристичних компаній, що в цілому відповідає отриманим результатам попередніх досліджень по відношенню до послуг міжнародного туризму, що за результатами новітнього дослідження доцільно розповсюдити на всі види туристичних послуг.

Третю компоненту, дисперсія якої складає 11,86%, зумовлюють зовнішні фактори: рівень розвитку туристичної інфраструктури, якість туристичного сервісу, стан об'єктів туристичної атракції, що підтверджує розвиненість туристичного бізнесу та внутрішній фактор іміджу туристичної компанії.

Спираючись на виділені значущі фактори, можна сформулювати систему часткових показників, які характеризують атрактивність туристичних компаній з позиції споживачів. Доцільно зробити висновки, що всі аналізовані фактори є впливовими. Тому їх об'єднання за частковими показниками, що відображають сутнісне наповнення факторів і виміряні за п'ятибальною шкалою в інтегральний показник, дозволить отримати однозначну кількісну оцінку атрактивності туристичної компанії з позиції споживачів. Інтегральний показник атрактивності розраховано методом адитивної згортки, де як коефіцієнти значущості кожного показника використані факторні навантаження за компонентами, отриманими в результаті застосування багатовимірного факторного аналізу. Результати розрахунку інтегрального показника атрактивності туристичних компаній з позицій споживачів туристичних послуг за період з 2011 р. по 2014 р. наведено в табл. 2.

Оскільки інтегральний показник атрактивності туристичних компаній побудовано як стимулятор, що має чіткі межі та змінюється від нуля до одиниці, згідно з даними табл. 2 найкращою атрактивністю відрізняються такі туристичні компанії, як АЙ ТРЕВЕЛ ІНТЕРНЕТІОНАЛ, РОКСОЛАНА, АЛЬФА ТРЕВЕЛ, значення інтегрального показника атрактивності яких перевищує 0,7. Такий високий показник атрактивності в основному туристичні компанії досягли завдяки використанню програм лояльності для постійних клієнтів та наявності інноваційних пропозицій туристичних послуг.

Щодо атрактивності з позиції туристичних компаній, вона зумовлюється результатами їх роботи, які характеризуються показниками використання економічних ресурсів. Застосування багатовимірного факторного аналізу до показників використання економічних

ресурсів, які обґрунтовано за результатами аналізу літературних джерел [12, 13], наведено в табл. 3.

Застосування багатовимірного факторного аналізу з використанням обґрунтованої системи часткових показників за типом ротації *Varimax raw* дозволило відібрати показники за компонентами, достатньою кількістю 3, що зумовлене значенням накопиченої дисперсії – 76,28%. Згідно з отриманими даними, перша компонента характеризує оновлення основних фондів, фондовіддачу та фондоозброєність, а також підготовку персоналу, тобто його компетентність у відповідності з предметною областю туристичного бізнесу. Оскільки значущість компонент для пояснення атрактивності зменшується з кожною наступною у відповідності з дисперсією, яка для першої компоненти становить 43,65%, вона є найсуттєвішою і характеризує стан основних фондів у тактичному і стратегічному періодах, бо пояснює їх оновлення.

Друга компонента, дисперсія якої становить 26,07%, вказує на важливість фінансових ресурсів для забезпечення атрактивності, що пояснюється значеннями факторних навантажень показників, які увійшли до його складу, а саме – коефіцієнти загальної ліквідності, рентабельності продажів, фінансової стійкості, автономії. Такий склад показників доводить важливість отримання коштів у тактичному періоді для спрямування їх на забезпечення атрактивності, підтримку фінансової стабільності туристичних компаній та можливості покриття зобов'язань з метою їх забезпечення достатніми обсягами фінансових ресурсів.

Третя компонента, що характеризується дисперсією 6,56%, визначає стратегічну спрямованість туристичних компаній для забезпечення їх розвитку за рахунок інвестиційно-інноваційної діяльності, що спрямована на забезпечення інноваційності наданих туристичних

Таблиця 2

Інтегральний показник атрактивності туристичних компаній за роками

Назва туристичної компанії	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.
А-ТУР	0,4479	0,4643	0,4545	0,4666
АЙ ТРЕВЕЛ ІНТЕРНЕТІОНАЛ	0,6653	0,6697	0,6906	0,7807
АЛЬФА ТРЕВЕЛ	0,6263	0,6268	0,6356	0,7367
АЛЬТЕРА	0,5897	0,5685	0,5293	0,6183
ВІЗ-ТУР	0,5804	0,6258	0,6485	0,7486
ВСЕСВІТ	0,3586	0,3964	0,4067	0,4077
ГРАНД ТУР	0,6597	0,6537	0,6959	0,7868
КАСАБЛАНКА	0,3965	0,3766	0,3706	0,3707
КЛАС-ТУР	0,5778	0,5683	0,5576	0,6677
КОМПАС ТРЕВЕЛ	0,6067	0,6208	0,5865	0,6876
РАНОК-ТУР	0,3336	0,3556	0,3469	0,3478
РОКСОЛАНА	0,6286	0,6386	0,6597	0,7687
СВІТОВІ ПОДОРОЖІ	0,5369	0,5649	0,6234	0,7134
СМАЛЬТА	0,3605	0,3765	0,3865	0,3876
ТУР ДЕ ЛЮКС	0,5873	0,5603	0,5438	0,6438
УЛЬТРАТУР	0,3536	0,4439	0,4458	0,4468

Джерело: результат самостійних досліджень автора.

Показники атрактивності туристичних компаній за результатами використання економічних ресурсів

Група показників	Частковий показник
Фінансових ресурсів	Коефіцієнт загальної ліквідності
	Коефіцієнт рентабельності власного капіталу
	Чиста рентабельність продажів
	Коефіцієнт оборотності обігового капіталу
	Коефіцієнт оборотності власного капіталу
	Коефіцієнт фінансової стійкості
	Коефіцієнт автономії
Матеріальних ресурсів	Коефіцієнт придатності основних фондів
	Коефіцієнт оновлення основних фондів
	Фондовіддача
	Фондоозброєність
Людських ресурсів	Питома вага працівників, що закінчили вищі навчальні заклади за спеціальністю туризмознавство
	Питома вага працівників, що підвищили кваліфікацію у звітному році
	Питома вага додаткової заробітної плати у фонді оплати праці
Інвестиційно-інноваційної діяльності	Питома вага інвестицій в основний капітал у загальному капіталі
	Питома вага інноваційних туристичних послуг у їх загальній вартості

Джерело: розроблено автором за результатами аналізу літературних джерел.

послуг та інвестування у розвиток компаній, тобто в їх основний капітал.

Об'єднуючи виділені значущі показники в інтегральний метод адитивної згортки, розраховано інтегральні показники атрактивності туристичних компаній за результатами використання економічних ресурсів, тобто з позиції компаній безпосередньо (табл. 4).

За даними табл. 4 можна зробити висновок, що атрактивність туристичних компаній за результатами використання економічних ресурсів є в цілому більш низькою, ніж за уявленнями споживачів, що свідчить про активну маркетингову підтримку діяльності компанії та необхідність приділення більшої уваги якісному використанню основних фондів, фінансових ресурсів,

Таблиця 4

Інтегральний показник атрактивності туристичних компаній за роками з позиції використання економічних ресурсів

Назва туристичної компанії	2011 р.	2012 р.	2013 р.	2014 р.
А-ТУР	0,5337	0,5388	0,5579	0,5653
АЙ ТРЕВЕЛ ІНТЕРНЕТШНЛ	0,6599	0,6355	0,6653	0,6897
АЛЬФА ТРЕВЕЛ	0,3607	0,6755	0,6563	0,6867
АЛЬТЕРА	0,6877	0,6636	0,3897	0,3683
ВІЗ-ТУР	0,6753	0,6936	0,3805	0,37535
ВСЕСВІТ	0,3598	0,3390	0,3386	0,3665
ГРАНД ТУР	0,6653	0,6737	0,6597	0,6857
КАСАБЛАНКА	0,6765	0,3876	0,3963	0,3766
КЛАС-ТУР	0,6956	0,6385	0,3778	0,3683
КОМПАС ТРЕВЕЛ	0,3933	0,6073	0,6067	0,6266
РАНОК-ТУР	0,6859	0,3369	0,3336	0,3356
РОКСОЛАНА	0,5870	0,6503	0,6676	0,6886
СВІТОВІ ПОДОРОЖІ	0,6990	0,6663	0,6638	0,6509
СМАЛЬТА	0,3375	0,3658	0,3605	0,3765
ТУР ДЕ ЛЮКС	0,6057	0,6277	0,6473	0,6603
УЛЬТРАТУР	0,3635	0,3785	0,3336	0,5597

Джерело: результат самостійних досліджень автора.

підготовці фахівців з туризму та підвищенню інноваційності туристичних послуг.

Для ухвалення управлінських рішень про забезпечення та підвищення атрактивності туристичних компаній необхідно виявити найбільш чутливі до управлінських впливів показники, що можливо зробити, базуючись на такому потужному інструменті моделювання, як нейронні мережі, які уможливають визначення форми взаємозв'язку між вхідними і вихідними досліджуваними показниками. З використанням пакета прикладних програм *Statistica Neural Networks* (StatSoft Inc.) здійснено моделювання взаємозв'язку часткових та інтегральних показників атрактивності з позиції споживачів та компаній, результатом якого стали 5 моделей багаторівневого перцептрона, 6 – радіально-базисних функцій, 8 – лінійних, причому найкращими моделями зв'язку показників атрактивності з позиції споживачів та компаній обрано дві моделі багаторівневого перцептрона, що підтверджує нелінійність взаємозв'язку досліджуваних показників та складність такої характеристики суб'єктів господарювання, як атрактивність, тобто привабливість для туристичних подорожей. Достатню якість обраних моделей доводять показники, які свідчать про адекватність її побудови досліджуваним процесам. До таких показників доцільно віднести коефіцієнти кореляції – 0,94 та 0,95, коефіцієнти раціональності, що характеризують відношення помилки до інформативності моделі – 0,35 та 0,26, абсолютні середня помилки значень вихідного показника – 0,06 та 0,03 відповідно.

Чутливість показників, які увійшли до складу обраних нелінійних моделей багаторівневого перцептрона, визначається їх рангом. Саме ці показники за рангом чутливості доцільно використовувати як основні для ухвалення управлінських рішень щодо покращення їх значень для зростання привабливості туристичних компаній для потенційних та реальних споживачів туристичних послуг і використовувати як орієнтири для підвищення конкурентоспроможності.

З а побудованою моделлю багаторівневого перцептрона для атрактивності з позиції споживачів у відповідності з чутливістю та коефіцієнтом раціональності найбільш вагомим показником є цінова політика, що має ранг 1; 2 ранг притаманний показнику наявності програм лояльності для постійних клієнтів; 3 ранг має показник інноваційних пропозицій туристичних послуг; 4 ранг – рівень розвитку туристичної інфраструктури; 5 ранг – якість надання послуг. Ці показники є найбільш чутливими, при їх незначному зростанні інтегральний показник атрактивності з позиції споживачів матиме суттєвий приріст. Така ситуація може бути пояснена тим, що ціновий фактор є суттєвим для туристичної галузі в умовах економічної кризи, оскільки вартість туристичних послуг є значною, крім того, їх споживачі прагнуть до отримання нових вражень, які будуть адекватні якості надання послуг і витраченим на їх отримання коштам. Найменшою чутливістю характеризуються показники зручного розташування офісу туристичної компанії та умов отримання документів.

У відповідності з моделлю атрактивності за багаторівневим перцептроном з позицій туристичних компаній за результатами використання економічних ресурсів найбільшою чутливістю відрізняються показники оновлення основних фондів, питомої ваги інноваційних туристичних послуг у їх загальній вартості, чистої рентабельності продажів, оборотності обігового капіталу, фінансової стійкості, питомої ваги працівників, що закінчили вищі навчальні заклади за спеціальністю туризмознавство. Виділені показники є суттєвими, чутливими і характеризують повною мірою атрактивність туристичних компаній, їх властивість зацікавлювати споживачів та перетворювати на лояльних прихильників, що характеризує сутність атрактивності. Управлінський вплив саме на ці показники дозволить туристичним компаніям зацікавлювати постійних та залучати нових споживачів туристичних послуг, забезпечуючи конкурентоспроможність.

Ураховуючи економічну сутність виділених показників, як основні заходи із забезпечення та підвищення атрактивності туристичних компаній доцільно виділити такі: оновлення основних фондів, які в туристичних компаніях в основному складаються з активної частини, тобто засобів обчислювальної техніки, застосування ефективних методів фінансового менеджменту для забезпечення необхідного рівня рентабельності та оборотності фінансових ресурсів, підвищення кваліфікації співробітників туристичних компаній щодо формування компетентностей у галузі туризмознавства, проведення заходів з підвищення іміджу компаній, оновлення туристичних послуг.

Розраховані значення інтегральних показників атрактивності доцільно розмежувати за якісними рівнями «високий», «середній», «низький», що здійснено побудовою функцій приналежності, перетини яких є межею інтервалів якісних рівнів значень інтегральних показників. Для побудови функцій приналежності було залучено 15 експертів – працівників досліджуваних туристичних компаній. Коефіцієнт конкордації їх відповідей становить 0,73, що є достатнім для визнання узгодженості думок експертів.

Таким чином, визначено, що високому рівню атрактивності відповідає інтервал від 1,0 до 0,685, середньому – від 0,685 до 0,375, низькому – від 0,375 до 0,0. Використовуючи обґрунтовані експертними методами інтервали якісних рівнів атрактивності, визначено, що у 2014 р. його високим значенням з позиції споживачів характеризувалися 43,7% туристичних компаній, а з позицій компаній – 25%, середній рівень атрактивності притаманний 31,2% туристичних компаній як з позицій споживачів, так і з позицій компаній. Обґрунтоване й запропоноване розмежування якісних рівнів атрактивності необхідно використовувати в процесі ухвалення управлінських рішень для забезпечення й підвищення атрактивності туристичних компаній з метою визначення доцільності спрямування коштів на покращення обслуговування споживачів туристичних послуг.

ВИСНОВКИ

З метою зростання кількості споживачів, забезпечення конкурентоспроможності туристичні компанії повинні прагнути до зростання атрактивності, під якою розуміється їх властивість задовольняти активні потреби споживачів туристичних послуг. Атрактивність доцільно розглядати у двох аспектах: з позиції споживачів щодо задоволення потреб, і безпосередньо самих компаній відносно ефективного використання економічних ресурсів. Атрактивність з позиції споживачів визначається внутрішніми і зовнішніми факторами, що характеризують можливості компаній, особливості надання туристичних послуг і розвиненість туристичної інфраструктури у країнах, в які подорожують туристи. Атрактивність з позиції туристичних компаній запропоновано визначати за групами показників, які характеризують результати використання фінансових, матеріальних, людських ресурсів та досягнення в інвестиційно-інноваційній діяльності.

З використанням багатовимірною факторного аналізу обґрунтовано системи показників атрактивності в кожному з розглянутих аспектів; методом адитивної згортки на прикладі 16 туристичних компаній за період з 2011 по 2014 рр. розраховано відповідні інтегральні показники їх атрактивності; методом нейронних мереж визначено найбільш чутливі часткові показники до управлінських впливів; з використанням побудованих функцій приналежності за положеннями теорії нечітких множин обґрунтовано межі якісних рівнів атрактивності за інтегральними показниками, що є такими: високий рівень атрактивності відповідає інтервалу від 1,0 до 0,685, середній – від 0,685 до 0,375, низький – від 0,375 до 0,0. Визначено, що у 2014 р. високою атрактивністю з позиції споживачів характеризувалися 43,7% досліджуваних туристичних компаній, а з позицій компаній – 25%, середнім рівнем атрактивності відрізнялися 31,2% туристичних компаній як з позицій споживачів, так і з позицій компаній. Це свідчить про необхідність розроблення заходів з підвищення атрактивності на основі визначених й обґрунтованих часткових показників.

Як основні заходи запропоновано здійснювати оновлення основних фондів щодо засобів обчислювальної техніки, застосування ефективних методів фінансового менеджменту для забезпечення необхідного рівня рентабельності та оборотності фінансових ресурсів, підвищення кваліфікації фахівців туристичних компаній, проведення заходів з підвищення іміджу компаній, оновлення туристичних послуг. Перспективи подальших наукових розробок з досліджуваної проблеми полягають у визначення резервів з підвищення атрактивності туристичних компаній, в основу обчислення яких доцільно покласти обґрунтовані системи часткових показників атрактивності у двох запропонованих аспектах: з позицій як споживачів, так і туристичних компаній щодо результатів використання економічних ресурсів. ■

ЛІТЕРАТУРА

1. Михайліченко Г. І. Інноваційний розвиток туризму : монографія / Г. І. Михайліченко. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2012. – 608 с.

2. Івануник В. О. Антропогенні атракції в туристичному ринку / В. О. Івануник // Відтворення господарського комплексу регіону: методологія, механізми, інструментарій: матеріали Міжн. наук.-практ. конф. (Чернівці, 22–23 лютого 2007 р.) : у 2 т. – Чернівці : Книги – XXI, 2007. – Т. 2. – С. 336–339.

3. Стратегічний розвиток туристичного бізнесу : монографія / Т. І. Ткаченко, С. В. Мельниченко, М. Г. Бойко та ін. ; за заг. ред. А. А. Мазаракі. – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2010. – 648 с.

4. Заячківська Г. Міжнародний туризм в Україні: проблеми розвитку та шляхи вирішення / Г. Заячківська // Вісник ТНЕУ. – 2011. – № 4. – С. 129–133.

5. Цехла С. Ю. Инновационная политика в сфере международного туризма / С. Ю. Цехла, И. М. Яковенко, Е. В. Яковенко. – Симферополь : ИТ «Ариал», 2013. – 200 с.

6. Охота В. І. Формування системи управління якістю на підприємствах туристичної індустрії / В. І. Охота // Бізнес Інформ. – 2014. – № 9. – С. 195–199.

7. Bund P. Co-operation and Partnerships in Tourism: A Global Perspective / P. Bund [Electronic resource]. – Mode of access : http://destinet.eu/resources/...-varioustargetgroups/Cooperation_and_Partnerships_in_Tourism.pdf/download/1/Cooperation_and_Partnerships_in_Tourism.pdf

8. Cambrils J.-C. An introduction to the Tourism PPP. The Ture Spana Experience / J.-C. Cambrils [Electronic resource]. – Mode of access : http://dtxtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/551pptmoscow.joan_carles.cambrils.pdf

9. Hjalager A.-M. Repairing Innovation Defectiveness in Tourism / A.-M. Hjalager // Tourism Management. – 2002. – № 23. – 465 p.

10. Ястремська О. О. Визначення атрактивності туристичних компаній у міжнародному туризмі / О. О. Ястремська // Економічний часопис – XXI. – 2014. – № 11-12. – С. 124–127.

11. Пономаренко В. С. Аналіз даних у дослідженнях соціально-економічних систем / В. С. Пономаренко, Л. М. Малярець. – Х. : ВД «НЖЕК», 2009. – 432 с.

12. Малярець Л. М. Економіко-математичні аспекти діагностики конкурентоспроможності підприємства : наукове видання / Л. М. Малярець, Л. О. Норік. – Х. : Вид. ХНЕУ, 2009. – 214 с.

13. Райко Д. В. Підприємство, партнер, споживач: теорія та практика взаємодії : монографія / Д. В. Райко. – Х. : ВД «НЖЕК», 2010. – 320 с.

REFERENCES

Bund, P. "Co-operation and Partnerships in Tourism: A Global Perspective". http://destinet.eu/resources/...-varioustargetgroups/Cooperation_and_Partnerships_in_Tourism.pdf/download/1/Cooperation_and_Partnerships_in_Tourism.pdf

Cambrils, J.-C. "An introduction to the Tourism PPP. The Ture Spana Experience". http://dtxtq4w60xqpw.cloudfront.net/sites/all/files/pdf/551pptmoscow.joan_carles.cambrils.pdf

Hjalager, A.-M. "Repairing Innovation Defectiveness in Tourism". *Tourism Management*, no. 23 (2002): 465-.

Ivanunik, V. O. "Antropohenni atraksii v turystychnomu rynku" [Anthropogenic attractions in the tourism market]. *Vidtvorennia hospodarskoho kompleksu rehionu: metodolohiia, mekhanizmy, instrumentarii*. Chernivtsi: Knyhy – XXI, 2007. 336-339.

lastremska, O. O. "Vyznachennia atraktyvnosti turystychnykh kompanii u mizhnarodnomu turyzmi" [Definition attraction travel agencies in international tourism]. *Ekonomichnyi chasopys – XXI*, no. 11-12 (2014): 124-127.

Mykhailichenko, H. I. *Innovatsiinyi rozvytok turyzmu* [Innovative development of tourism]. Kyiv: KNTU, 2012.

Maliarets, L. M., and Norik, L. O. *Ekonomiko-matematychni aspekty diagnostyky konkurentospromozhnosti pidpriemstva* [Economic and mathematical aspects of diagnosis competitiveness]. Kharkiv: Vyd-vo KhNEU, 2009.

Okhota, V. I. "Formuvannia systemy upravlinnia yakistiu na pidpriemstvakh turystychnoi industrii" [Formation of quality management at the enterprises of the tourism industry]. *Biznes Inform*, no. 9 (2014): 195-199.

Ponomarenko, V. S., and Maliarets, L. M. *Analiz danykh u doslidzhenniakh sotsialno-ekonomichnykh system* [The analysis of data in studies of socio-economic systems]. Kharkiv: INZhEK, 2009.

Raiko, D. V. *Pidpriemstvo, partner, spozhyvach: teoriia ta praktyka vzaiemodii* [The company, partners, customers, theory and practice of interaction]. Kharkiv: INZhEK, 2010.

Tkachenko, T. I. et al. *Stratehichniy rozvytok turystychnoho biznesu* [Strategic development of tourist business]. Kyiv: KNTEU, 2010.

Tsekhla, S. Yu., Yakovenko, I. M., and Yakovenko, E. V. *Innovatsionnaia politika v sfere mezhdunarodnogo turizma* [Innovation policy in the sphere of international tourism]. Simferopol: Arial, 2013.

Zaiachkivska, H. "Mizhnarodnyi turizm v Ukraini: problemy rozvytku ta shliakhy vyrishennia" [International tourism in Ukraine: development problems and solutions]. *Visnyk TNEU*, no. 4 (2011): 129-133.

УДК 338.43.01/02.075.8/

КОНЦЕПЦІЯ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ АПК: ІСТОРИЧНИЙ ЕКСКУРС

© 2015 БОНДАРЕВСЬКА К. В.

УДК 338.43.01/02.075.8/

Бондаревська К. В. Концепція державного регулювання АПК: історичний експурс

Мета статті полягає у визначенні пріоритетних складових концепції державного регулювання АПК з урахуванням історичного досвіду. Розглянуто історичні аспекти державного регулювання аграрного сектора економіки з урахуванням корисного для України теоретичного та практичного досвіду минулих років щодо формування ефективних соціально-економічних відносин у сфері АПК; обґрунтовано концептуальні напрями державної політики в галузі аграрного виробництва в умовах зростання глобалізаційних тенденцій та євроінтеграційних векторів розвитку України. У результаті дослідження було виділено концептуальні напрями державного регулювання аграрного сектора як економічного, так і соціального характеру, серед яких: оновлення законодавчої бази, бюджетна підтримка, податкові пільги, регульоване ціноутворення, фінансова підтримка інновацій та матеріально-технічного переозброєння, регулювання зовнішньоекономічної діяльності, заходи щодо підвищення рівня зайнятості та розвитку сільських територій. Перспективою подальших досліджень у даному напрямі є обґрунтування ефективного механізму регулювання соціально-економічних відносин, який являє собою баланс ринкових та державних інструментів з різною пріоритетністю. При цьому доцільно враховувати конкретні історичні умови та перспективи розвитку вітчизняного аграрного сектора, а також необхідність проведення зваженої та науково обґрунтованої аграрної політики держави на етапі входження України до європейського співтовариства.

Ключові слова: державне регулювання, державна підтримка, аграрний сектор, економічний лібералізм, новий неокласичний синтез.

Рис.: 4. **Бібл.:** 19.

Бондаревська Ксенія Валентинівна – кандидат економічних наук, доцент, доцент кафедри управління персоналом та економіки праці, Дніпропетровська державна фінансова академія (вул. Аржанова, 12, Дніпропетровськ, 49083, Україна)

E-mail: kseny-8888@mail.ru

УДК 338.43.01/02.075.8/

Бондаревская К. В. Концепция государственного регулирования АПК: исторический экскурс

Цель статьи заключается в определении приоритетных составляющих концепции государственного регулирования АПК с учетом исторического опыта. Рассмотрены исторические аспекты государственного регулирования аграрного сектора экономики с учетом полезного для Украины теоретического и практического опыта прошлых лет по формированию эффективных социально-экономических отношений в сфере АПК; обоснованы концептуальные направления государственной политики в области аграрного производства в условиях роста глобализационных тенденций и евроинтеграционных векторов развития Украины. В результате исследования были выделены концептуальные направления государственного регулирования аграрного сектора как экономического, так и социального характера, среди которых: обновление законодательной базы, бюджетная поддержка, налоговые льготы, регулируемое ценообразование, финансовая поддержка инноваций и материально-технического перевооружения, регулирование внешнеэкономической деятельности, меры по повышению уровня занятости и развития сельских территорий. Перспективой дальнейших исследований в данном направлении является обоснование эффективного механизма регулирования социально-экономических отношений, который представляет собой баланс рыночных и государственных инструментов с разной приоритетностью. При этом целесообразно учитывать конкретные исторические условия и перспективы развития отечественного аграрного сектора, а также необходимость проведения взвешенной и научно обоснованной аграрной политики государства на этапе вхождения Украины в европейское сообщество.

Ключевые слова: государственное регулирование, государственная поддержка, аграрный сектор, экономический либерализм, новый неокласический синтез.

Рис.: 4. **Библ.:** 19.

Бондаревская Ксения Валентиновна – кандидат экономических наук, доцент, доцент кафедры управления персоналом и экономики труда, Днепропетровская государственная финансовая академия (ул. Аржанова, 12, Днепропетровск, 49083, Украина)

E-mail: kseny-8888@mail.ru

UDC 338.43.01/02.075.8/

Bondarevska K. V. The Conception of the State regulation of the Agrarian-Industrial Complex: a Historical Overview

The article is aimed to determine the priority components of the conception of the State regulation of the agrarian-industrial complex in the light of historical experience. The historical aspects of the State regulation of the agrarian economy sector have been considered, bearing in mind the theoretical and practical experience of the past years, which will be useful for Ukraine, in order to shape effective socio-economic relations in the sphere of the agrarian-industrial complex; the conceptual directions of the State policy in the field of agricultural production in the context of increasing globalization trends and the European integration vectors of development of Ukraine have been substantiated. As result of the study, the conceptual directions of the State regulation of the agrarian sector in both economic and social terms have been allocated, among which: update of the legislative framework, budget support, tax incentives, adjustable pricing, financial support for innovation and material-technical rearmament, regulation of foreign trade activities, measures to improve the level of employment as well as development of rural areas. Prospect of further research in this direction is substantiation of an effective mechanism for regulation of the socio-economic relations, which represents the balance of market and public instruments with different priorities. It is expedient to take into account both the specific historical conditions and prospects of development of the domestic agricultural sector, as well as the need for a balanced and scientifically based State agrarian policy at the stage of Ukraine's inclusion into the European Community.

Key words: State regulation, State support, agricultural sector, economic liberalism, new neoclassical synthesis.

Pic.: 4. **Bibl.:** 19.

Bondarevska Kseniia V. – Candidate of Sciences (Economics), Associate Professor, Associate Professor of the Department of Personnel Management and Labour Economics, Dnipropetrovsk State Finance Academy (vul. Arzhanova, 12, Dnipropetrovsk, 49083, Ukraine)

E-mail: kseny-8888@mail.ru

ЕКОЛОГІЧНИЙ ТУРИЗМ ЯК ЗАСІБ ЗБЕРЕЖЕННЯ НАВКОЛИШНЬОГО СЕРЕДОВИЩА

Дана стаття присвячена екологічному туризму. Розглядаються основні складові екотуризму. Проаналізовано стан природно-заповідного фонду України. Визначено переваги від розвитку екотуризму.

Данная статья посвящена экологическому туризму. Рассматриваются основные составляющие экотуризма. Проанализировано состояние природно-заповедного фонда Украины. Определены преимущества от развития экотуризма.

The given article is deals with ecotourism. The main components of ecotourism are considered. The condition of Nature Reserve Fund of Ukraine is analyzed. The advantages of ecotourism development are determined.

Ключові слова: екологічний туризм, складові екотуризму, навколишнє середовище, території, що охороняються, природно-заповідний фонд, Міжнародна організація екотуризму.

Ключевые слова: экологический туризм, составляющие экотуризма, окружающая среда, природоохранные территории, природно-заповедный фонд, Международная организация экотуризма.

Key words: ecotourism, components of ecotourism, environment, protection areas, Nature Reserved Fund, The International Ecotourism Society.

Актуальність обраної теми полягає у тому, що екологічний туризм покликаний врівноважити «стосунки» між екологією і туризмом та забезпечити раціональне використання природних ресурсів і екологічне виховання туристів. В Україні, завдяки значним природним ресурсам, є великий потенціал для розвитку саме цього виду туризму.

Екологічний туризм (далі екотуризм) (від грец. оїкос – будинок, дім; фр. tourisme – обхід, об'їзд) – нове явище у туристичній діяльності. Початком формування концепції екотуризму варто вважати 80-і роки ХХ ст., коли в пресі з'явилися дослідження на цю тему, пов'язані з роботами швейцарських і західно-німецьких вчених.

Незважаючи на зростаючу популярність екологічного туризму, його частка у світовому обороті туристичного капіталу, за оцінками експертів UNWTO (The World Tourism Organization), складає поки що близько 7 – 10% або близько 35-40 млрд. доларів США. Значною мірою це зумовлено тим, що масовий споживач стандартних туристичних послуг трохи побоюється епітета «екологічний» і єднального з цим словом представлення про винятково некомфортбельні умови відпочинку.

У міжнародній практиці концепція екотуризму включає наступні положення:

- невиснажливе та безперервне використання природних рекреаційних ресурсів;
- забезпечення збереження природної та соціально-культурної різноманітності;
- інтеграція екотуризму в економічний розвиток регіонів;
- екологічна освіта (просвіта) туристів і місцевого населення [3, 116].

За даними UNWTO термін «екологічний туризм» активно використовується в індустрії туризму вже понад 10 років. За спостереженнями великої кількості дослідників, поняття «екотуризм» довгий час мало невизначені межі і досі лишається дискусійним.

Перше визначення екологічного туризму у 1977 р. надали Г. С. Гужин, М. Ю. Беліков, Е. В. Клименок: «в основі екотуризму лежить турбота про навколишнє середовище. На перший план виходить організація поїздок з обмеженим числом учасників у природні зони з можливим відвідуванням місць, що представляють культурний інтерес з метою реалізації різних проектів охорони і раціонального використання природних ресурсів» [7].

Наприклад, доктор географічних наук, професор О.О. Бейдик дає таке визначення екологічному туризму: «екологічний туризм – а) подорож, що передбачає: відвідування природоохоронних об'єктів, в діяльності яких присутня природоохоронна функція (природних, біосферних заповідників, національних природних парків, пам'яток природи, геосайтів та інших місць, де охороняються окремі зразки природних компонентів) з метою відтворення

набутих вражень і знань, наукової та творчої діяльності та екологічного виховання; б) вид туризму, що передбачає максимальне «злиття» з довкіллям, утилітарне використання ландшафту, природних компонентів в обсягах, необхідних лише для задоволення основних індивідуальних потреб [2, 229]».

На сайті Всесвітнього фонду дикої природи (WWF) зазначено, що екологічний туризм – це «туризм, що включає подорожі в місця з відносно незайманою природою з метою отримати уявлення про природні та культурно-етнографічні особливості даної місцевості, який не порушує при цьому цілісності екосистем і створює такі економічні умови, при яких охорона природи і природних ресурсів стає вигідною для місцевого населення. Екотуризм - це природний туризм, що сприяє охороні природи» (1990 р.).

Аналіз вітчизняних наукових розробок та практичних рекомендацій стосовно цього виду туризму свідчить про відсутність єдності як в трактуванні даного явища, так і в концептуальних підходах до його організації. Найпоширенішим видом трактування терміну «екологічний туризм» в Україні є заміна або поєднання його з поняттям «екологізація туризму» чи «сталий» туризм. Саме про це, свідчать матеріали міжнародної науково-практичної конференції «Туризм на порозі XXI століття: освіта, культура, екологія», що відбулася в Києві 19-20 жовтня 1999 року [5, 85].

Основною ідеєю екологічного туризму є, насамперед, турбота про навколишнє природне середовище, що використовується у туристичних цілях. Саме використання в туристичних цілях багатств природи в сполученні з вихованням любові до неї, утвердження важливості її захисту і є відмінною рисою екологічного туризму.

Науковці виокремлюють три основних складових екотуризму – екоосвітню, природоохоронну, етнотолерантну [4, 11].

Екоосвітня складова – наявність в екотурі елементів екологічної освіти та просвіти (пізнання природи, отримання туристами нових знань, навичок та вмінь не просто поведінки у природі, а спілкування з нею).

Природоохоронна складова – це відповідна природозберігаюча поведінка групи на маршруті, застосування спеціальних еколого-туристичних технологій

мінімізації впливу на природне середовище, а також участь туристів і туроператорів у програмах та заходах з захисту навколишнього середовища.

Етнотолерантна складова виявляється у повазі до інтересів місцевих жителів. Це шанобливе ставлення до місцевого населення, збереження традиційних систем природокористування, повага та дотримання місцевих законів і звичаїв, а також внесок туризму в соціально-економічний розвиток даної території. Про це нагадує логотип однієї з англійських молодіжних конференцій з туризму (рис. 1.1.).



Рис. 1.1. Логотип англійської молодіжної конференції з туризму [4, 11].

При відсутності хоча б однієї з цих складових екотуризм неможливий.

Міжнародною організацією екотуризму (The International Ecotourism Society, TIES) було розроблено 10 заповідей екотуриста [9]:

1. Пам'ятати про вразливість Землі.
2. Лишати тільки сліди, забирати з собою тільки фотографії.
3. Пізнавати світ, у який потрапив: культуру народів, географію.
4. Шанувати місцевих мешканців.
5. Не купувати вироби, що піддають небезпеці навколишнє середовище.
6. Завжди ходити тільки протоптаними стежками.
7. Підтримувати програми з захисту навколишнього середовища.
8. Де можливо, використовувати методи зберігання навколишнього середовища.
9. Підтримувати (патрунувати) організації, що сприяють захисту природи.
10. Подорожувати з фірмами, що підтримують принципи екотуризму.

Для багатьох країн екотуризм це не тільки маргінальна діяльність для фінансування охорони навколишнього середовища, а також основний сектор національної економіки. Наприклад, у Коста-Ріці, Еквадорі, Непалі, Кенії, Мадагаскарі та Новій Зеландії, екотуризм є значною частиною валового внутрішнього продукту та економічної діяльності.

Багато країн світу розвивають цей вид туризму, тому що розуміють, що природа – це ресурс, який має вичерпний потенціал. А як відомо, туризм використовує переважно природні туристичні ресурси. Екотуризм складається з програм, які зводять до мінімуму негативні аспекти впливу звичайного туризму на навколишнє середовище і зміцнюють культурну самобутність місцевого населення.

Ресурсами екологічного туризму є рекреаційно-туристичні ресурси природно-заповідного фонду.

Згідно чинного законодавства [1], природно-заповідний фонд (ПЗФ) України – це ділянки суші і водного простору, природні комплекси яких мають особливу природоохоронну, наукову, естетичну, рекреаційну та іншу цінність. Він охороняється як національне надбання, щодо якого встановлюється особливий режим охорони, відтворення і використання проводиться з метою збереження природної різноманітності ландшафтів, генофонду рослинного і тваринного світу, підтримання загального екологічного балансу та забезпечення фонового моніторингу навколишнього природного середовища.

До природно-заповідного фонду України належать природні території та об'єкти і штучно створені об'єкти. До природних територій і об'єктів належать природні заповідники, біосферні заповідники, національні природні парки, регіональні ландшафтні парки, заказники, пам'ятки природи та заповідні урочища. Штучно створені об'єкти ПЗФ – це ботанічні сади, дендрологічні парки, зоологічні парки, а також парки-пам'ятки садово-паркового мистецтва. Загалом, нараховується 11 категорій територій і об'єктів загальнодержавного та місцевого значення (табл. 1.1.) [6, 7]. Функції кожного з перелічених об'єктів ПЗФ України, мета створення й поставлені завдання чітко регламентовані національним законодавством, зокрема Законом України «Про природно-

заповідний фонд України» [1].

Таблиця 1.1.

Структура кількості та площ територій і об'єктів природно-заповідного фонду (ПЗФ) України (станом на 01.01.2010) [6, 9]

Категорія	Кількість		Площа	
	об'єктів	% від загальної кількості	тис. га	% від загальної площі
<i>Заповідники:</i>				
природні (категорія IUCN – Ia)	19	0,2	198,7	5,7
біосферні (категорія IUCN – II)	4	0,1	246,4	7,1
Національні природні парки (категорія IUCN – II)	38	0,5	1001,8	28,7
<i>Заказники:</i>	2853	37,5	1257,5	36,1
загальнодержавного значення (категорія IUCN – IV)	306	4,0	419,7	12,1
місцевого значення (категорія IUCN – IV)	2547	33,5	837,8	24,0
<i>Пам'ятки природи:</i>	3203	42,1	26,5	0,8
загальнодержавного значення (категорія IUCN – III)	132	1,7	5,8	0,2
місцевого значення (категорія IUCN – III)	3071	40,4	20,7	0,6
<i>Ботанічні сади:</i>	27	0,4	1,9	0,05
загальнодержавного значення	18	0,2	1,8	0,05
місцевого значення	9	0,2	0,1	+
<i>Зоологічні парки:</i>	12	0,2	0,4	0,01
загальнодержавного значення	7	0,1	0,1	+
місцевого значення	5	0,1	0,3	0,01
<i>Дендрологічні парки:</i>	54	0,7	1,7	0,04
загальнодержавного значення	19	0,2	1,4	0,03
місцевого значення	35	0,5	0,3	0,01
<i>Парки-пам'ятки садово-паркового мистецтва:</i>	542	7,1	13,4	0,4
загальнодержавного значення	88	1,1	6,0	0,2
місцевого значення	454	6	7,4	0,2
<i>Регіональні ландшафтні парки</i> (категорія IUCN – II)	55	0,7	639,5	18,3
<i>Заповідні урочища</i> (категорія IUCN – Ib)	800	10,5	97	2,8
ВСЬОГО,	7607	100,0	3484,8	100,00
<i>в тому числі:</i>				
загальнодержавного значення	631	8,3	1881,7	
місцевого значення	6976	91,7	1603,1	
Заказник загальнодержавного значення (Чорне море)	1		402,5	

Важливе рекреаційно-туристичне значення в Україні мають заповідні території, хоч їх основне призначення – це збереження типових для даної зони об'єктів, а також збереження і відновлення цінних та унікальних природних комплексів чи їх важливих складових елементів.

Слід зазначити, що різні види природоохоронних територій характеризуються різними ступенями заповідності. Так, для рекреаційних потреб заповідники не використовуються. Найбільше значення для рекреаційно-туристичної сфери мають природні національні парки (рекреаційні зони), парки-пам'ятки садово-паркового мистецтва, зоологічні сади, пам'ятки природи.

Важливе рекреаційне туристичне значення в Україні мають заповідні території, хоч їх основне призначення – це збереження типових для даної зони об'єктів, а також збереження і відновлення цінних та унікальних природних комплексів чи їх важливих складових елементів.

Слід відмітити, що різні види природоохоронних територій характеризуються різними ступенями заповідності. Так, для рекреаційних потреб заповідники не використовуються. Найбільше значення для рекреаційно-туристичної сфери мають природні національні парки (рекреаційні зони), парки-пам'ятки садово-паркового мистецтва, зоологічні сади, пам'ятки природи.

Після прийняття у 1992 р. Закону України «Про природно-заповідний фонд» значно збільшилась кількість об'єктів ПЗФ із розширенням їх площі. Природно-заповідний фонд України станом на 01.01.2010 р. має в своєму складі 7608 територій та об'єктів загальною площею 3268,0 тис. га, в межах території України і 402,5 тис. га в межах акваторії Чорного моря. Відношення площі ПЗФ до площі держави становить 5,4%. Із них за кількістю найбільшу частку мають пам'ятки природи, заказники та заповідні урочища – разом біля 90% від кількості всіх існуючих об'єктів. За площею більше 80% природно-заповідного фонду припадає на заказники, національні природні та регіональні ландшафтні парки (див. табл. 1.1.) [6, 7].

Частка площ територій та об'єктів окремих категорій у природно-

заповідному фонді складає: природних заповідників – 5,7%, біосферних заповідників – 7,1%, національних природних парків – 28,7%, заказників – 36,1%, пам'яток природи – 0,8%, регіональних ландшафтних парків – 18,3%, заповідних урочищ – 2,8%, ботанічних садів - 0,05%, зоологічних парків – 0,01%, дендрологічних парків – 0,04%, парків-пам'яток садово-паркового мистецтва – 0,4% (див. табл. 1.1.) [6, 7].

За даними на 01.01.2010 р. в Україні є 632 території і об'єктів ПЗФ загальнодержавного значення: 19 природних заповідників, 4 біосферних заповідника, 38 національних природних парків, 307 заказників, 132 пам'ятки природи, 18 ботанічних садів, 7 зоологічних парків, 19 дендрологічних парків, 88 парків-пам'яток садово-паркового мистецтва. Їх загальна площа становить 1821,8 тис. га (в межах території України), або 55,7% від усієї площі ПЗФ і 3% від площі України та 402,5 тис. га (в межах акваторії Чорного моря – ботанічний заказник «Філофорне поле Зернова») (див. табл. 1.1.) [6, 7].

Завдяки екологічному туризму можна залучати інвесторів для збереження та відновлювання природних об'єктів. Наприклад, в Україні існує унікальний в Європі Музей лісосплаву на Чорній ріці, який знаходиться на території Синевирського державного національно-природного парку.

У середині XIX ст. на Чорній ріці були збудовані дві греблі для сплаву лісу з гір у долину. Одна з них, споруджена за проектом австрійського інженера Клаузе, збереглася до нашого часу. Саме на ній і влаштований єдиний у Європі Музей лісу і сплаву. Раніше у музеї показували старовинні знаряддя праці. Можна було побачити і підйомні механізми XVIII-XIX ст., які піднімали ворота, щоб відкрити шлях плотам, опори, крізь які випускали плоти-бокори, мости, дерев'яні жолоби, якими спускали деревину з лісосік, різні транспортні засоби, стайню, колибу. Музей відвідували тисячі туристів. Сплавляти ліс припинили у 1954 році минулого століття через будівництво електростанції. Повінь 1998 р. і 2001 р. знищили унікальний музей. Реставрувати музей почали у 2008 році, але невирішені питання між державою, інвесторами та НПП «Синевир» гальмують реставрацію [7].

За умови правильного розуміння змісту та складових екотуризму, він

сприяє соціально-економічному розвитку відсталих регіонів шляхом:

1. Створення робочих місць для місцевого населення як у туристичній індустрії, так і в суміжних галузях.
2. Розвиток прибуткових галузей місцевої економіки (готельне господарство, громадське харчування, транспортний комплекс, виробництво сувенірів, народні промисли тощо).
3. Стимулювання обміну валют.
4. Розвиток сільського господарства і харчової промисловості за допомогою підвищення попиту на продукцію, що випускається і додаткових інвестицій.
5. Поліпшення роботи підприємств житлово-комунального господарства і транспорту.
6. Інвестування раціонального використання туристичних ресурсів (туристичних пам'яток), у тому числі природних територій, що особливо охороняються.
7. Перехід до інтенсивного сільського господарства, тому що виникає необхідність збереження великих ділянок землі у природному стані.
8. Розвиток глобальних комунікацій.
9. Стимулювання охорони місцевої культурної і природної спадщини через постійну увагу туристичної громадськості.
10. Розвиток рекреаційного комплексу і, як наслідок, підвищення його доступності для відпочинку місцевих мешканців [8, с.25].

Екологічний туризм реальний засіб збереження природного середовища, отримання прибутків і задоволення потреб туристів. Але необхідно завжди пам'ятати, що місце, яке для одних є відпочинком, для когось є домівкою.

1. Закон України «Про природно-заповідний фонд України» від 16.05.1992 №2456-ХІІ.

2. Бейдик О.О. Україна: стратегія розвитку національного туризму: Навчально-методичний посібник. – К.: ВГЛ «Обрій», 2009. – 236 с.

3. Грицик М.В. Внутрішній туризм в Україні: Окремі аспекти: Зб. Статей. – К, 2002. – 162 с.

4. Дмитрук О.Ю. Екологічний туризм: Сучасні концепції менеджменту і маркетингу. Навчальний посібник. – К.: Альтерпрес, 2004. – 192 с.

5. П'ятницька Н.О., Ткаченко М.Г. Стратегія розвитку туристичної індустрії та громадського

харчування: Матеріали міжнар. наук.-практ. конф. – 25–26 жовт. 2000 р., Київ. – К., 2000.

6. Проць Б.Г., Іваненко І.Б., Ямелинець Т.С., Станчу Е. Експрес-оцінка стану територій природно-заповідного фонду України та визначення пріоритетів щодо управління ними. – Львів: Гриф Фонд, 2010. – 92 с.

7. Ржсепецька Н.М. “Стан і перспективи розвитку екологічного туризму в Україні”. Магіс. дис. / КНУКіМ. - К.: 2011

8. Храбовченко В.В. Экологический туризм. — М. : Финансы и Статистика, 2003. — 207 с.

9. Сайт Міжнародної організації екотуризму (TIES) // http://www.ecotourism.org/site/c.orLQKXPCLmF/b.4835251/k.FF11/Our_Mission_The_International_Ecotourism_Society.htm
Храбовченко В.В. Экологический туризм. — М. : Финансы и Статистика, 2003. — 207 с.

МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ХАРКІВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ
ІМЕНІ В. Н. КАРАЗІНА

ГРИНАСЮК АНАСТАСІЯ РУСЛАНІВНА

УДК 502.6:504.54:712(477.82)(043.3)

АТРАКТИВНІСТЬ ЛАНДШАФТІВ ВОЛИНСЬКОЇ ОБЛАСТІ

11.00.11 – конструктивна географія
і раціональне використання природних ресурсів

АВТОРЕФЕРАТ
дисертації на здобуття наукового ступеня
кандидата географічних наук

Харків – 2017

Дисертацією є рукопис.

Робота виконана на кафедрі туризму та готельного господарства Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки Міністерства освіти і науки України.

Науковий керівник: доктор географічних наук, професор
Ільїн Леонід Володимирович,
Східноєвропейський національний університет
імені Лесі Українки,
завідувач кафедри туризму та готельного господарства

Офіційні опоненти: доктор географічних наук, професор
Гудзевич Анатолій Васильович,
Вінницький державний педагогічний університет
імені Михайла Коцюбинського,
професор кафедри географії

кандидат географічних наук, доцент
Бучко Жанна Іванівна,
Чернівецький національний університет
імені Юрія Федьковича,
доцент кафедри географії та менеджменту туризму

Захист відбудеться « » грудня о -й год. на засіданні спеціалізованої вченої ради Д 64.051.04 Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна за адресою: 61022, м. Харків, майдан Свободи, 6, ауд. 482.

З дисертацією можна ознайомитись у Центральній науковій бібліотеці Харківського національного університету імені В. Н. Каразіна (61022, м. Харків, майдан Свободи, 4).

Автореферат розісланий 27 листопада 2017 року.

Вчений секретар
спеціалізованої вченої ради
кандидат географічних наук, доцент

Г. В. Тітенко

ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА РОБОТИ

Актуальність теми. В умовах економічного розвитку суспільства при загостренні екологічних проблем збереження довкілля, із підвищенням рівня урбанізації та господарського освоєння земель на перший план виходить прагнення людей якісно задовольнити власні потреби. Це невід’ємна норма життя в цивілізованому суспільстві. Для цього важливе відновлення фізичного та психоемоційного стану людини. Найчастіше таку реабілітацію забезпечують через відпочинок. Основою для розвитку рекреації слугують цільові рекреаційні ресурси, які належать місцевостям зі сприятливим кліматом, мальовничими краєвидами, наявністю водойм, лісів, джерел мінеральних вод і родовищ лікувальних грязей.

При виборі місця відпочинку рекреанти перш за все орієнтуються на привабливість території. Можна вважати, що об’єктивно привабливий, тобто атрактивний ландшафт є головним об’єктом рекреаційного використання. Перед науковцями постає проблема дослідницького забезпечення охорони атрактивних ландшафтів та розвитку рекреаційного господарства з оптимізацією територіальної організації рекреаційних систем. Провідним чинником їх формування є атрактивні ландшафти.

Виокремлення та оцінювання естетично привабливих ландшафтів дало поштовх до розвитку в географічній науці нових напрямів – «естетика ландшафту», «екологічна естетика», «природоохоронна естетика», «екологічна етика» та інших, які в основному є взаємодоповнюючими. Для належного оцінювання привабливості ландшафтів і збереження унікальних пейзажів потрібні спеціальні цільові напрацювання.

Зокрема, залишається актуальним комплексне оцінювання атрактивності ландшафтів за кількісними та якісними показниками для їх охорони та оптимізації. Враховуючи регіональні відмінності рекреаційних територій, складнощі оцінювання атрактивності ландшафтів і, як наслідок, поки що відсутність практичних результатів для багатьох рекреаційних регіонів, актуальними є мета і завдання дисертаційної роботи.

Зв’язок роботи з науковими програмами, планами, темами. Тематика дослідження входить до державних, галузевих та регіональних програм, зокрема Державної цільової соціальної програми розвитку в Україні спортивної та туристичної інфраструктур у 2011–2022 роках, Державної програми охорони навколишнього природного середовища, Регіональної програми розвитку туризму та рекреації у Волинській області на 2016–2020 роки та ін.

Рекреаційно-туристичний напрям досліджень є складовою частиною дослідницьких тем Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки (№№ д. р. 0103U000658, 0106U000275, 0103U000675, 0109U000576).

Мета і задачі дослідження. Метою дисертаційного дослідження є комплексне оцінювання атрактивності ландшафтів Волинської області за кількісними та якісними показниками для їх охорони та оптимізації відповідно до цілей рекреаційно-туристичної діяльності.

Для реалізації мети виконано такі завдання:

- проаналізовано теоретико-методологічні засади оцінювання атрактивності ландшафтів;
- вдосконалено алгоритм оцінювання атрактивності ландшафтів;
- з’ясовано передумови і чинники формування атрактивних ландшафтів;

- виявлено особливості типізації ландшафтно-пейзажних комплексів регіону з метою оцінювання їх естетичної привабливості;
- обґрунтовано комплексний підхід щодо оцінювання атрактивності ландшафтів Волинської області;
- здійснено оцінювання атрактивності ландшафтно-пейзажних комплексів;
- запропоновано шляхи охорони та оптимізації туристсько-рекреаційного природокористування на основі атрактивності ландшафтів.

Об'єктом дослідження є природні та окультурені ландшафти Волинської області.

Предметом дослідження є оцінювання атрактивності ландшафтів для збереження та оптимізації рекреаційного природокористування в регіоні.

Методи дослідження. У роботі використано матеріали польових досліджень, статистичні дані, а також літературні та картографічні наукові джерела. При виконанні досліджень використано методи і прийоми ландшафтознавчого аналізу, польові дослідження ландшафтних комплексів, структурно-логічні узагальнення, порівняльно-описовий метод, картографічний, математичної статистики, бальних шкал, опитування, експертних оцінок, комп'ютерні методи опрацювання даних та ін.

Наукова новизна одержаних результатів визначається тим, що:

вперше:

- деталізовано предметну сутність атрактивних ландшафтів, обґрунтовано поєднані об'єктивістські та суб'єктивістські шляхи їх пізнання;
- здійснена пейзажна диференціація ландшафтів регіону;
- охарактеризовані естетичні якості ландшафтно-пейзажних комплексів Волинської області;
- проведено комплексне оцінювання атрактивності ландшафтів Волинської області за кількісними та якісними показниками;
- укладено серію тематичних карт щодо ландшафтознавчо-пейзажного районування та естетичного потенціалу території регіону;

удосконалено:

- існуючі методики оцінювання атрактивності ландшафтів на основі кількісних і якісних показників та адаптовано їх відповідно до природних особливостей досліджуваного регіону;
- методичні аспекти рекреаційно-господарського зонування території;

отримали подальший розвиток:

- теоретичні положення та методичні рекомендації щодо оцінювання атрактивності ландшафтів;
- конструктивно-географічний підхід до використання атрактивних ландшафтів у туристсько-рекреаційній діяльності.

Практичне значення одержаних результатів. Проведені дослідження дали змогу виявити найпривабливіші ландшафти Волинської області. Матеріали дисертації використано як довідкову й науково-практичну основу в оцінюванні атрактивності природних та окультурених ландшафтів з метою раціональної організації туристсько-рекреаційної діяльності, ландшафтного і територіального планування, створення системи збереження унікальних ландшафтних комплексів на основі їхньої естетичної значущості. Результати дослідження застосовуються у навчальному процесі СНУ імені Лесі Українки при викладанні навчальних дисциплін

«Рекреаційна географія», «Туристичні ресурси України», «Географія туризму України» (довідка № 03-28/01/4277 від 02.11.2017 р.) та Академії рекреаційних технологій і права при викладанні навчальних дисциплін «Рекреаційна географія», «Туристичні ресурси України» (довідка № 66 від 26.09.2016 р.). Прикладні результати і рекомендації дисертаційної роботи використано у науково-практичній діяльності Ківерцівського національного природного парку «Цуманська пуца» (довідка № 01-15/143 від 02.06.2017 р.). Матеріали дослідження використовуються туристичними організаціями та підприємствами при розробці та удосконаленні рекреаційно-туристичної діяльності регіону (ГО «Клуб екологічного туризму», Міський центр туризму, спорту і краєзнавства учнівської молоді Луцької міської ради (довідка № 01–Д від 01.11.2017 р.) та ін.

Особистий внесок здобувача. Дисертаційна робота є самостійною науковою працею, для виконання якої автором зібрано літературний та польовий фактичний матеріал, узагальнено теоретичні підходи, методику й створено алгоритм дослідження та представлено результати оцінювання атрактивності ландшафтів Волинської області.

Апробація результатів дисертації. Результати дисертаційної роботи доповідались та обговорювались на: Міжнародній науковій конференції студентів та аспірантів «Географічні дослідження: історія, сьогодення, перспективи» (Харків, 2013); VII Міжнародній науково-практичній конференції студентів і аспірантів «Молода наука Волині: пріоритети та перспективи досліджень» (Луцьк, 2013); II Міжнародній науковій конференції студентів, аспірантів та молодих вчених «Географічні і геоecологічні дослідження в Україні та суміжних територіях» (Сімферополь, 2013); науково-практичній конференції з міжнародною участю «Регіон – 2013: стратегія оптимального розвитку» (Харків, 2013); V Міжнародній науковій конференції «Геоecологічні проблеми сучасності» (Владімір, 2013); Міжнародній науково-практичній конференції «Національні природні парки – минуле, сьогодення, майбутнє» (Світязь, 2014); III Міжнародній науковій конференції студентів, аспірантів та молодих вчених «Екологія, неоекологія, охорона навколишнього середовища та збалансоване природокористування» (Харків, 2014); Міжнародній науково-практичній конференції «Теоретичні та прикладні аспекти розвитку природничих дисциплін» (Полтава, 2014); VI Міжнародній науково-практичній конференції «Актуальні проблеми дослідження довкілля» (Суми, 2015); XI Всеукраїнських наукових Таліївських читаннях (Харків, 2015); Другій Всеукраїнській науково-практичній конференції за міжнародною участю «Екологічні проблеми природокористування та охорона навколишнього середовища» (Рівне, 2015); XI–XII з'їздах Українського географічного товариства (Київ, 2012; Вінниця, 2016), а також щорічних наукових семінарах і конференціях професорсько-викладацького складу Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки (Луцьк, 2010–2017).

Публікації. За темою дисертаційної роботи опубліковано 22 наукові праці, із них 12 статей, із яких 6 – у виданнях, рекомендованих МОН України як фахові та 6 у інших наукових виданнях (у т. ч. 1 зарубіжна), 10 у матеріалах конференцій.

Структура та обсяг дисертації. Дисертаційна робота складається зі вступу, чотирьох розділів, загальних висновків, списку використаних джерел та 16 додатків.

Обсяг загального тексту дисертації складає 286 сторінок, з них основного тексту 154 сторінки. Робота ілюстрована 35 таблицями та 12 рисунками. Список використаних джерел містить 295 найменувань, з них 34 латиницею.

ОСНОВНИЙ ЗМІСТ ДИСЕРТАЦІЇ

У **вступі** обґрунтовано актуальність теми, мету і завдання, об'єкт і предмет дослідження, розкрито наукову новизну та практичне значення отриманих результатів.

У першому розділі «**Теоретико-методологічні засади оцінювання атрактивності ландшафтів**» розглянуто ландшафт як середовище рекреаційної діяльності, визначено місце та роль оцінювання естетичних властивостей ландшафтів у комплексній оцінці рекреаційного потенціалу території, здійснено огляд історичного розвитку ландшафтної естетики як наукового напрямку географії, розкрито основні поняття ландшафтної естетики, систематизовано теоретико-методологічні підходи щодо оцінювання атрактивності ландшафтів, а також обґрунтовано теоретико-методичний алгоритм вивчення атрактивності ландшафтів.

Теоретико-методологічну основу дослідження склали ключові положення вітчизняних і зарубіжних науковців: Л. А. Багрової, О. О. Бейдика, Р. В. Боброва, В. Є. Борейка, Н. В. Бучацької, Ж. І. Бучко, А. Р. Будрюнаса, Ю. В. Веденіна, К. Н. Горба, М. Д. Гродзинського, О. Ю. Гродзинської, А. В. Гудзевича, Г. І. Денисика, Д. О. Диріна, О. Ю. Дмитрука, К. М. Долгова, К. І. Ерінгіса, Л. В. Ільїна, Ф. Кейна, О. О. Любіцевої, А. Н. Мартинової, А. Ж. Мелумми, Л. І. Мухіної, В. А. Ніколаєва, В. М. Пашенка, В. М. Петліна, В. С. Преображенського, Н. Ф. Реймерса, О. В. Савицької, В. П. Стаускаса, М. Ю. Фролової, П. Г. Шищенко та ін.

Питання методології та методики дослідження є важливим у всіх сферах наукових галузей, однак у ландшафтознавчій естетиці воно є особливо актуальне, оскільки цей напрям порівняно новий і не має добре розробленого теоретико-методологічного апарату. Дослідження різних авторів, проведені в цій сфері, визначили різні напрями та підходи до оцінювання атрактивності ландшафтів. Існуючі методики придатні для використання тільки за певних умов, тому для виявлення найпривабливіших пейзажів досліджуваної території варто враховувати її регіональні особливості. Для оцінювання ландшафтів Волинської області найефективнішим є поєднання об'єктивного та суб'єктивного підходів з метою забезпечення більшої достовірності результатів оцінювання.

Алгоритм здійснення оцінювання атрактивності ландшафтів наведено на рис. 1.

На основі вивчення різних підходів до оцінювання ландшафтів нами розроблено методики для визначення естетичної привабливості пейзажів Волинської області. Методика оцінювання за факторно-компонентною структурою ґрунтується на об'єктивному підході й дає змогу виділити складові, які формують ландшафтне середовище досліджуваної території та оцінити їх за певними критеріями привабливості. Прояву тих чи інших показників відповідає певна кількість балів (табл. 1).

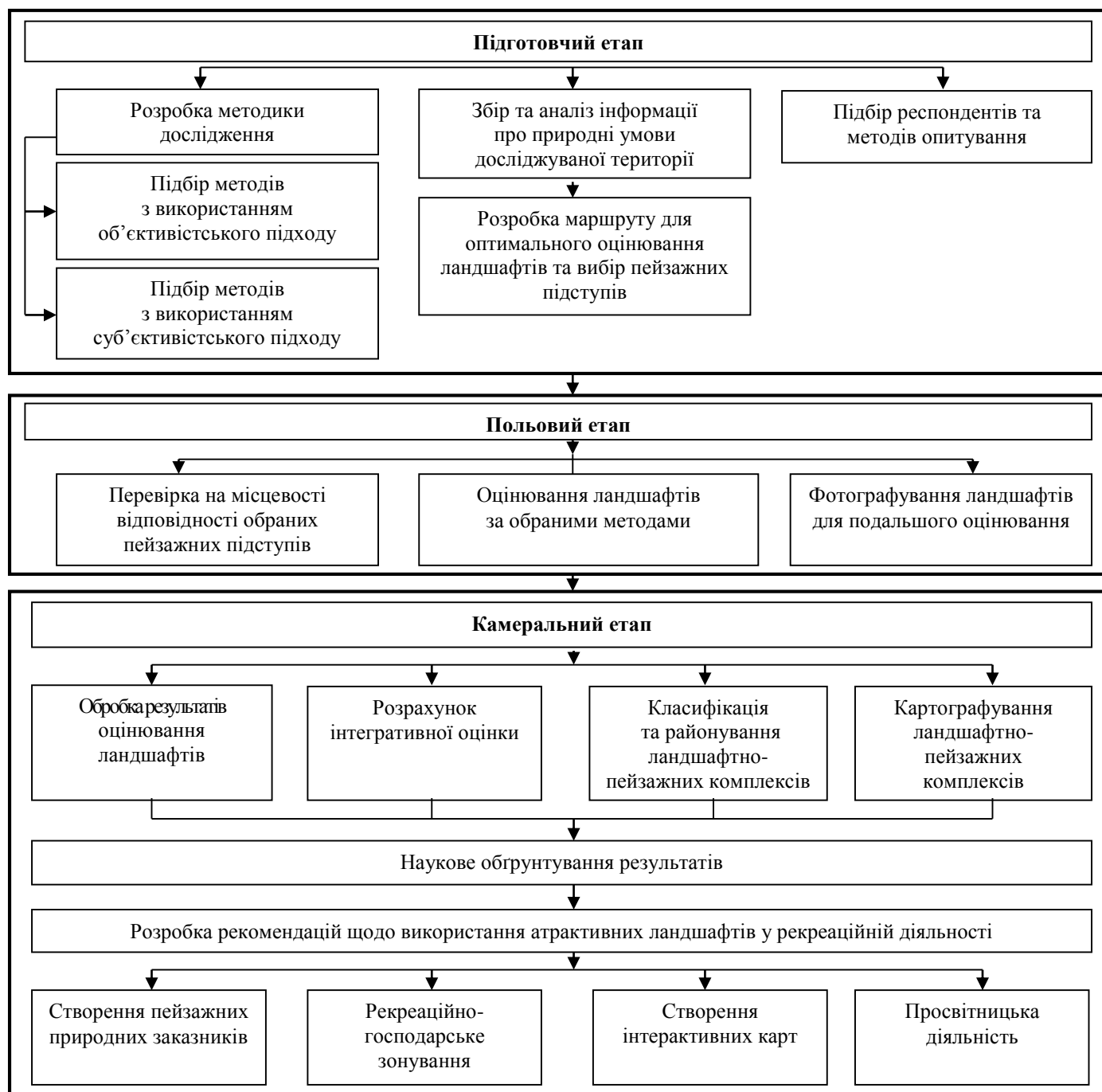


Рис. 1. Алгоритм оцінювання атрактивності ландшафтів

Таблиця 1

Шкала оцінювання атрактивності ландшафтів за факторно-компонентною структурою

Ознака	Шкала оцінок	Макс. Бал
Рельєф		
Характеристики рельєфу	Плоско-рівнинний – 0 Слабогорбистий – 1 Горбистий – 2	2
Наявність виражених форм рельєфу	Відсутність форм – 0 Насип, дамба, кар'єр – 1 Яр, балка, дюни, пасма, вали – 2 Обрив, відслонення відкладів, добре виражені тераси і заплави – 3	3

Водні об'єкти		
Наявність водойм	Немає – 0 Одна – 1	1
Площа озера, км ²	< 0,1 – 0 0,11–0,5 – 1 > 0,51 – 2	2
Довжина озера, км	< 2,0 – 0 2,1 – 5,0 – 1 > 5,1 – 2	2
Ширина озера, км	< 0,5 – 0 0,51 – 1,0 – 1 > 1,1 – 2	2
Своєрідність озер	Наявність гідротехнічних споруд – 0 Наявність пірсів – 1 Наявність островів, гирла річки – 1	2
Форма та розміри річок і каналів	Сухі річища, канали – 0 Середні річки – 1 Великі річки – 2	2
Своєрідність річок	Наявність гідротехнічних споруд – 0 Наявність пірсів, мостів, переправ, човнів – 1 Наявність островів, виражені меандри – 1	2
Берегова лінія	Не виражена або заросла берегова лінія – 0 Трав'янистий берег (без гарного підступу до води) – 1 Піщаний берег з пляжем – 2	2
Заболоченість	Є – 0 Немає – 1	1
Інші водні об'єкти	Є – 1 Немає – 0	1
Рослинний і тваринний світ		
Залісеність території	Відсутня – 0 1 – 15 %, більше 85% – 1 16 – 30% ; 61 – 85% – 2 31 – 60 % – 3	3
Різноманітність рослинності	Перевага рослинності одного типу в ландшафті – 1 Рослинність змішаних типів – 2	2
Наявність атрактивних природних об'єктів	Наявність виражених форм рельєфу – 1 Наявність лісових галявин – 1 Наявність водних об'єктів – 1 Ягідники, лікарські рослини, грибні місця – 1 Наявність рідкісних і зникаючих рослин – 1	5
Видовий склад лісу	Листяні – 1 Хвойні – 2	2
Присутність живих істот	Немає – 0 Є – 1	1
Оглядовість	Погана – закрита рослинністю або прихована – 0 Хороша – простежується, формує пейзаж – 1	1
Діяльність людини		
Віддаленість від населених пунктів	Поблизу (в радіусі до 5 км) – 0 Далеко (в радіусі від 5 км) – 1	1
Антропогенне навантаження на ландшафти	Деградовані – 0 Змінені – 1 Малозмінені – 2 Незмінені – 3	3
Наявність споруд	Наявність меліоративних, інженерних споруд, ліній електропередач, сміттєзвалищ – (– 1) Старі поселення та руїни – 1	1
Історична своєрідність та автентичність		
Наявність культурних об'єктів	Відсутні – 0 Церкви, автентичні будівлі, поля битв, захоронення – 1 Замки, городища, старовинні монастирі – 2	3
Охоронні об'єкти і території		

Закінчення таблиці 1

Наявність охоронних об'єктів і територій природного походження	Ландшафтні парки, заказники, пам'ятки природи, заповідні урочища – 1 Природні та біосферні заповідники, національні природні парки – 2	2
Наявність охоронних об'єктів і територій штучного походження	Відсутність пам'яток – 0 Наявність ботанічних садів, дендрологічних парків, парків-пам'яток садово-паркового мистецтва – 1	1
Використання території в рекреаційних цілях		
Придатність території для відпочинку	Незручна (тяжко доступна або інтенсивно використовується у господарській діяльності) – 0 Зручна (екстенсивно використовується у господарстві, легкодоступна) – 1	1
Наявність об'єктів відпочинку	Немає – 0 Є – 1	1
Наявність туристичних маршрутів	Немає – 0 Є – 1	1

На етапі камеральних досліджень для отримання точніших результатів відбиралися світлини пейзажних панорам, які найбільше формують візуальний образ досліджуваної території. Відібрані фотографії було повторно проаналізовано та оцінено за методом якісних показників із залученням респондентів. Для цього використано методику американського дослідника Ф. Кейна (Kane P. S., 1981), що ґрунтується на суб'єктивному підході. За цією розробленою анкетною респонденти фіксували свої емоційні враження від пейзажу, який вони спостерігали, використовуючи набір якісних показників, відповідно до ступеню їх прояву, оцінюваного за 7-бальною шкалою (табл. 2).

Таблиця 2

**Оцінювання пейзажу за методом якісних показників
(за P. S. Kane, 1981; зі змінами)**

вологий	1	2	3	4	5	6	7	сухий
стриманий	1	2	3	4	5	6	7	емоційний
потворний	1	2	3	4	5	6	7	прекрасний
цікавий	1	2	3	4	5	6	7	нудний
яскравий	1	2	3	4	5	6	7	похмурий
зрозумілий	1	2	3	4	5	6	7	загадковий
гармонійний	1	2	3	4	5	6	7	дисгармонійний
холодний	1	2	3	4	5	6	7	теплий
ніжний	1	2	3	4	5	6	7	суворий
розчаровуючий	1	2	3	4	5	6	7	надихаючий
інтимний	1	2	3	4	5	6	7	публічний
постійний	1	2	3	4	5	6	7	динамічний
неприємний	1	2	3	4	5	6	7	приємний
пригнічуючий	1	2	3	4	5	6	7	збуджуючий
насичений	1	2	3	4	5	6	7	порожній
притягуючий	1	2	3	4	5	6	7	відразливий
неоднорідний	1	2	3	4	5	6	7	цілісний
порушений	1	2	3	4	5	6	7	природно-пропорційний
кольоровий	1	2	3	4	5	6	7	безбарвний
хаотичний	1	2	3	4	5	6	7	впорядкований
простий	1	2	3	4	5	6	7	складний

Аналіз методик, які використані при оцінюванні привабливості ландшафтів, показав, що методика оцінювання атрактивності ландшафтів за факторно-компонентною структурою є більш аналітичною та об'єктивною. Вона забезпечує не лише оцінювання привабливості пейзажу, а й деталізує причини такого оцінювання. Методика оцінювання ландшафтів за якісними показниками забезпечує менш корисну інформацію, але натомість її можна використовувати при роботі з фото, а також для корекції результатів, отриманих після оцінювання ландшафтів за факторно-компонентною структурою.

Проведений аналіз природних умов Волинської області дав можливість виділити природні комплекси, які вирізняються за пейзажно-естетичними властивостями. Універсальною одиницею рекреаційного територіального поділу є комплекс пейзажів, запропонований А.–Р. А. Будрюнасом та К. І. Ерінгісом. За їхнім твердженням, комплекс пейзажів – це «... територія, для якої характерне фізіономічне різноманіття за основними якісними та кількісними показниками пейзажу, а саме: за рельєфом, поверхневими водами, рослинністю і змістом людської діяльності. Окремі пейзажі на оцінюваній території самі по собі можуть бути досить різноманітними. Пейзажний комплекс виділяється не за всіма можливими пейзажами на певній території, а лише за найвиразнішими, які відкриваються зі спеціально підібраних точок огляду – пейзажних підступів. Комплекс пейзажів є типологічною одиницею» (Ерінгіс К. І., 1975).

Д. О. Дирін зазначив, що типологічно ідентичні ландшафти формують схожі образи місцевості. Такі однотипні пейзажі викликають схожі відчуття у спостерігача при їх сприйнятті і, очевидно, володіють однаковим естетичним потенціалом. Таке твердження дало підставу виділити особливу таксономічну одиницю – ландшафтно-пейзажний комплекс – сукупність основних візуальних характеристик ландшафту, що формують його специфічний образ. Ландшафтно-пейзажні комплекси – це особливі геопросторові реалії, які різняться за умовами сприйняття і фізичними особливостями формування пейзажів тієї чи іншої місцевості (Дирін Д. О., 2006).

На завершальному етапі оцінювання атрактивності ландшафтів отримані результати дають можливість виділити потенційно привабливі території. Для цього було розроблено класифікацію оцінок. Максимальна кількість балів, яку може отримати ландшафт, – 50 (табл. 3.)

Таблиця 3

Класифікація ландшафтів за естетичною цінністю

Ранг цінності	Естетична цінність	Бали
I	Найбільш естетично цінні ландшафти	40 – 50
II	Ландшафти високої естетичної цінності	25 – 39
III	Ландшафти середньої естетичної цінності	15 – 24
IV	Найменш естетично цінні ландшафти	0 – 14

У другому розділі «**Передумови і чинники формування атрактивних ландшафтів**» подано характеристики природних рекреаційних ресурсів, а саме кліматичних, водних, лісових, санаторно-курортних, мисливсько-рибних, природно-заповідного фонду, а також охарактеризовано історико-культурні рекреаційні ресурси, які мають безпосередній вплив на формування пейзажно-ландшафтної структури території.

Волинський регіон має сприятливі природні умови, багатий на туристсько-рекреа-

ційні ресурси і тому має всі підстави для успішного розвитку туризму. Цікавими є особливості надр і рельєфу території дослідження, пов'язані з антропогеновим зледенінням. Поширені морфоскульптури визначають атрактивність рельєфу й відіграють провідну роль у формуванні пейзажів. Клімат сприятливий для розвитку рекреаційної діяльності. Достатня кількість опадів зумовила розвиток густої річкової та озерної мережі, водно-болотних угідь, формування лісової рослинності. Водні ресурси Волинської області представлені 132 річками загальною протяжністю 3414 км та більш як 235 озерами. Найпривабливішим озерним комплексом є Шацьке поозер'я, до складу якого входять 24 озера, найбільші з яких – Світязь, Пулемецьке, Луки, Пісочне. Волинська область відноситься до регіонів з потужним лісовим фондом в Україні. Сучасний рівень залісеності становить у середньому 34,3 %. Значне поширення мають дубово-соснові ліси, вони двоярусні, висотою до 30 м. Під деревостаном багатий підлісок із ліщини, крушини та інших чагарників. Санаторно-курортні ресурси представлені родовищами лікувально-торфових грязей, сапропелів і мінеральних вод. Волинська область має високий потенціал природних рекреаційних ресурсів, чим зумовлений і високий коефіцієнт заповідності території регіону. Серед об'єктів природно-заповідного фонду є природні заповідники, національні природні парки, заказники, заповідні урочища, пам'ятки природи, парки-пам'ятки садово-паркового мистецтва, ботанічні сади.

Пам'ятки історії та культури Волинської області є атракційними об'єктами огляду на туристичних маршрутах. Поряд із цим вони доповнюють пейзажні картини, що відкриваються спостерігачам. Історико-культурні рекреаційно-туристичні ресурси представлені комплексом історичних, архітектурних, археологічних, мистецьких, літературних пам'яток. До пам'яток архітектури та містобудування Волинської області входять Луцький замок (замок Любарта), замок Радзивіллів і численні сакральні об'єкти. Пам'ятки археології поширені здебільшого в Луцькому, Маневицькому, Володимир-Волинському та Ківерцівському адміністративних районах.

Природно-ландшафтні й історико-культурні рекреаційні ресурси Волинської області у значній мірі визначають формування пейзажного каркасу території цього регіону.

У третьому розділі **«Оцінювання атрактивності ландшафтів Волинської області»** проаналізовано ландшафтні особливості регіону, виділено й охарактеризовано ландшафтно-пейзажні комплекси, проведено оцінювання атрактивності ландшафтів Волинської області, розраховано естетичний потенціал ландшафтно-пейзажних комплексів.

На основі проведених польових і камеральних досліджень, спираючись на візуальні особливості ландшафтів та взявши за основу будову надр і рельєфу регіону, нами виділено 3 типи ландшафтно-пейзажних комплексів Волинської області та створено карту (рис. 2).

1. *Ландшафтно-пейзажні комплекси поліських річкових долин в межах алювіальних рівнин* – долинно-річкові пейзажі, сформовані на заплавах і надзаплавних терасах головних водних артерій області, розміщені на відкритих і напіввідкритих переважно плоских і слаборозчленованих поверхнях в оточенні лучної та болотної рослинності, зрідка оточені лісовими масивами. Візуальна привабливість території зумовлена поєднанням низинного рельєфу із меандрами річок. Характерні дерев'яні будинки, сакральні споруди і сільськогосподарські поля доповнюють пейзажну картину.

2. *Ландшафтно-пейзажні комплекси межиріч водно-льодовикових рівнин* – представлені озерними, лісовими та аграрними пейзажами Поліської низовини. Територія

має високий естетичний потенціал: природні малозмінені ландшафти, де гармонійно поєдналися ліси з просторими болотами, різноманітність рослинного покриву створює своєрідний колорит місцевості, а рельєф підсилює привабливість численних озер із чистою прозорою водою. Кожне озеро має різну конфігурацію берегів, площу водної поверхні, своєрідну форму улоговин. Аграрні пейзажі найбільш привабливі в середині літа, коли засіяні поля поєднуються із окремими лісовими насадженнями на слабогорбистому рельєфі, створюють певне різноманіття за рахунок контрастних кольорів.

3. *Ландшафтно-пейзажні комплекси денудаційно-аккумулятивних рівнин* – долинно-річкові пейзажі малих річок та аграрні пейзажі на слабогорбистих привододільних просторах Волинської височини. У формуванні пейзажів території беруть участь і елементи окультуреного ландшафту. В цілому, територія характеризується великою пейзажною виразністю, де переважає поєднання відкритих і напіввідкритих просторів з невеликими залісеними площами й слабогорбистими привододільними просторами, з домінуючими в них сільськогосподарськими угіддями та водними об'єктами.

В результаті оцінювання атрактивності ландшафтів Волинської області виділено території з різним ступенем привабливості ландшафтів і створено карту (рис. 3).

Отримані результати дослідження показали, що найціннішими в естетичному плані виявились ландшафти Верхньоприп'ятського ландшафтно-пейзажного комплексу, природна цінність якого у Волинській області є найбільшою. Природні умови сформували тут привабливе середовище, яке вирізняється високим ресурсним потенціалом прибережного рекреаційного каркасу. Саме водні об'єкти, які розміщені на території пейзажного комплексу, мають найбільше значення у формуванні краєвидів. Підвищують естетичну привабливість наявні лісові масиви із сосни звичайної, а розкинуті на півночі водно-болотні угіддя створюють певне тло «дикої» природи, де можна зустріти велику кількість живих істот, занесених до Червоної книги України. Ландшафтне різноманіття цих природних комплексів сприяло створенню тут Шацького національного природного парку. Значну частину території Волинської області займають ландшафти високої цінності. Такими стали пейзажні комплекси долин річок Прип'яті, Стоходу, Стиру та лісові масиви Маневиччини. Це природні ландшафти, які вирізняються багатоманітністю рослинності, наявністю великих озер і річок, які добре проглядаються у пейзажі. Головним чином це заповідні території, ландшафти яких найменш змінені, що робить їх цінними в естетичному плані. Унікальність ландшафтних комплексів долин річок Прип'яті та Стоходу стали підґрунтям для утворення національного природного парку «Прип'ять–Стохід».

До складу ландшафтів середньої цінності увійшли пейзажні комплекси долин річок Західного Бугу, Турії та малих річок Волинської височини, аграрні пейзажі Бузько-Турійського межиріччя та Ківерцівські лісові пейзажі. В основному це ландшафти з бідною рослинністю, пейзажі яких однорідні та монотонні. Значне господарське освоєння території позначилося на ландшафтах зменшенням їх привабливості через вирубування лісів, осушення земель та перетворення русел ручок для сільськогосподарських потреб. Такі ландшафти не мають значного естетичного потенціалу, хоча вони багаті на біотичні ресурси. Посилює атрактивність пейзажних комплексів наявність культурних і сакральних об'єктів.

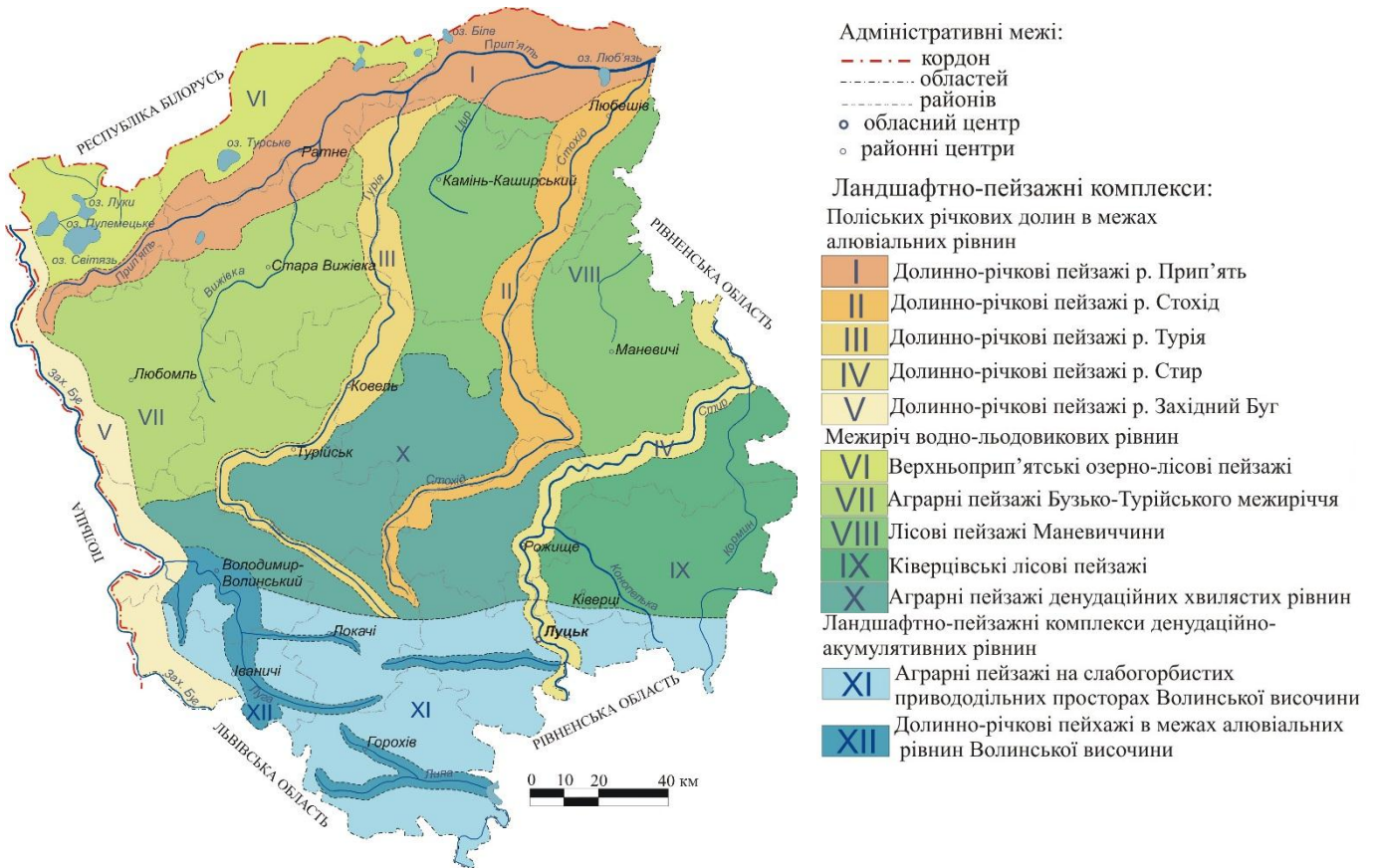


Рис. 2. Ландшафтно-пейзажні комплекси Волинської області

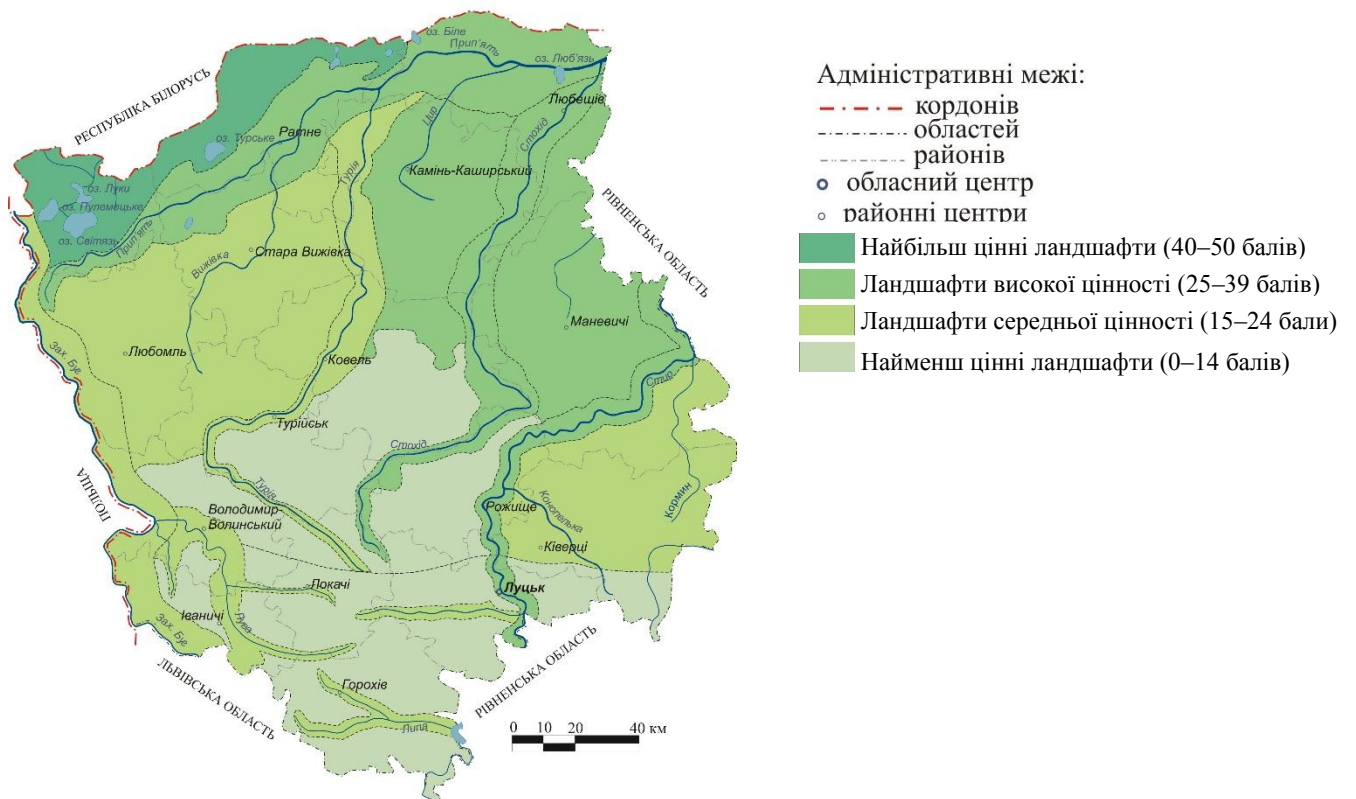


Рис. 3. Естетична привабливість ландшафтно-пейзажних комплексів Волинської області

Найменш привабливими ландшафтно-пейзажними комплексами стали аграрні пейзажі слабогорбистих привододільних просторів Волинської височини та денудаційних хвилястих рівнин. Головним чином це території, що інтенсивно використовуються у сільському господарстві, на яких відсутні природні, значні за розмірами водні об'єкти й лісові насадження. Ландшафти характеризуються найбільшим різноманіттям форм рельєфу, що створює багатоплановість, завдяки чому проглядаються різноманітні сільськогосподарські поля. Такі краєвиди позитивно впливають на пейзажне сприйняття людини, але їх привабливість сезонна і досягає свого піку в період досягання врожаю.

У четвертому розділі «**Охорона та оптимізація рекреаційного використання атрактивних ландшафтів**» розглянуто питання охорони та збереження атрактивних ландшафтів, запропоновано схему рекреаційно-господарського зонування та дано практичні рекомендації щодо оптимізації туристсько-рекреаційного природокористування.

Аналіз досвіду зарубіжних країн показав, що найбільш ефективним способом збереження атрактивних ландшафтів є включення цих територій до природно-заповідного фонду. Тому доцільним буде створення нової об'єктної категорії природно-заповідного фонду – пейзажних природних заказників. Це сприятиме збереженню атрактивних ландшафтів. Отже, ми вважаємо, що *природний пейзажний заказник* – це природна територія, створена на основі естетичної привабливості ландшафтних комплексів. Основним завданням такого заказника є збереження пейзажного різноманіття регіону.

З точки зору перспектив розвитку рекреаційної діяльності різних видів нами розроблено схему рекреаційно-господарського зонування території, що ґрунтується на результатах виконаного оцінювання атрактивності ландшафтів (рис. 4).

Зона обмеженого рекреаційного природокористування включає найбільш атрактивні ландшафти Волинської області, де міститься цінний природний комплекс Шацьких озер. Використання ресурсів у цій зоні повинне бути строго регламентованим, а проведення туристсько-рекреаційної діяльності обмежуватися екологічним і пізнавальним туризмом.

Для вирішення проблеми надлишкового туристичного навантаження треба створити додаткові зони для відпочинку. Найбільш придатними для цього є ландшафти високої естетичної цінності, що формують *зону активного туризму*.

Зона інтенсивного рекреаційного використання. Це ландшафти середньої та низької естетичної цінності, найчастіше це антропогенно змінені природні комплекси, які інтенсивно використовуються у господарстві. Однак саме ця зона може забезпечити короткостроковий відпочинок та залучити любителів полювання, рибної ловлі, збору грибів, ягід, лікарських рослин тощо. Через високий рівень сільськогосподарської діяльності можливий розвиток сільського, аграрного та промислового туризму.

Крім організації природоохоронної діяльності, для оптимізації туристсько-рекреаційного природокористування у Волинській області важливими завданнями є:

- розробка та впровадження комплексного проекту організації ведення туристсько-рекреаційної діяльності на територіях з найбільшим показником атрактивності;

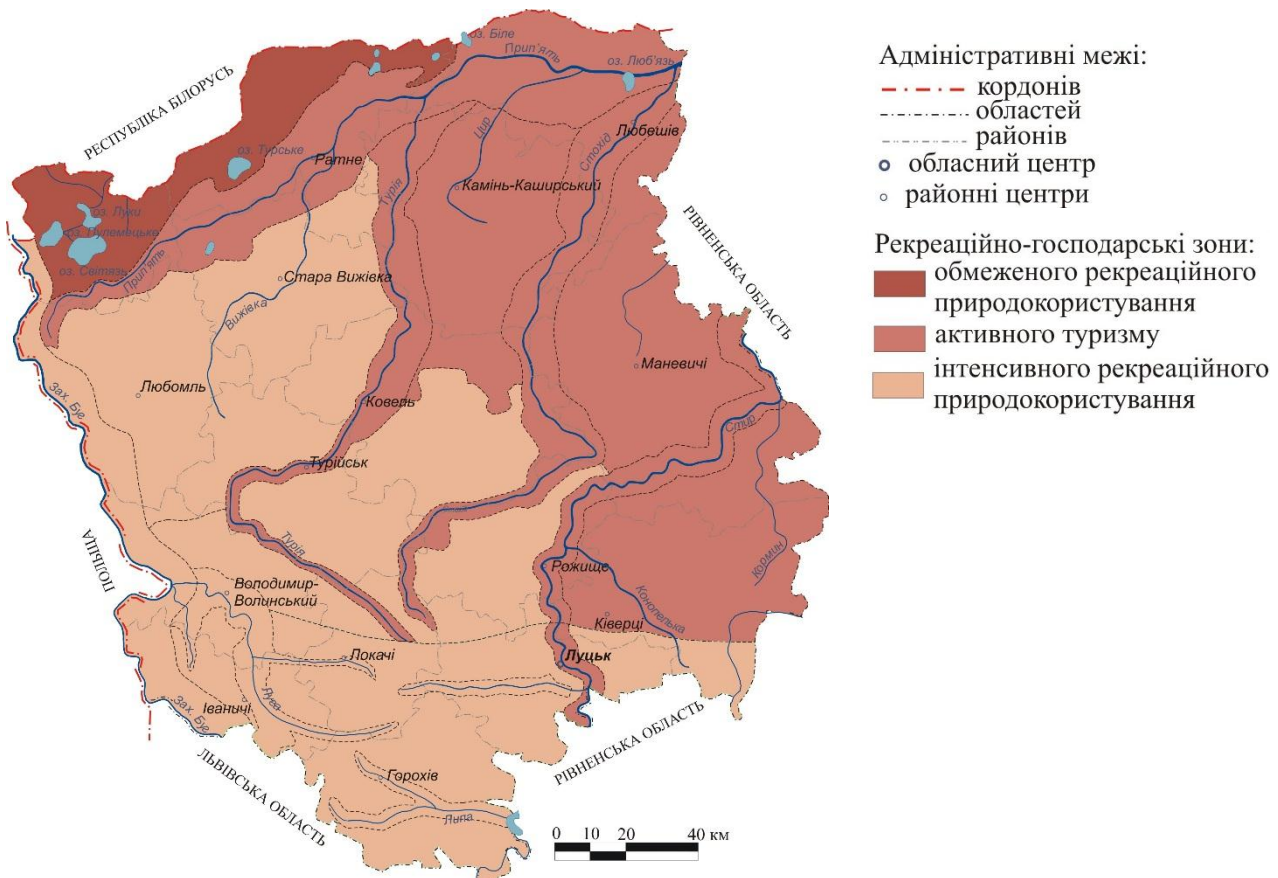


Рис. 4. Рекреаційно-господарського зонування Волинської області відносно атрактивності ландшафтів

- безперервний моніторинг стану навколишнього природного середовища та строгий контроль за дотриманням рекреантами природоохоронного й екологічного законодавства;
- розробка і вдосконалення територіальної рекреаційної системи регіону та функціонального зонування рекреаційних регіонів із урахуванням виявленого пейзажно-естетичного потенціалу території;
- зменшенню локального впливу рекреаційного навантаження сприятиме розширення потенційних зон запровадження рекреаційно-туристичної діяльності, що потребує облаштування територій відпочинку, прокладання доріг, лісових стежок, туристичних маршрутів та їх маркування, визначення пейзажних точок і встановлення необхідних інформаційних дощок, створення транспортних стоянок і кемпінгів, контроль за рівномірним розташуванням рекреантів у зонах відпочинку, організація прокатних пунктів (велосипедів, човнів, байдарок та іншого обладнання для активного відпочинку); також відпочинкові зони можуть потребувати формування ландшафту лісовими підсадками, збільшення продуктивності лісових систем, проведення санітарної рубки дерев, збереження екосередовищної рівноваги, захисту території від негативних явищ природи тощо;
- використання природних ресурсів повинно передбачати їх рекультивацію, що в свою чергу включає науково обґрунтовані заходи із відновлення природного стану території; для досягнення природної гармонії варто відновити лісові насадження та створити нові лісові смуги навколо населених пунктів, регламентувати забудову територій, створити парки відпочинку у всіх населених пунктах і збільшити рекреаційні ресурси для зон відпочинку місцевого рівня;

– створення інтерактивних карт із позначеннями атрактивних територій та пейзажних точок, розробка карт рекреаційного навантаження та рекомендацій щодо створення генерального плану забудови територій на основі оцінювання атрактивності ландшафтів;

– проведення активної просвітницької діяльності серед населення дбайливого ставлення до природних ресурсів і запровадження природоохоронної естетики та естетики ландшафтів до вивчення у школах і вищих навчальних закладах.

Виконане дослідження у сфері оцінювання атрактивності ландшафтів регіону має теоретичне та практичне значення. Подальші розробки з цієї тематики забезпечать розвиток ландшафтознавчої естетики. Красиві пейзажі вже давно потребують охорони, а це, у свою чергу, потребує збору інформації про досліджувану територію, підбору критеріїв і розробки методів їх оцінювання. Такого роду дослідження та інформація важливі також і в плані збереження найбільш привабливих територій.

ВИСНОВКИ

Цільове дослідження, спрямоване на теоретико-методичне узагальнення та докладне вивчення атрактивності ландшафтів, дало можливість вирішити важливе науково-прикладне завдання – здійснити оцінювання рекреаційної привабливості ландшафтів Волинської області. Нові науково обґрунтовані результати, одержані дисертантом, сприяють удосконаленню методики оцінювання рекреаційно-туристських ресурсів регіонів, дослідженню їх територіальної диференціації та напрямів використання.

Результати дослідження дають можливість зробити такі головні висновки.

1. Аналіз розвитку ландшафтної естетики як наукового напрямку географії та розгляд основних теоретико-методологічних підходів щодо оцінювання атрактивності ландшафтів засвідчив, що не вирішеною залишалася проблема комплексного оцінювання атрактивності ландшафтів, із поєднанням використанням об'єктивного і суб'єктивного підходів. У розробці методик дослідники найбільше застосовують об'єктивістський шлях, що базується на факторно-компонентному оцінюванні ландшафтних комплексів за бальною шкалою. Суб'єктивістський шлях здебільшого використовується у перцепційній географії, основою якого є положення, що пейзаж оцінюється як єдине ціле, виходячи з суб'єктивної думки респондентів.

2. Дослідницьке забезпечення оцінювання атрактивності ландшафтів доцільно проводити за таким алгоритмом: перший етап – підготовчий (розробка методики дослідження, підбір методів з використання об'єктивного та суб'єктивного підходів, збір та аналіз інформації про природні умови досліджуваної території, розробка маршруту для оптимального оцінювання ландшафтів та вибір пейзажних підступів, підбір респондентів та методів опитування); другий етап – польовий (перевірка на місцевості відповідності обраних пейзажних точок, оцінювання ландшафтів за обраними методиками, фотографування пейзажних панорам); третій етап – камеральний (обробка результатів оцінювання ландшафтів, розрахунок інтегративної оцінки, класифікація та районування пейзажних комплексів, картографування пейзажних комплексів, наукове обґрунтування результатів, розробка рекомендацій щодо використання атрактивних ландшафтів у туристсько-рекреаційній діяльності, пропозиція створення нових об'єктів природно-заповідного

фонду – пейзажних природних заказників, рекреаційно-господарське зонування території за результатами оцінювання атрактивності ландшафтів, створення інтерактивних карт, ведення просвітницької діяльності бережного ставлення до природи).

3. Дослідження природних умов Волинської області засвідчує, що регіон має значні природні та історико-культурні рекреаційні ресурси. Вони безпосередньо впливають на формування естетико-пейзажного потенціалу території.

4. Виходячи з проведених польових і камеральних досліджень, спираючись на ландшафтно-територіальну структуру та враховуючи будову надр і рельєфу регіону, все різноманіття ландшафтно-пейзажних комплексів Волинської області можна представити як 3 типи їх: ландшафтно-пейзажні комплекси поліських річкових долин у межах алювіальних рівнин; ландшафтно-пейзажні комплекси межиріч водно-льодовикових рівнин; ландшафтно-пейзажні комплекси денудаційно-аккумулятивних рівнин. Виділені типи ландшафтно-пейзажних комплексів включають 12 видів пейзажних комплексів, які характеризуються специфічними ландшафтними рисами та особливостями природокористування.

5. Для оцінювання привабливості ландшафтів оптимальним є комплексний підхід – поєднання оцінювання об'єктивного, факторно-компонентного і суб'єктивного, за опитуванням респондентів. Оцінювання атрактивності ландшафтів за його факторно-компонентною структурою передбачає врахування особливих рис рельєфу, водних об'єктів, рослинного і тваринного світу, діяльності людини, історичної своєрідності й автентичності, етнокультури, наявності охоронних об'єктів і територій, загальної придатності території для рекреації. При цьому залучають критерії оцінювання для кожного з елементів ландшафтного середовища та шкалу оцінок, за якою і класифікують ландшафти за естетичною цінністю. Уточнюють результати оцінювання, застосовуючи методику якісних показників, яка базується на використанні методів опитування респондентів із застосуванням анкет для фіксування їхньої реакції на загальний вигляд пейзажу досліджуваної території за набором критеріїв – якісних характеристик ландшафту.

6. Комплексне оцінювання атрактивності ландшафтів засвідчує дієвість алгоритму, запропонованого на основі поєднання методик, а щодо об'єктів Волинської області дало можливість встановити сумарні бали естетичного потенціалу ландшафтів та виділити 4 ранги цінності: найбільш цінні ландшафти (40–50 балів) – це територія Верхньоприп'ятського ландшафтно-пейзажного комплексу, природна цінність якого у Волинській області є найбільшою. Природні умови сформували тут привабливе середовище, яке вирізняється високим ресурсним потенціалом озерно-прибережного рекреаційного каркасу. Значну частину території Волинської області займають ландшафти високої естетичної цінності (25–39 балів) – пейзажні комплекси долин річок Прип'ять, Стохід, Стир і лісові масиви Маневиччини. Це природні ландшафти, які вирізняються багатою рослинністю, наявністю великих озер та річок, які добре проглядаються у пейзажі. Головним чином, це заповідні території, ландшафти яких найменш змінені, що робить їх цінними в естетичному відношенні. Ландшафти середньої естетичної цінності (15–24 бали) – пейзажні комплекси долин річок Західного Бугу, Турії та малих річок Волинської височини, аграрні пейзажі

Бузько-Турійського межиріччя та Ківерцівські лісові пейзажі. В основному це ландшафти з бідною рослинністю, пейзажі яких однорідні та монотонні. Значне господарське освоєння території позначилося на ландшафтах вирубуванням лісів, осушенням земель та перетворенням русел ручок для сільськогосподарських потреб. Найменш привабливі ландшафти (0–14 балів) – аграрні пейзажі слабогорбистих привододільних просторів Волинської височини та денудаційних хвилястих рівнин. Головним чином це території, що інтенсивно використовуються у сільському господарстві, на яких відсутні природні значні за розмірами водні об'єкти та лісові насадження.

7. З метою збереження найатрактивніших ландшафтів повсюдно необхідно практикувати створення пейзажних природних заказників, зокрема у Волинській області – це: Шацький природний пейзажний заказник (пейзажна зона), Згоранський природний пейзажний заказник, Природний пейзажний заказник (пейзажна зона) «Озеро Біле», Червищанський природний пейзажний, Природний пейзажний заказник «озеро Нечимне» (або «Лісова пісня»), Бузький природний пейзажний заказник, Воротнівський природний пейзажний заказник.

СПИСОК ОПУБЛІКОВАНИХ ПРАЦЬ ЗА ТЕМОЮ ДИСЕРТАЦІЇ

Статті у наукових фахових виданнях

1. **Гринасюк А. Р.** Ретроспективний аналіз методик оцінювання атрактивності ландшафтів / А. Р. Гринасюк // Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. Географічні науки. – 2013. – № 16 (265). – С. 194–200.

2. **Гринасюк А. Р.** Алгоритм оцінювання атрактивності ландшафтів / А. Р. Гринасюк // Географія та туризм: наук. зб. / Ред. кол.: Я. Б. Олійник (відп. ред.) та ін. – К.: Альфа-ППК, 2014. – Вип. 28. – С. 232–239.

3. **Гринасюк А. Р.** Ландшафти Волинської області: аналіз естетичних властивостей / А. Р. Гринасюк // Географія та туризм: наук. зб. / Ред. кол.: Я. Б. Олійник (відп. ред.) та ін. – К.: Альфа-ППК, 2014. – Вип. 31. – С. 201–210.

4. **Гринасюк А. Р.** Методичні основи оцінки атрактивності ландшафтів / А. Р. Гринасюк // Природа Західного Полісся та прилеглих територій : зб. наук. пр. / Східноєвроп. нац. ун-т ім. Лесі Українки. – 2014. – № 11. – С. 132–135.

5. Ільїн Л. В. Атрактивність озерних комплексів Шацького національного природного парку / Л. В. Ільїн, **А. Р. Гринасюк** // Науковий вісник Східноєвропейського національного університету імені Лесі Українки. Географічні науки. – 2014. – № 11 (288). – С. 25–29. (Особистий внесок автора: розроблено методику оцінювання атрактивності озер і приозерних смуг, проаналізовано критерії оцінювання і виявлені найатрактивніші озера Шацького національного природного парку).

6. **Гринасюк А. Р.** Атрактивність ландшафтів Шацько-Любомльського рекреаційного району / А. Р. Гринасюк // Географія та туризм: наук. зб. / Ред. кол.: Я. Б. Олійник (відп. ред.) та ін. – К.: Альфа-ППК, 2016. – Вип. 37. – С. 153–165.

Статті у зарубіжних наукових виданнях

7. A. R. Hrynasiuk. Types of scenic landscape complexes of Volyn region / Hrynasiuk A. R., Ilyin L. V. // Science and Education a New Dimension. Humanities and Social Sciences. –

Budapest, 2017. – V (21), I.: 130. – P. 72–74. (Особистий внесок автора: наведені закономірності ландшафтно-пейзажної диференціації ландшафтів Волинської області).

Статті в інших наукових виданнях та збірниках

8. Ільїна О. В. Перспективи рекреаційного використання водойм / О. В. Ільїна, **А. Р. Гринасюк** // Україна: географія цілей та можливостей : зб. наук. праць. – Ніжин : ФОП «Лисенко М. М.», 2012. – Т. 1. – С. 175–177. (Особистий внесок автора: збір та аналіз первинної інформації).

9. **Гринасюк А. Р.** Оценка аттрактивности ландшафтов в целях организации экологического туризма / **А. Р. Гринасюк**, О. В. Ильина // Геоэкологические проблемы современности : V международная научная конференция, посвященная 130-летию со дня рождения А. Е. Ферсмана (8 ноября 2013 г.) / Министерство образования и науки РФ, Владимирский государственный университет им. А. Г. и Н. Г. Столетовых, Русское географическое общество. – Владимир, 2013. – С. 241–243.

10. **Гринасюк А. Р.** Оценка аттрактивности ландшафтов Волыни в целях рекреационно-туристической деятельности / **А. Р. Гринасюк** // Сборник научных трудов SWorld. – Вып. 3, Том 52. – Иваново: МАРКОВА АД, 2013. – ЦИТ: 313-0667. – С. 3–8.

11. **Гринасюк А. Р.** Роль оцінки атрактивності ландшафтів для організації екологічного туризму / А. Р. Гринасюк // Географічні дослідження: історія, сьогодення, перспективи : матеріали щорічної Міжнародної наукової конференції студентів та аспірантів, присвяченої пам'яті професора Г. П. Дубинського (Харків, 4–5 квітня, 2013 р.) / Голова ред. колегії д. геогр. н. В. А. Пересадько / М-во освіти і науки України, Харківський нац. ун-т ім. В. Н. Каразіна. – Харків : ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2013. – Вип. 6. – С. 238–240.

12. **Гринасюк А.** Оцінювання атрактивності ландшафтів за компонентною структурою / А. Гринасюк // Молода наука Волині: пріоритети та перспективи досліджень: Матеріали VII Міжнародної науково-практичної конференції студентів і аспірантів (Луцьк, 14–15 травня 2013 року) : [у 2 т.] / М-во освіти і науки України, Східноєвропейський нац. ун-т ім. Лесі Українки, Наук. т-во студ. і асп. ; [оргком. конф.: І. Я. Коцан [та ін.]. – Луцьк: СХУ ім. Лесі Українки, 2013. – Т. 1. – С. 71–73.

13. **Гринасюк А. Р.** Використання атрактивних ландшафтів у туристсько-рекреаційній діяльності / А. Р. Гринасюк // Регіон – 2013: стратегія оптимального розвитку: матеріали науково-практичної конференції з міжнародною участю (Харків, 7–8 листопада 2013 р.) / Гол. ред. колегії В.С. Бакіров / М-во освіти і науки України, Харківський нац. ун-т ім. В. Н. Каразіна. – Х.: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2013. – С. 404–405.

14. **Гринасюк А. Р.** Проблемы оцінювання атрактивності ландшафтів / А. Р. Гринасюк // Географические и геоэкологические исследования в Украине и сопредельных территориях : сборник научных статей / Под общ. ред. Б. А. Вахрушева. – Симферополь : ДИАЙПИ, 2013. – Т. 1. – С. 149–152.

15. Ильин Л. В. Эстетическая привлекательность лесных ландшафтов Волынской области Украины / Л. В. Ильин, **А. Р. Гринасюк** // Ландшафтные и геоэкологические исследования природных и антропогенных геосистем (к 80-летию со дня рождения Н. И. Дудника) : международный сборник научных трудов / отв. ред. С. В. Панков. – Тамбов : Издательский дом ТГУ им. Г. Р. Державина, 2014. – С. 360–364. (Особистий внесок автора: наведено методичні рекомендації для здійснення оцінювання атрактивності лісів Волинської області).

16. **Гринасюк А. Р.** Естетичні ресурси Шацького національного природного парку / А. Р. Гринасюк // Національні природні парки – минуле, сьогодення, майбутнє: Матеріали міжнародної науково-практичної конференції до 30-річчя створення Шацького національного природного парку (Світязь, 23–25 квітня 2014 р.) / Держ. агенство лісових ресурсів України, Шацький нац. прир. парк. – К.: ЦП «КОМПРИНТ», 2014. – С. 561–563.

17. **Гринасюк А. Р.** Ландшафтно-пейзажні комплекси Волинської області / А. Р. Гринасюк // Теоретичні та прикладні аспекти розвитку природничих дисциплін: матеріали міжнародної науково-практичної конференції (Полтава, 20–21 листопада, 2014 р.) / За редакцією М. В. Гриньової / М-во освіти і науки України, Полтавський нац. педагогічний ун-т ім. В. Г. Короленка. – Полтава: Друкарська майстерня, 2014. – С. 64–65.

18. **Гринасюк А. Р.** Проблема охорони атрактивних ландшафтів / А. Р. Гринасюк // Екологія, неоекологія, охорона навколишнього середовища та збалансоване природо-користування : Матеріали III Міжнародної наукової конференції студентів, аспірантів та молодих вчених (Харків, 26–27 листопада 2014 р) / М-во освіти і науки України, Харківський нац. ун-т ім. В. Н. Каразіна. – Х.: ХНУ імені В. Н. Каразіна, 2014. – С. 49–51.

19. **Гринасюк А. Р.** Естетичні ресурси національного природного парку «Прип'ять-Стохід» / А. Р. Гринасюк // Матеріали VI Міжнародної наукової конференції, присвяченої 150-річчю з дня народження академіка Г. М. Висоцького (Суми, 20–22 травня 2015 р.) / М-во освіти і науки України, Сумський держ. педагогічний ун-т ім. А. С. Макаренка. – Суми, 2015. – Т. 1. – С. 147–150.

20. Ільїн Л. В. Естетична привабливість ландшафтів Шацько-Любомльського рекреаційного регіону / Л. В. Ільїн, **А. Р. Гринасюк** // Екологічні проблеми природокористування та охорона навколишнього середовища: збірник наукових праць Другої Всеукр. наук.-практ. конф. за міжнародною участю (Рівне, 21–23 жовтня 2015 р.) / М-во освіти і науки України, Рівненський держ. гум. ун-т; за ред. проф. Д. В. Лико [та ін.]. – Рівне: РДГУ, 2015. – С. 81–82. (Особистий внесок автора: виділено та охарактеризовано ландшафтно-пейзажні комплекси, проведено оцінювання атрактивності ландшафтів).

21. **Гринасюк А. Р.** Організація раціонального використання атрактивних ландшафтів / А. Р. Гринасюк // Охорона довкілля : зб. наук. статей XI Всеукраїнських наукових Таліївських читань (Харків, 16–17 квітня 2015 р.). / М-во освіти і науки України, Харківський нац. ун-т ім. В. Н. Каразіна. – Х.: ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2015. – С. 22–25.

22. **Гринасюк А. Р.** Ландшафтно-пейзажні комплекси Шацько-Любомльського рекреаційного району / А. Р. Гринасюк // Українська географія: сучасні виклики : зб. наук. праць у 3-х т. – К.: Принт–Сервіс, 2016. – Т. II. – С. 66–67.

АНОТАЦІЯ

Гринасюк А. Р. Атрактивність ландшафтів Волинської області. Рукопис.

Дисертація на здобуття наукового ступеня кандидата географічних наук за спеціальністю 11.00.11 – конструктивна географія і раціональне використання природних ресурсів. – Харківський національний університет імені В. Н. Каразіна, Харків, 2017.

У дисертаційній роботі визначено місце та роль оцінок естетичних властивостей ландшафтів у комплексній характеристиці рекреаційного потенціалу території. Систематизовано теоретико-методологічні підходи щодо оцінювання атрактивності ландшафтів. Представлено алгоритм вивчення та оцінювання атрактивності ландшаф-

тів, вдосконалено й адаптовано методики оцінювання атрактивності ландшафтів відповідно до умов Волинського регіону. Проведено комплексне оцінювання атрактивності ландшафтів Волинської області за кількісними та якісними показниками. Виявлено закономірності ландшафтно-пейзажної диференціації регіону. Здійснено аналіз естетичних якостей ландшафтно-пейзажних комплексів області. Укладено карти ландшафтно-пейзажного районування і естетичного потенціалу території регіону. Запропоновано шляхи охорони і збереження атрактивних ландшафтів, укладено схему рекреаційно-господарського зонування і представлені практичні рекомендації щодо оптимізації туристсько-рекреаційного природокористування у Волинській області, що ґрунтується на результатах виконаного оцінювання атрактивності ландшафтів.

Ключові слова: ландшафт, оцінювання атрактивності ландшафтів, естетичний потенціал, ландшафтно-пейзажні комплекси, рекреаційне природокористування, Волинська область.

АННОТАЦИЯ

Гринасюк А. Р. Атрактивность ландшафтов Волинской области. Рукопись.

Диссертация на соискание ученой степени кандидата географических наук по специальности 11.00.11 – конструктивная география и рациональное использование природных ресурсов. – Харьковской национальной университет имени В. Н. Каразина, Харьков, 2017.

В диссертационной работе определено место и роль оценок эстетических свойств ландшафтов в комплексной характеристике рекреационного потенциала территории. Систематизированы теоретико-методологические подходы к оцениванию атрактивности ландшафтов. Представлен алгоритм изучения и оценивания атрактивности ландшафтов, который дал возможность усовершенствовать и адаптировать методики оценивания атрактивности ландшафтов в соответствии с особенностями природы Волыни. Для оценивания ландшафтов Волинской области самым эффективным является сочетание объективного и субъективного подходов. В исследовании главный объективистский акцент сделан на оценивании ландшафтов по их факторно-компонентной структуре. Это дало возможность выделить составляющие, которые формируют ландшафтную среду исследованной территории и оценить их проявления по определенным критериям привлекательности. В частности, учтены особенности форм рельефа, водных объектов, растительного и животного мира, деятельность человека, историческая своеобразность и аутентичность, охранные объекты и территории, пригодность территории для рекреации. Суть методики оценивания атрактивности ландшафтов по качественным показателям заключается в опросе респондентов с использованием анкет для фиксации их реакции на пейзаж.

Детальное изучение ландшафтных комплексов Волинской области дало возможность выделить три типа ландшафтно-пейзажных комплексов: ландшафтно-пейзажные комплексы полесских речных долин в пределах аллювиальных равнин; ландшафтно-пейзажные комплексы междуречий водно-ледниковых долин; ландшафтно-пейзажные комплексы денудационно-аккумулятивных равнин, включающих пейзажные комплексы 12 видов, отличающихся эстетико-пейзажными свойствами.

В результате оценивания аттрактивности ландшафтов Волынской области по факторно-компонентной структуре и качественными показателями были выявлены: наиболее ценные в эстетическом плане ландшафтно-пейзажные комплексы (Верхнеприпятские озерно-лесные пейзажи); ландшафтно-пейзажные комплексы высокой эстетической ценности (пейзажные комплексы долин рек Припяти, Стохода, Стири, лесных массивов Маневиччины); ландшафтно-пейзажные комплексы средней эстетической ценности (пейзажные комплексы долин рек Западного Буга, Турии и малых рек – аллювиальных низменностей и пейзажные комплексы Волынской возвышенности; аграрные пейзажи Буго-Турийского междуречья и Киверцовские лесные пейзажи); наименее ценные в эстетическом плане ландшафтно-пейзажные комплексы (аграрные пейзажи слабохолмистых водораздельных просторов Волынской возвышенности и денудационных холмистых равнин).

Созданы карты ландшафтно-пейзажного районирования и эстетического потенциала Волынской области. Предложены пути охраны и сохранения аттрактивных ландшафтов, создана схема рекреационно-хозяйственного зонирования и обоснованы практические рекомендации по оптимизации туристско-рекреационного природопользования Волынской области, – в соответствии с результатами выполненного оценивания аттрактивности ландшафтов.

Ключевые слова: ландшафт, оценивание аттрактивности ландшафтов, эстетический потенциал, ландшафтно-пейзажные комплексы, рекреационное природопользование, Волынская область.

SUMMARY

Hrynasiuk A. R. The Attractiveness of Landscapes of Volyn Region. Manuscript.

Dissertation for the degree of candidate of geographical science in specialty 11.00.11 – constructive geography and harmonious exploitation of natural resources. – V. N. Karazin Kharkiv National University, Kharkiv, 2017.

The dissertation research outlines the place and role of landscapes' aesthetic characteristics evaluation in complex characteristic of the territory's recreational potential. Theoretical and methodological approaches for the evaluation of the attractiveness of landscapes are systematized. The algorithm of the attractiveness of landscapes studying and evaluation is introduced, the methodologies for the evaluation of the attractiveness of landscapes are improved and adapted according to the conditions of Volyn region. Complex evaluation of the attractiveness of landscapes of Volyn region in terms of quantity and quality is made. The regularities of landscape contrast of the region are found out. The analysis of the aesthetic qualities of landscape complexes of the region is conducted. The maps of landscape zonation and aesthetic potential of the territory of region are created. The methods of protection and preservation of attractive landscapes are proposed, a pattern of recreational and household zonation is made, and practical recommendations for the optimization of tourist and recreational natural resource management in Volyn region are introduced based on the results of the carried out evaluation of landscape attractiveness.

Key words: landscape, evaluation of landscape attractiveness, aesthetic potential, landscape complexes, recreational natural resource management, Volyn region.

Східноєвропейський національний університет ім. Лесі Українки
Бібліотека

Атрактивність ландшафтів

Рекомендаційний бібліографічний список літератури

ЛУЦЬК – 2016

1. Блінкова О. І. Екосистемно-ландшафтні особливості розбудови екомережі на Південному березі Криму : автореф. дис. ... канд. біол. наук: 03.00.16 / Блінкова О. І. ; Укр. акад. аграр. наук, Ін-т агроекології - Київ, 2010. - 20 с.
03.00.16/26
Б 69
2. Веркалець І. М. Архітектурно-планувальна організація рекреаційних ландшафтів використанням методів оцінки їх естетичних властивостей (на прикладі Івано-Франківської обл.) : автореф. дис. ... канд. архітектур. наук : 18.00.04 / Веркалець І. М. ; Полтав. нац. техн. ун-т ім. Ю. Кондратюка. - Полтава, 2014. - 20 с.
18.00.04/85
В 32
3. В'язовська А. В. Ландшафтний підхід у містобудуванні / А. В. В'язовська // Містобудування та територіальне планування : наук.-техн. зб. / М-во освіти і науки України, Київ. нац. ун-т буд-ва і архітектури, Спілка урбаністів України ; [відп. ред. М. М. Осетрін]. - Київ, 2011. - Вип. 42. - С. 71-74. - Бібліогр.: 4 назви.
85.11я54
М 65
4. Гетьман В. І. Гармонія культурного ландшафту у красі заповідної природи / В. І. Гетьман // Географія та економіка в сучас. шк. - 2013. - № 5. - С. 43-45.
5. Гетьман В. І. Ландшафтно-рекреаційні ресурси екотуризму Українських Карпат : автореф. дис. ... канд. геогр. наук : 11.00.11 / Гетьман В. І. ; Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. - Київ, 2010. - 22 с.
11.00.11/26
Г 44
6. Гринасюк А. Р. Методичні основи оцінки атрактивності ландшафтів / А. Р. Гринасюк // Природа Західного Полісся та прилеглих територій : зб. наук. пр. / Східноєвроп. нац. ун-т ім. Лесі Українки ; за заг. ред. Ф. В. Зузука. - Луцьк, 2014. - № 11. - С. 132-135. - Бібліогр.: 6 назв.
26.9(4УКР-4ВОЛ)я43
П 77
7. Гринасюк А. Оцінювання атрактивності ландшафтів за компонентною структурою / А. Гринасюк // Молода наука Волині: пріоритети та перспективи досліджень : матеріали VII Міжнар. наук.-практ. конф. студентів і аспірантів (14-15 трав. 2013 р.) / М-во освіти і науки України, Східноєвроп. нац. ун-т ім. Лесі Українки, Наук. т-во студентів і аспірантів ; [оргком. конф.: І. Я. Коцан [та ін.]. - Луцьк, 2013. - Т. 1. - С. 71-73. - Бібліогр.: 6 назв.
72.4(4УКР-4ВОЛ)
М 75
8. Гринасюк А. Ретроспективний аналіз методики оцінювання атрактивності ландшафтів / А. Гринасюк // Науковий вісник Східноєвропейського національного університету ім. Лесі Українки. Серія: Географічні науки /

Східноєвроп. нац. ун-т ім. Лесі Українки ; редкол.: Н. Н. Коцан [та ін.]. - Луцьк, 2013. - № 16 (265). - С. 194-200. - Бібліогр.: с.198-200.

26.8я54

С 92

9. Гродзинська О. Ю. Перцепційні риси образів ландшафтів / О. Ю. Гродзинська [Електронний ресурс // Фізична географія та геоморфологія : міжвід. наук. зб. / Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. – Київ, 2013. - Вип. 2. - С. 154-162. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/fiz_geo_2013_2_23 (дата звернення: 15.06.16). – Назва з екрана.

10. Гродзинська О. Чинники естетичної привабливості ландшафтів / О. Гродзинська // Вісник Львівського університету. Серія географічна : зб. наук. пр. / Львів. нац. ун-т ім. І. Франка ; [редкол.: М. Дністрянський та ін.]. - Львів, 2014. - Вип. 48. - С. 227-234. - Бібліогр. : с. 233-234.

26.8я54

Л 89

11. Гудзевич А. В. Просторово-часова організація сучасних ландшафтів : автореф. дис. ... д-ра геогр. наук : 11.00.11 / Гудзевич А. В. ; Львів. нац. ун-т ім. Івана Франка. - Львів, 2012. - 40 с.

11.00.11/26

Г 93

12. Гуцуляк В. М. Ландшафтознавство: теорія і практика : навч. посіб. для студентів ВНЗ / В. М. Гуцуляк ; М-во освіти і науки України, Чернів. нац. ун-т ім. Ю. Федьковича. - Чернівці : Книги - ХХІ, 2008. - 168 с.

26.821я73

Г 97

13. Давиденко В. А. Ландшафтна екологія : навч. посіб. для студентів екол. спец. ВНЗ / В. А. Давиденко, Г. О. Білявський, С. Ю. Арсенюк ; М-во освіти і науки України. - Київ : Лібра, 2007. - 256 с.

28.081я73

Д 13

14. Дида О. А. Архітектурні засоби підвищення атрактивності середовища малих міст в умовах гірських ландшафтів [Електронний ресурс] / О. А. Дида // Науковий вісник НЛТУ України : зб. наук.-техн. пр. / Нац. лісотехн. ун-т України. – Львів, 2011. – Вип. 21.16. – С. 194–199. – Режим доступу: http://www.nbuv.gov.ua/old_jrn/chem_biol/nvnltu/21_16/194_Dyd.pdf (дата звернення: 15.06.16). – Назва з екрана.

15. Дида О. А. Атрактивність як естетично-змістова властивість архітектури / О. А. Дида // Містобудування та територіальне планування : наук.-техн. зб. / М-во освіти і науки України, Київ. нац. ун-т буд-ва і архітектури ; [відп. ред. М. М. Осетрін]. - Київ, 2012. - Вип. 44. - С. 169-175. - Бібліогр.: 6 назв.

85.11я54

М 65

16. Дида О. Концептуальна модель підвищення архітектурної атрактивності міста (на прикладі м. Рогатина Івано-Франківської області) [Електронний ресурс] / О. Дида // Вісник Львівського національного аграрного університету. Серія: Архітектура і сільськогосподарське будівництво. –

- Львів, 2013. - № 14. - С. 206-214. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vldau_2013_14_36 (дата звернення: 15.06.16). – Назва з екрана.
17. Дида О. Перспективи формування атрактивного архітектурного середовища в смт. Підкамені (Львівська область) [Електронний ресурс] / О. Дида // Вісник Львівського національного аграрного університету. Серія: Архітектура і сільськогосподарське будівництво. – Львів, 2015. - № 16. - С. 135-140. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Vldau_2015_16_25 (дата звернення: 15.06.16). – Назва з екрана.
 18. Дида О. А. Принципи формування атрактивності архітектурного середовища малих міст : автореф. дис. ... канд. архітектури : 18.00.01 / Дида О. А. ; Нац. ун-т "Львівська політехніка". - Львів, 2015. - 20 с.
18.00.01/85
Д 44
 19. Загульська О. Особливості ландшафтного сусідства в західній частині Малого Полісся / О. Загульська // Вісник Львівського університету. Серія географічна : зб. наук. пр. / Львів. нац. ун-т ім. Івана Франка ; [редкол.: С. Позняк та ін.]. - Львів, 2012. - Вип. 40, ч. 1. - С. 232-242. - Бібліогр.: 11 назв.
26.8я54
Л 89
 20. Залевський А. Генезис ландшафтного мистецтва / А. Залевський // Вісник Київського національного університету ім. Т. Шевченка / Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка ; відп. ред. В. В. Капустян. - Київ, 2010. - Вип. 28 : Інтродукція та збереження рослинного різноманіття. - С. 16-19. - Бібліогр.: 12 назв.
28.5я54
К 38
 21. Заруцкий С. А. Теоретические подходы культурной географии к изучению культурно-географической структуры регионов / С. А. Заруцкий // Науковий вісник Волинського національного університету ім. Лесі Українки / Волин. нац. ун-т ім. Лесі Українки ; редкол.: Н. Н. Коцан [та ін.]. - Луцьк, 2012. - № 18(243) : Географічні науки. - С. 96-101. - Библиогр.: с. 100-101.
26.8я54
В 67
 22. Зеленська Л. І. Картографічна оцінка привабливості міських ландшафтів (на прикладі м. Дніпропетровськ) [Електронний ресурс] / Л. І. Зеленська, Ю. В. Цурікова // Проблеми безперервної географічної освіти і картографії : зб. наук. пр. / Харк. нац. ун-т ім. В. Н. Каразіна. – Харків, 2009. - Вип. 10. - С. 85-90. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Pbgo_2009_10_19 (дата звернення: 15.06.16). – Назва з екрана.
 23. Зубричев О. С. Ландшафтні та етнічні особливості формування рекреаційно-розважальних парків / О. С. Зубричев, В. А. Ніколаєнко, К. В. Чирва // Сучасні проблеми архітектури та містобудування : наук.-техн. зб. / М-во освіти і науки України, Київ. нац. ун-т буд-ва і архітектури ; [відп. ред. М. М. Дьомін]. - Київ, 2013. - Вип. 33. - С. 229-235. - Бібліогр.: 5 назв.
85.11я54

24. Карпець Ю. Ландшафтні місцевості Волинської височини басейну західного Бугу в межах України / Ю. Карпець // Вісник. Серія географічна / редкол.: Я. Хомин [та ін.]. - Львів, 2007. - Вип. 34. - С. 105-113. - Бібліогр.: 13 назв.

26.8я54

Л 89

25. Ковальчук С. Визначення естетичної привабливості ландшафту: теоретичні аспекти / С. Ковальчук // Науковий вісник Східноєвропейського національного університету ім. Лесі Українки. Серія: Географічні науки / Східноєвроп. нац. ун-т ім. Лесі Українки ; редкол.: Н. Н. Коцан [та ін.]. - Луцьк, 2013. - № 16 (265). - С. 67-72. - Бібліогр.: 8 назв.

26.8я54

С 92

26. Кравцова І. В. Садово-паркові ландшафти як об'єкти рекреації і туризму / І. В. Кравцова // Природа Західного Полісся та прилеглих територій : зб. наук. пр. / Волин. нац. ун-т ім. Лесі Українки ; [редкол.: Ф. В. Зузук та ін.]. - Луцьк, 2012. - № 9. - С. 124-128. - Бібліогр.: 10 назв.

26.9(4УКР-4ВОЛ)я43

П 77

27. Круглов І. Ландшафт як геосистема / І. Круглов // Вісник. Серія географічна / Львів. нац. ун-т ім. І. Франка. - Львів, 2006. - Вип. 33. - С. 186-193.

26.8я54

Л 89

28. Кудренко Х. М. Витоки та тенденції розвитку ландшафтного дизайну рекреаційних зон / Х. М. Кудренко // Містобудування та територіальне планування : наук.-техн. зб. / М-во освіти і науки України, Київ. нац. ун-т буд-ва і архітектури ; [відп. ред. М. М. Осетрін]. - Київ, 2015. - Вип. 57. - С. 230-235. - Бібліогр.: 5 назв.

85.118я54

М 65

29. Кудрик В. Унікальність природи регіонального ландшафтного парку "Мальованка" та актуальність його охорони / В. Кудрик // Минуле і сучасне Волині й Полісся : Край на межі тисячоліть : матеріали Х наук. іст.-краєзнав. конф., яка відбулася у Старому Чорторийську, Маневичах, Четвертні та Нововолинську в 2000-2002 рр. : зб. наук. пр. / Манев. краєзнав. музей, Волин. держ. ун-т ім. Лесі Українки, Волин. обл. т-во краєзнавців ; упоряд. Г. В. Бондаренко. - Луцьк, 2002. - С. 236-237.

63.3(4УКР-4ВОЛ)

М 62

30. Куриця Х. Розвиток ландшафтів України в антропогені (на прикладі Волинської області) / Х. Куриця, Л. А. Ставецька // Волинь у наукових дослідженнях слухачів МАН : матеріали обл. наук.-практ. учнів. конф., присвяч. 20-річчю Волин. обл. Малої академії наук України / М-во освіти і

науки, молоді та спорту України [та ін.] ; [відп. за вип. Г. А. Толстіхіна]. - Луцьк, 2012. - С. 150-152. - Бібліогр.: 7 назв.

26.890(4УКР-4ВОЛ)

В 67

31. Лавлинська І. О. Методика формування садово-паркових об'єктів (на прикладі об'єктів Південного берега Криму) : автореф. дис. ... канд. архітектури : 18.00.04 / Лавлинська І. О. ; Полтав. нац. техн. ун-т ім. Юрія Кондратюка. - Полтава, 2011. - 20 с.

18.00.04/85

Л 13

32. Ландшафтний дизайн, благоустройство и озеленение территории / Т. С. Мамедов [и др.] // Інтродукція рослин на початку ХХІ століття: досягнення і перспективи розвитку досліджень : матеріали міжнар. наук. конф., присвяч. 70-річчю Нац. ботан. саду ім. М. М. Гришка НАН України, 19-21 верес. 2005 р. / НАН України [та ін.] ; [відп. ред. Т. М. Черевченко ; редкол.: Н. В. Заїменко та ін.]. - Київ, 2005. - С. 191-193. - Библиогр.: 3 назв.

41.39я431

I-73

33. Молодецький А. Е. Фортифікаційні та палацово-паркові культурні ландшафти як кандидати до списку культурної спадщини ЮНЕСКО [Електронний ресурс] / А. Е. Молодецький, Л. Д. Васильєва, К. С. Навроцька, А. О. Пташник // Наукові записки [Вінницького державного педагогічного університету імені Михайла Коцюбинського]. Серія: Географія. – Вінниця, 2010. - Вип. 21. - С. 183-188. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nzvdpu_geogr_2010_21_29 (дата звернення: 15.06.16). – Назва з екрана.

34. Ничая О. Кліматичні умови Згоранського ландшафту / О. Ничая // Молода наука Волині: пріоритети та перспективи досліджень : матеріали VII Міжнар. наук.-практ. конф. студентів і аспірантів (14-15 трав. 2013 р.) / М-во освіти і науки України, Східноєвроп. нац. ун-т ім. Лесі Українки, Наук. т-во студентів і аспірантів ; [оргком. конф.: І. Я. Коцан [та ін.]. - Луцьк, 2013. - Т. 1. - С. 101-102. - Бібліогр.: 3 назви.

72.4(4УКР-4ВОЛ)

М 75

35. Ничая О. Сучасні ландшафти Волині як результат природокористування / О. Ничая // Молода наука Волині: пріоритети та перспективи досліджень : матеріали VIII Міжнар. наук.-практ. конф. студентів і аспірантів (14-15 трав. 2014 р.) / М-во освіти і науки України, Східноєвроп. нац. ун-т ім. Лесі Українки, Наук. т-во студентів і аспірантів ; [оргком. конф.: І. Я. Коцан та ін.]. - Луцьк, 2014. - Т. 1. - С. 200-202. - Бібліогр.: 3 назви.

72.4(4УКР-4ВОЛ)

М 75

36. Николаев В. А. Ландшафтоведение : Эстетика и дизайн : учебное пособие для студентов вузов / В. А. Николаев. - Москва : Аспект Пресс, 2003. - 176 с. : ил.

85.11я73

37. Омшанська А. Г. Науково-методичні засади формування житлово-рекреаційних комплексів в приморських населених пунктах : автореф. дис. ... канд. архітектури : 18.00.04 / Омшанська А. Г. ; Київ. нац. ун-т буд-ва і архітектури. - Київ, 2015. - 22 с.

18.00.04/85

О-57

38. Пантюхіна О. Ю. Принципи та методи формування приморських територіальних систем туризму (на прикладі Північно-Західного Причорномор'я) : автореф. дис. ... канд. архітектури : 18.00.04 / Пантюхіна О. Ю. ; Київ. нац. ун-т буд-ва і архітектури. - Київ, 2012. - 22 с.

18.00.04/85

П 16

39. Скляр Г. П. Рекреаційно-туристична привабливість регіону: екологічний та інвестиційний аспекти [Електронний ресурс] / Г. П. Скляр, Н. М. Карпенко // Науковий вісник Полтавського університету економіки і торгівлі. Серія: Економічні науки. – Полтава, 2012. - № 2. - С. 23-28. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/Nvpushk_2012_2_5 (дата звернення: 15.06.16). – Назва з екрана.

40. Солтис О. Методи оцінки естетичності та рекреаційної привабливості ландшафтів / О. Солтис // Молода наука Волині: пріоритети та перспективи досліджень : матеріали VII Міжнар. наук.-практ. конф. студентів і аспірантів (14-15 трав. 2013 р.) / М-во освіти і науки України, Східноєвроп. нац. ун-т ім. Лесі Українки, Наук. т-во студентів і аспірантів ; [оргком. конф.: І. Я. Коцан [та ін.]. - Луцьк, 2013. - Т. 1. - С. 119-121. - Бібліогр.: 3 назви.

72.4(4УКР-4ВОЛ)

М 75

41. Тарасюк Н. Екотони Волинського Полісся / Н. Тарасюк, Ф. Тарасюк // Природа Західного Полісся та прилеглих територій : зб. наук. пр. / ВДУ ім. Л. Українки ; відп. ред. Ф. В. Зузук. - Луцьк, 2006. - № 3. - С. 63-69.

26(4УКР)я43

П 77

42. Худоба В. В. Регіональний ландшафтний парк як ефективна форма охорони культурних ландшафтів / В. В. Худоба // Науковий вісник Волинського національного університету ім. Лесі Українки / Волин. нац. ун-т ім. Лесі Українки ; [редкол.: Н. Н. Коцан та ін.]. - Луцьк, 2010. - № 17 : Географічні науки. - С. 146-150. - Бібліогр.: 10 назв.

26.8я54

В 67

43. Черемха Т. Поняття природного потенціалу ландшафту / Т. Черемха // Вісник Львівського університету. Серія географічна : зб. наук. пр. / [Львів. нац. ун-т ім. Івана Франка] ; [редкол.: С. Позняк та ін.]. - Львів, 2012. - Вип. 40, ч. 2. - С. 211-216. - Бібліогр.: 13 назв.

26.8я54

Л 89

44. Шешукова С. В. Принципи формування систем громадського обслуговування в приморських курортно-рекреаційних зонах : автореф. дис. ... канд. архітектур. наук : 18.00.04 / Шешукова С. В. ; Київ. нац. ун-т буд-ва і архітектури. - Київ, 2011. - 20 с.

18.00.04/85

Ш 54

45. Явкін В. Г. Атрактивність рекреаційних ресурсів за ціновими пропозиціями в Чернівецькій області [Електронний ресурс] / В. Г. Явкін, Я.В. Кирпушко, А.В. Морар // Географія та туризм : наук. зб. / Київ. нац. ун-т ім. Тараса Шевченка. – Київ, 2012. - Вип. 19. - С. 65-71. - Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/UJRN/gt_2012_19_12 (дата звернення: 15.06.16). – Назва з екрана.

Атрактивність ландшафтів [Електронний ресурс] : рекомендац. бібліогр. список літ. / Східноєвроп. нац. ун-т ім. Лесі Українки, Бібліотека ; уклад. Л. Дейнека. - Луцьк, 2016. - 45 назв.

Подано бібліографічну інформацію про атрактивність ландшафтів. Рекомендовано книги, автореферати дисертацій, статті у продовжуваних, періодичних та неперіодичних виданнях, електронні ресурси.

ББК 20я1