

**ХРЕСТОМАТІЯ**  
**З ДИСЦИПЛІНИ «СОЦІАЛЬНІ НАСЛІДКИ РОЗВИТКУ**  
**ТУРИЗМУ В РЕГІОНІ»**  
**(містить наукові статті та уривки з наукових видань)**

Соляник С.Ф. Наукові записки Київського університету туризму, економіки і права. Серія: філософські науки. - 2011. – Випуск 11. - С.230-242.

### **Проблема негативних наслідків сучасного масового туризму та шляхи їх подолання**

*Розглянуто негативні впливи сучасного масового туризму: на природне, соціально-економічне та культурне середовище. Доведена необхідність змін, розвиток нових напрямів туризму (м'який, альтернативний). Показана значущість відповідального туризму як одного із стабілізаторів суспільного розвитку, за допомогою якого можливо вирішити цілий комплекс економічних і соціальних проблем.*

**Ключові слова:** соціоестетичний чинник, екотуризм, етика відповідальності, екологічна свідомість, коекзистенція, «відповідальний туризм», сталий розвиток.

За останні десятиліття, з розвитком процесів глобалізації, суттєво розширився ринок міжнародного туризму, зросли туристські потоки, розширились сфери і напрями мандрівок та подорожей, сформувались великі транснаціональні кампанії, відбувся розвиток і уніфікація туристських технологій і туристського продукту, які досягли рівня стандартизації, характерних для сучасних галузей індустрії. З огляду на це виникає необхідність вивчення негативних наслідків, що породжуються масовим туризмом, розробкою стабілізаційних механізмів регулювання галузі в разі виникнення форс-мажорних обставин.

Як і інші економічні сектори, туризм споживає природні ресурси, створює відходи, загострює не тільки екологічні, але й культурні і соціальні проблеми. Темпи розвитку міжнародного туризму потребують особливої уваги до виявлення негативного впливу туризму на природне середовище, який сьогодні стає об'єктом все більш ретельної уваги світового співтовариства. Багато громадських організацій стурбовані наслідками руйнування унікальних природних ландшафтів завдяки неконтрольованим потокам туристів. Як пише Джон Уррі: «Туристи все в більшій мірі сприймаються як головні забрудники

навколишнього середовища у порівнянні з місцевими жителями, яким відводиться роль носіїв аутентичних форм життя [1, с. 85]».

Неблагоприємні, й навіть катастрофічні наслідки розвитку туризму на природне середовище мають найрізноманітніші прояви. Насамперед це перенаселеність і переважаюча інфраструктури. Як правило, це викликано концентрацією туристів в обмежених місцях. Залучаючи в людську діяльність природні ресурси – утворюється особливий вид ландшафту – рекреаційний: курортні зони, пляжі, лісопарки та ін., де рекреаційне використання є основним. Рекреаційні ландшафти легко вразливі, а рекреаційні ресурси мають обмежені можливості і дуже швидко вичерпуються. Їх стихійне і нераціональне використання породжує низку екологічних проблем, причому як в районах інтенсивного туристського освоєння, в економічно розвинутих країнах, так і в тих що тільки-но розвиваються і які не мають достатньо технічними і фінансовими можливостями для поповнення використаних туристами ресурсів. Прибуток від туризму в таких регіонах значно нерідко перевищують збиток, який наноситься зовнішньому середовищу місцевим населенням. В екологічній проблематиці згодом виникають парадоксальні питання (охороняти людину від занадто «олюдненої» та «освоєної» природи (ідея техносфери академіка Г.Хільмі) чи – природу від деструктивних вторгнень людини (заповідні території).

Як зазначає Д.Афіногенов, практична екологія стурбована тим, що природу почали сприймати як сировину для здійснення людських замислів. В свідомості європейської людини вкоренилася хибна світоглядна схема: природа створена для людини; природа позбавлена моральної цінності, лише людина здатна наділити її значущістю; природа підкоряється принципам раціональності, доступна розкладенню на прості сутності; природа може експлуатуватися, оскільки вона на однакові дії відповідає однаковими реакціями; природа має бути «вдосконалена» людиною [2, с. 149-159]. Саме такі світоглядні погляди зумовили формування сучасної європейської цивілізації з її активними «природоперетворючими» інтенціями.

Прогресуюче захоплення природою сьогодні стає небезпечним. «Споживче» ставлення до природи, місіонерське з боку людини відношення до неї загрожує тим, що як пише відомий американський еколог Р.Неш, дика природа може бути «зацілована» вже в нашому сторіччі [3, с. 191]. Величезні зусилля країн світу по «окультуренню» місць масових відвідувань природи виявляються неефективними. Прибутковий комфортний туризм – автостради, ресторани, прислуга, дороги приводять до деградації живої природи. В результаті ми втрачаємо оазиси дикої природи. Крім того, інтенсивно організоване дике середовище перестає бути таким і більш не приваблює туристів [3, с. 191-193]. Контрольована дика природа (в умовах заповідника) є простою фікцією, вважають глибинні екологи. На їх переконання, не можна природоохоронні заходи оцінювати лише під кутом зору безпосередньої корисності для людей. Сенс сучасної природоохоронної програми полягає в розумінні того, що ставлення до неї як до джерела ресурсів, ставлення до неї як до гармонійного і цілісного утворення яке пробуджує в людині не утилітаристські мотиви, а етичні й естетичні відчуття. На лоні дикої природи людина відчуває себе вільною, що не можна сказати про суспільство, в якому вона постійно знаходиться.

Як зазначає Р.Неш дика природа та «окультурені» місця її відвідин є несумісними. «Квоти, лотерея, черги, визначені маршрути і місця зупинок порушують відчуття дикості. Дике середовище, що інтенсивно управляється, типу Гранд Каньона, вже не притягує любителів [3, с. 192]». Бездорожна природа не приносить прибутків, але саме її слід поцінювати більше за все.

Як слушно відзначає відомий австрійський етолог Конрад Лоренц, в наш час дуже значна частка людства є відчуженою від природи. Повсякденне життя стількох людей проходить серед мертвих витворів людських рук, бо вони втратили здатність розуміти живі творіння і спілкуватися з ними. Ця втрата пояснює, чому людство в цілому демонструє такий вандалізм по відношенню до світу живої природи, що оточує нас і підтримує наше життя. Спробувати поновити втрачений зв'язок між людьми та рештою живих організмів, що

мешкають на нашій планеті, – дуже важлива і дуже достойне завдання [4]. Визначна роль у реалізації цієї важливої задачі належить туризмові.

Прогрес у наукових дослідженнях з проблем екології, з її широким діапазоном діяльності, слушно зазначає Люсьєн Матьє, може бути досягнутий лише об'єднаними зусиллями спеціалістів різних галузей знання [5].

Констатація негативних наслідків впливу туризму на природу супроводжується пропозиціями щодо подолання «конфлікту туризму і навколишнього середовища». В реєстрі цих пропозицій оцінка туристських ресурсів і розробка програм розвитку м'якого туризму; стимулювання розвитку екотуризму, який спрямований на мінімізацію негативних ефектів туризму.

[«Глобальний етичний кодекс туризму»](#) передбачає необхідність фінансово стимулювати такі заходи, котрі дозволяють економити рідкісні і цінні природні ресурси, особливо воду і джерела енергії, а також максимально уникати утворення відходів. Рекомендується також рівномірно розподіляти потоки туристів у часі і географічному просторі, намагатися згладжувати сезонність; забезпечувати захист природної спадщини, яка складає екосистеми і біологічну різноманітність, а також охорону видів дикої фауни і флори, котрим загрожує зникнення; необхідність встановлювати певні обмеження діяльності учасників туристського процесу й особливо професіоналів сфери туризму, яку вони здійснюють в особливо вразливих місцях – зонах пустель, полярних і високогірних районах, берегових зонах, тропічних лісах і вологих зонах, котрі підходять для створення природних парків або заповідників [6, с. 89-98].

В сучасних філософських і соціальних дослідженнях неодноразово пропонувалась необхідність змінити стратегію нашого відношення до природи. Не можна не згадати, що в якості першоджерела були ідеї А.Швейцера о благоговінні перед життям. Його праці поклали початок власне біологічній етиці, в яких він тлумачить етику як безмежну відповідальність за все, що живе. В його етиці «благоговіння перед життям» немає поділу на вище та нижче, або більш цінне та менш цінне життя. Для глибоко моральнісної людини кожна форма життя є священною. Екологічну кризу тлумачать не як кризу, зовнішню щодо людини, що стосується лише природного довкілля, а як кризу

антропологічну, внутрішню, як кризу духовну (світоглядovu та філософсько-ідеологічну). Тому наголоси при опрацюванні стратегій її подолання ставлять не лише на раціональному природокористуванні, контролі за технологіями та прийнятті законів на захист природного оточення, а й на формуванні нового ставлення до природи та адекватних моральних «людських якостей» (А.Печчеї).

З часом поняття моральності стало поширюватися на інші форми буття, зокрема на сферу живого (А.Швейцер), а потім і на природу взагалі (відношення «людина - природа»). Таке поширення предмета етики, на думку відомого німецького дослідника Г.Йонаса, є необхідним для сучасної людини як ефективний засіб захисту людини розумної (*homo sapiens*) від людини діяльної (*homo faber*). Ставлення людини до природи нині набуває такого ж морального значення, як і ставлення людини до людини. Цю обставину мають на увазі, коли кажуть про перехід морального імперативу в імператив екологічний.

Н.Аббаньяно назвав позитивний тип взаємин з природою «коекзистенцією». Коекзистенціювання з природою - не просто вимога часу, але й умова самозбереження людства. На цьому ґрунті й виникає принципово нова етика, за Г.Йонасом, «етика відповідальності». Він вважає, що головним завданням нової етики є подолання розриву між прогностичністю та могутністю дій людини, встановлення надійного контролю за власною непомірною могутністю. Для цього пропонується трансформація кантівського категоричного імперативу в імператив новий, адекватний новому характеру людської діяльності: «чини так, щоб наслідки твоєї діяльності узгоджувалися з продовженням автентичного людського життя на землі [7, с 206-207]».

Для запобігання небажаних наслідків невиважених відносин людини з природою корисними є розробки концепції взаємодії «Я - Ти», буберівського та левінасівського екзистенційного спрямування. І, хоч в їх концепціях «Я - Ти» йдеться переважно про взаємодію суб'єктів, що на наш погляд, цілком можлива побудова взаємин людини з природою за принципом «Я» та «Інший», що передбачає ставленням до іншого («жива природа») як до себе.

Отже, людина при всіх своїх якостях *Homo sapiens* включена в єдину глобальну екологічну систему; вона живе не лише в соціальному, а й у

природному контексті; людина не власник (орендар) природи, а один з членів природного співтовариства; людина не має ніяких привілеїв. Навпаки, її сапієнтність покладає на неї відповідальність за стан природного довкілля; готовність і здатність - вона має культивувати в собі відчуття «емпатії» відчувати те, що відчують інші, входити в становище інших, здатність дивитися на світ очима живої істоти.

Отже, обов'язковими вимогами практичної організації цивілізованого туризму в наш час стає формування сучасної екологічної свідомості.

Не менш особливої уваги потребує вивчення впливу туризму на соціально-економічне середовище. У конкурентній боротьбі за землю, ресурси, капітал туризм тіснить сільське господарство і інші традиційні джерела доходу місцевих жителів. Вища заробітна плата в туристичній галузі приваблює працівників, що згубно впливає на сільське господарство із-за відтоку робочої сили. В результаті знижуються об'єми сільськогосподарської продукції, тоді як об'єми споживання ростуть завдяки численному туристському прибуттю. Одночасно порушується або повністю руйнується традиційний устрій життя і природний ландшафт в центрах масового туризму.

Основа економічної стабільності – це різноманітність видів продуктивного виробництва. Коли одна галузь переживає різкий економічний спад, інша як правило процвітає. Таким чином знижується можливість кризи або згладжуються його наслідки, якщо криза все ж таки настає. Отже, замість того, щоб сприяти диверсифікації економіки, туризм деколи заміщає сектор сільського господарства. А це небажано насамперед в соціальному аспекті. Тому, що *по-перше*, туризм – явище сезонне. Іноді сезонні коливання в попиті тур послуг можуть бути понижені, але ніколи не можна уникнути їх повністю. Тому якщо туризм – основна галузь в регіоні, то «низький» сезон приносить серйозні проблеми зайнятості. *По-друге*, попит на туризм і подорожі в значній мірі залежить від смаків туристів. А тури як мода, річ ненадійна. Обидва ці чинники знаходяться поза контролем приймаючого регіону. Іншими словами, повна залежність регіону від одного-єдиного сектору індустрії такого як туризм вкрай небажана.

Інколи туризм породжує зростання темпів інфляції в регіоні, де він розвивається. Туристи вкладають свої гроші, зароблені в іншому регіоні або країні, в економіку даного туристського регіону. Оскільки це підвищує доходи регіону то може з'явитися і причиною інфляційного тиску. Підвищуються ціни на товари першої необхідності: продукти, одяг, житло, транспорт. Як правило, в туристських регіонах особливо стрімко ростуть ціни на землю. Ціна, яку іноземці готові заплатити за своє мешкання під час відпустки в туристському регіоні, може різко знизити попит на житлі самих місцевих жителів. В такому разі вони просто витісняються з ринку житла в районах з розвиненою туріндустрією.

Таким чином, хоча туризм і володіє значним потенціалом як інструмент економічного розвитку, не є панацеєю від всіх економічних недуг. Уряд повинен прикласти всі зусилля до оптимізації (а не максимізації) прибутків від туризму, зважаючи на ті витрати, які може спричинити його незбалансований розвиток. Слід зазначити, що можливість виникнення і об'єм витрат від туризму для країн, що розвиваються, значно більший, ніж для процвітаючих. Розвинені країни за визначенням володіють здоровою економікою, яка здатна з легкістю покрити всі витрати туризму. Зазвичай економіки подібних країн диверсифіковані, а урядові інвестиційні програми не повністю зосереджені на розвитку.

Індустрія туризму – це сфера бізнесу, тут діють і діятимуть властиві закони. І коли не буде витворено надійної нормативної (правової та моральної) системи в цій сфері, то вона матиме ті самі негативні риси, які мають і усі інші сфери бізнесу. По-друге, туристичне переміщення у просторі не завжди пов'язане з прагненням мандрівника зрозуміти чужу культуру, тим більше порозумітися з нею. «Туризм часто-густо супроводжується простим споживанням іншої культури, спробою побачити в ній тільки своє, а отже й зверхнім ставленням до неї, або навпаки, сприйняттям іншого як чогось чужого, що, своєю чергою викликає зворотну реакцію сторони, що приймає туристів. Коли метою подорожі є те, щоб потім сказати: «я тут був», сфотографуватися і показати фото знайомим, то це призводить до поверхового сприйняття іншої культури, народу, до небажання принаймні познайомитися з її мовою, зрозуміти інший народ, тим більше порозумітися з ним [8, с. 146-156].



В.Кізіма вбачає головну внутрішню суперечність туризму в постійному стані невідповідності рівня туристського сервісу, розрахованого на масовість туризму, в необхідності створення індивідуальних америчних станів, потрібних окремій людині в її плинному процесі субстанційності. Тим більше це актуально в умовах сучасної великої соціальної диференціації та перебування людини в постійному шоці від нездатності її адаптуватись до стрімких суспільних змін, які випереджають її зусилля (О.Тоффлер). Кожна людина прагне умов, які вважає за потрібні і важливі для себе в даний момент, а реальна ситуація туристського забезпечення може з різних причин орієнтувати її на зовсім інші можливості відпочинку. Зазначене протиріччя породжує внутрішню напругу в людині, в колективі відпочиваючих, породжує рекламациї на обслуговування тощо. Для запобігання подібним випадкам необхідний попередній аналіз америчних потреб потенційного туриста і рекомендації йому згідно з цим аналізом, а також готовність до внесення відповідних новацій в обслуговування. Як вважає В.Кізіма «окрім групового туризму у межах туристського сервісу повинний забезпечуватися не лише індивідуальний (за індивідуальними америчними програмами), а й самодіяльний (програма розробляється туристом на власний розсуд на основі можливостей вільного використання умов турсервісу; за програму і її реалізацією в цьому випадку туристична організація відповідальності не несе, хоч може надавати поради в її складанні за бажанням людини) [9, с. 100-122]».

Суперечливим є вплив туризму і на культурне середовище. З одного боку, міжнародний туризм – це розширення контактів з представниками інших культур, пізнання іншої культури. З іншого – гостро стає питання про культурну самотність і культурні відмінності. Культурне різноманіття сучасного людства зростає. Теоретики міжнародного підтверджують загальну закономірність: людство, яке стає більш взаємопов'язаним і єдиним, не втрачає свого культурного різноманіття. Однак зазначені два вектори глобалізації здатні за умов абсолютизації одного з них утворювати біфуркаційні точки напруги. Тому дуже важливо навчитися розуміти культурні особливості народів, відмінності між ними, а також з'ясувати спільні, загальнолюдські культурні позиції.

Ця система базується на принципах рівного доступу до необхідної інформації, безпосереднього спілкування, колективного прийняття рішень. Завдяки міжнародному туризму з'явилась можливість прямих контактів з культурами, які раніше здавалися загадовими і дивними. Безпосередній контакт з такими культурами виявляє різницю не тільки на рівні побуту, але й у різному ставленні до жінки, дітей, людей похилого віку, в засобах ведення господарських та громадських справ.

Відмінності у мові, національній кухні, одязі, нормах суспільної поведінки роблять ці контакти ускладненими, а часом навіть неможливими. Але це лише поверхові проблеми кроскультурних контактів. Більш ґрунтовні й змістовні полягають в різному світосприйнятті, відмінних традиціях, історичному досвіді. Головною причиною непорозумінь в духовній культурі є те, що ми розглядаємо інші культури крізь призму культури власної. Ми часто-густо не розуміємо значення слів, вчинків, дій, які не характерні для нас самих. Етноцентризм не тільки перешкоджає міжкультурній комунікації, але його ще важко розпізнати, так як це безсвідомий процес, який розгортається на рівні підсвідомості. Ефективна кроскультурна комунікація тому не може виникнути сама по собі, її необхідно цілеспрямовано планувати.

Різні суспільства відмінно реагують на вплив інших культур. Діапазон супротиву процесу злиття культур достатньо великий: від пасивного неприйняття цінностей культур до активної протидії їх розповсюдженню і ствердженню. Звідси багаточисельні етнорелігійні конфлікти. Вони розгортаються у соціальному широкому чи вузькому середовищі: в певній країні, регіоні, у виробничому колективі, групі управлінців тощо. Для міжнародного туризму важливим є визнання світових (планетарних) конфліктних регіонів, в яких через постійно суперечливу соціально-політичну обстановку, економічні негаразди, техногенні катастрофи, збройну боротьбу між войовничими силами складається сукупність небезпек. На цій основі цілком можливим є виникнення конфлікту поза бажаннями туристів [10].

Особливої актуальності останнім часом набуває тема міжетнічних комунікацій на рівні міжцивілізаційних стосунків, зокрема, дослідження щодо можливості виникнення в них конфліктних ситуацій та пошук способів їх розв'язання. Отже, потрібний аналіз причин виникнення конфліктів, з'ясування можливостей формування нових базових соціокультурних передумов для досягнення компромісів. До того ж зростання гостроти і непримиренності позицій в міжрелігійних, міжетнічних та міжкультурних конфліктах також «працює» на необхідність пошуку можливостей подолання міжетнічних розмежувань.

Отже, з огляду на вищесказане потрібно виробити певні заходи, хоча б на рівні «народної дипломатії», ефективною формою якого є туризм. І хоча зрозуміло, що вплинути на економічні чи екологічні передумови виникнення конфліктів майже неможливо, все ж існують соціально-психологічні передумови міжнаціональних конфліктів, де народна дипломатія може запобігти їм. Роль і значення туризму для формування майбутнього безконфліктного світу важко переоцінити. Сучасний туризм має орієнтуватися і спиратися на різні рівні субстанційності відповідно до завдань, які розв'язуються у кожному конкретному випадку і в залежності від контингенту відпочиваючих.

Найбільш важливою і найменш бажаною стороною туризму є вплив на моральні стандарти місцевого населення, зазначає в одній із своїх робіт В.Арчер [11, с. 126-140]. Зростання проституції, злочинності і азартних ігор досить часто розглядають як неминуче зло туристичної діяльності.

Проституція була такою ж складовою частиною античного суспільства як і подорожі. Неабияку роль відіграє реклама, яка експлуатує чотири S туризму: sea, sun, sand and sex – море, сонце, пісок і секс.

Туризм робить свій внесок і в динаміку злочинності – кримінальний графік відображає сезонні коливання туристичної активності. Зрозуміло, що рівень злочинності буде вищий в місцях де панують високі доходи, а вірогідність розкриття злочинів менша. Виділяють наступні особливості кримінальної ситуації, пов'язаної з туризмом: збільшення витрат на підтримку правопорядку в туристичні сезони; пограбування і мошенство, пошкодження нерухомості і

вандалізм, комерційні злочини, ухилення від податків та посилення чорних ринків, зростання соціальної напруги, хибне відчуття безпеки.

Отже, з огляду на вищевикладене, майбутнє всесвітнього туризму, його зростання, гарантію тривалого успіху може забезпечити вихід туризму на якісно новий рівень, за допомогою якого можливо зменшити гостроту або вирішити великий комплекс проблем які стосуються не лише економічного зростання, соціального прогресу та охорони навколишнього середовища, а й мають етичний та культурний виміри.

Ці завдання можуть бути вирішені в рамках реалізації програми сталого розвитку туризму, яка на сьогодні є безальтернативною основою моделювання розвитку світу, окремих країн, регіонів і міжрегіональних утворень, окремих галузей і секторів економіки, суб'єктів господарювання [12]. На наш погляд, критерій сталого розвитку туризму повинен бути триєдиним, взаємопов'язаним за такими компонентами: доступність – якість – безпека [6, с. 89-98].

Для переходу всіх видів туризму на шлях сталого розвитку необхідно прийняття різних, нестандартних заходів. Головне, щоб цей процес був двосторонній як з боку туристів, які повинні об'єктивно оцінювати свої запити, бути готовими до отримання нових послуг, так і з боку приймаючої сторони, якій потрібно впроваджувати і рекламувати тільки форми, що ґрунтуються на концепції сталого розвитку. Досягнення поставленої мети, забезпечення високого рівня якості життя стане більш реальним, якщо критерій сталого розвитку туризму буде узгоджений з критерієм сталого розвитку суспільства в цілому.

### **Список використаних джерел**

1. Урри Дж. Туристическое созерцание и «окружающая среда» / Дж. Урри // Вопросы социологии. – 1996. – Вып. 7. – С.70-101.
2. Афиногенов Д.В. Свобода, наука, природа. (Об истоках глобального экологического кризиса) / Д.В. Афиногенов // Общественные науки и современность. – 2001. – №4. – С. 149-159.

3. Нэш Родерик. Дикая природа и американский разум / Р. Нэш; [сокр. пер. с англ. Сергей Колос, Владимир Бореико]; Киевский эколого-культурный центр. – К. : Логос, 2001. – 202 с.
4. Лоренц К. Год серого гуся / К. Лоренц [пер. с нем. И. Гуровой]. – М. : Мир, 1984. – 191 с.
5. Матье Л. Сбережем Землю / Л. Мате; [пер. с фр. Т.К. Черемухиной]; науч. ред. и предисл. С.А. Евтеева. – М. : Прогресс, 1985. – 173с.
6. [Глобальный этический кодекс туризма. Сантьяго \(Чили\), 1 октября 1999 года](#) // Правове регулювання туристичної діяльності в Україні. Збірник нормативно-правових актів / Під заг. ред. проф. В. К. Федорченко; Київ. ун-т туризму, економіки і права. – К. : Юрінком Інтер, 2002. – С. 89-98.
7. Йонас Г. Майбутнє людства і майбутнє природи / Ганс Йонас [пер. з нім.] // Принцип відповідальності. У пошуках етики для технологічної цивілізації. – К. : Лібра, 2001. – С. 206-207.
8. Єрмоленко А. М. Феномен туризму у світлі взаємодії стратегічної та комунікативної дії / А. М. Єрмоленко // Філософські нариси туризму : наук.-навч. видання. – К. : Укр. Центр духовної культури, 2005. – С. 146-156.
9. Кізіма В. В. Субстанційні виміри феномену туризму / В. В. Кізіма // Філософські нариси туризму : [наук.-навч. видання]. – К. : Укр. Центр духовної культури, 2005. – С. 100-122.
- 10.Цюрупа М. В. Основи конфліктології та теорії переговорів / М. В. Цюрупа : [навч. пос.] : вид. друге, перероб. і доп. – К. : Кондор, 2009. – 192с.
- 11.Archer B. Domestic tourism as a development factor / B. Archer // Annals of Tourism Research. – 1978. – №5. – P. 126-140.
- 12.[Ткаченко Т.І. Сталий розвиток туризму: теорія, методологія, реалії бізнесу: монографія.](#) – К. : Київ. нац. торг.-екон. ун-т, 2006. – 537 с.

**S. Solyanik «Problem of negative impact of modern mass tourism and ways of reducing the effects».**

*The article deals with the negative impact of modern mass tourism upon natural, social, economic and cultural environment. The author proves the necessity of change, development of new trends in tourism (soft, alternative tourism). The article presents the importance of responsible tourism as one of stabilizing factors of social development that enables settling the whole scope of economic and social problems.*

**Key words:** social and ethic aspect, ecotourism, ethics of responsibility, ecological consciousness, coexistence, «responsible tourism», sustainable development

A. Khemii PhD, Student  
Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv

### FINANCIAL STABILITY OF THE UKRAINE NATIONAL SYSTEM OF PENSION INSURANCE

*The system of pension insurance is a combination of created by the state legal, economic and organizational institutions and norms, providing financial support to citizens in the form of pensions. In the article analyzing the demographic situation and the condition of pension payments in the country today. In the terms of economic and social reforms, the level of financial stability the pension system is low. Therefore important is the analysis and exploring new methods to ensure financial stability of the Ukraine national system of pension insurance. The main institution of the national pension insurance is the National Pension Fund of Ukraine.*

**Keywords:** pension insurance; national system of pension insurance; pension system; the Pension Fund of Ukraine; financial stability.

УДК 338.242  
JEL L 83

К. Кучеренко, асп.  
КНУ імені Тараса Шевченка, Київ

### ОЦІНКА ВПЛИВУ ГЛОБАЛЬНИХ ФАКТОРІВ РИЗИКУ НА ПРОЦЕС ФОРМУВАННЯ МІЖНАРОДНОГО ТУРИСТИЧНОГО БРЕНДУ

*Розглянута проблема впливу глобальних факторів ризику на процес формування міжнародного туристичного бренду. Наводиться перелік ризиків, що впливають на процес формування туристичного бренду. Зазначено, що наведені ризики можуть носити як об'єктивний, так і суб'єктивний характер. Дані ризики є наслідком невизначеності, що впливають на розвиток туризму в кожному окремому географічному регіоні.*

**Ключові слова:** бренд; ризик; невизначеність; туризм; чинники.

**Постановка проблеми.** Актуальність проблеми формування брендів з розвитком ринкових відносин глобального характеру зростає. Панівні позиції в економіці здебільшого належать компаніям з великим досвідом та сформованими брендами. Загальноприйнята теорія бренду полягає у необхідності його створення на довгий термін для накопичення основного капіталу бренду – лояльності "споживачів". Саме лояльність присутня лише у разі довготермінового існування бренду. "Споживачами" бренду як комерційного, так і національного можуть бути і класичні "комерційні" клієнти, і інвестори, і інші суб'єкти чи контрагенти.

В сучасних умовах зростання туристичного інтересу до різних країн і народів, імідж країни відноситься до найважливіших факторів, що впливають на вибір іноземними туристами місць відпочинку. Основним питаннями, що турбують туристів в процесі визначення з країною подорожі, є як ті, що можна віднести до загального іміджу держави (культурний рівень, екологічна ситуація, криміногенна обстановка, національна та релігійна толерантність, політична та економічна стабільність), так і ті, що стосуються розвитку туристичної індустрії (наявність рекреаційних ресурсів та комфортність відпочинку, співвідношення рівня сервісу рівню цін, безпека подорожі, цілість багажу і таке інше). У більшості випадків рішення залежить не від того, що потенційний турист володіє вичерпною інформацією про країну, а від сформованих стереотипів, інформації в засобах масової інформації, відзвітів інших туристів. Іноді вони можуть навіть не відповідати дійсності. В таких умовах погана репутація, або відсутність такої можуть звести нанівець зусилля щодо розвитку в'їзного туризму в країні. Таким чином, імідж та репутацію держави необхідно розглядати як її стратегічне надбання.

На початку ХХІ століття туризм став глобальним явищем сучасності, що характеризується проявом суперечливих тенденцій інтеграції і диференціації у міжкультурних, економічних, політичних взаємодіях [1]. Формування глобального туристичного ринку обумовлює зростаючий інтерес до дослідження феномену "бренд території", що впливає на процес просування території як об'єкта туристичного інтересу, який являє собою відомий об'єкт або комплекс об'єктів природної, культурно-історичної спадщини, це ті визначні пам'ятки, які показують гостям території в першу чергу, без озна-

йомлення з якими знайомство з цією місцевістю зазвичай вважається неповним, а також ті умови, які сприяють або перешкоджають відвідуванню цих місць, впливають на сприйняття території туристами [2].

Бренд території, на думку Н. Тихонової, є її символом, створює реальні передумови для формування символічного бренд-капіталу території, роблячи її привабливою і бажаною для зовнішніх і внутрішніх споживачів. Символічний капітал є тоді, коли є люди (соціальні агенти), які вважають, що ви володієте чимось цінним, що формалізовано у будь-якому символі. Іншими словами, бренд території, виражений конкретним символом (знаком), здатний стати повноправним учасником комунікативного простору, а, отже, брати участь у створенні нової реальності [3, с. 6].

Сильний туристичний бренд країни відіграє важливу роль в розвитку і залученні нових ресурсів в країну, як фінансових, так і людських. У формуванні міжнародного туристичного бренду країни національний брендинг або брендинг країни є процесом створення образу країни, заснований на її позитивних національних цінностях.

Брендинг країни являє собою технологічну послідовну діяльність органів державної влади, громадськості, бізнес-еліти і усіх зацікавлених груп осіб у формуванні позитивного пізнаваного образу території з метою підвищення її конкурентоспроможності.

У традиційному трактуванні імідж бренду є найголовнішим показником її форми. Нині найважливішою категорією в управлінні брендом визнається його капітал. Капітал бренду складають свідомість бренду, лояльність, сприймана якість і асоціації з брендом.

Міжнародний туризм в широкому сенсі розглядається як сфера розвитку особистої та соціальної культури, розкриття духовного потенціалу людини, відродження і збереження національних традицій, культурної спадщини народу.

Міжнародний туристичний бренд країни – це надзвичайно важливий концепт у сучасному світі. В результаті глобалізаційних процесів, країни вимушені конкурувати між собою за отримання уваги, поваги і довіри інвесторів, туристів, споживачів, іммігрантів, засобів масової інформації і урядів інших держав. Таким чином, потужний національний бренд дає значну перевагу в конкурентній боротьбі. Для будь-якої країни дуже важливе усвідомлення того, як її сприймають у світі, як її досягнення і

невдачі, культура, люди, вироблювані товари відбиваються на стані її міжнародного туристичного бренду.

Будучи категорією динамічною і керованою бренд території складається під впливом різних зовнішніх та внутрішніх факторів, які у свою чергу знаходяться під впливом різних ризиків.

Протягом останнього десятиріччя з'явилась низка наукових публікацій, присвячених інформаційній підтримці національного та територіального туристичного продукту, національної культурної спадщини, популяризації відпочинку в Україні. Аналіз цих досліджень свідчить про те, що проблема формування образу території, регіону має практичне соціально-психологічне та економічне значення, оскільки територіальний символічний капітал, позитивний імідж території та успішний бренд – це, передусім, засіб економічної конкуренції та знаряддя боротьби за визнання, запорука залучення інвестицій у розвиток країни, регіону, міста, зростання туристичних потоків, розвиток місцевої інфраструктури.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Методологічні основи вивчення геополітичного образу країни, міста, регіону як нематеріального фактора соціально-економічного розвитку території державного будівництва та міжнародної і внутрішньої політики розроблені у працях В. Бочарова, М. Годельє, Д.-Ж. Дозона, Д. Замятіна, Ю. Левади, О. Кисельова, Д. Колосова, В. Тернера та ін. Технологіям конструювання образу держави у вербальному та візуальному комунікативному просторі присвячені публікації Г. Ванштейна, М. Епштейна, Ф. Котлера, В. Легойди, А. Лівена, В. Малкіна, М. Малья, Д. Місюрова, П. Родькіна, В. Шаповалова та ін. Теорії та практики територіального маркетингу присвячені праці І. Бегга, І. ван дер Борга, І. Брамецца, С. Бурякова, В. Гельмана, А. Дуровича, Ф. Козіна, В.-Х. Мюллера, Л. Мамлєєва, Н. Маншевтуса, Д. Мартенса, Н. Моїсєєва, А. Панкрухіна, Х. Смересона, П. Темпорала, О. Ширишева та ін. Як зазначає у своїй статті Е. Мамонтова, в умовах конкуренції рівнозначні за економічним та демографічним потенціалом міста та регіони ведуть свої символічні змагання за визнання на "полі" вражень, асоціацій, нюансів, інтонації, спогадів, що задаються образом території.

Категорія ризику займає значне місце в економічній науці і практиці, формування цілісної теорії ризику ще далеко від завершення. В останні роки стала провідною точка зору, згідно з якою про ризик можна говорити лише тоді, коли існує відхилення між плановим і фактичним результатом [4, с. 16]. У межах цього підходу проявом ризикової ситуації вважається відхилення фактичних значень від запланованого рівня, що є наслідком невизначеності [5].

Невизначеність і, як наслідок, ризик присутні у всіх сферах людського життя, в тому числі невизначеність характерна і для туристичної діяльності.

Теоретико-методологічну основу формування та управління брендингом достатньо глибоко висвітлено у світовій економічній літературі, а саме, у працях таких вчених, як: Ф. Котлер, М. Портер, Ж.-Ж. Ламбен, Р. Фатхутдінов, Ю. Юданов та ін. Дана тематика є актуальною і для України. Проблематика брендингу, як системи дій щодо створення та просування бренду, здатного забезпечити для товару бажаний ринковий успіх, є новою та недостатньо опрацьованою для української економіки. Вона є складовою сфери наукових досліджень таких вітчизняних дослідників, як: Н. Кара, М. Карий, О. Володченко, О. Петрович, Я. Ващук, Р. Колядюк та інших.

Актуальність проблеми формування бренду України в сучасних умовах зумовили велику кількість наукових праць та досліджень як серед вітчизняних, так і інозем-

них науковців. Значну увагу розвитку бренду приділили такі вчені, як С. Анхольт, П. Родькін, Дж. Енджел, Ф. Котлер, Дж. Майєрс, А. Тараненко, А. Федоров, М. Хейг, А. Старостіна та ін. Але більшість цих досліджень були зосереджені саме на вирішенні проблем формування брендів комерційних підприємств або проблем національних брендів загалом.

Проблемі оцінки ризиків в туристичній діяльності присвячені роботи М. Біржакова, І. Зоріна, Ю. Манторової, А. Овчарова, Л. Черникової та ін. Як зазначає Ю. Манторова стан соціокультурної динаміки і сфери туризму призвів до усвідомлення змін як інноваційного виклику, який тягне за собою проблему, що не має прецеденту. Новим є розмах і швидкість розвитку процесу сучасних змін у поєднанні з його зростаючою складністю. До найбільш значущих факторів, що зробили найбільш істотний вплив на соціальні зміни належать самоорганізоване середовище в туризмі, а також новий фактор невизначеності і ризиків [6].

**Невирішені частини загальної проблеми.** У той час як у вітчизняній, так і в іноземній літературі недостатньо повно вивчені проблеми, що стосуються впливу різних ризиків на формування туристичного бренду країни (території).

На основі опрацювання публікацій вищевказаних вчених можемо зробити висновок про науково-практичне значення їхніх досліджень. Проте дана тематика є ще недостатньо розробленою як у нормативно-правовому, так і у науково-практичному аспектах.

Таким чином, **метою цієї статті** є систематизація та оцінка ризиків, які виникають в процесі формування туристичного країнового бренду.

#### **Виклад основного матеріалу.**

Дослідження особливостей розвитку туризму в глобалізованому світі дозволяє виявити ряд тенденцій, які є важливими з точки зору оцінки місця міжнародного туристичного бренду країні світу в системі міжнародного туризму:

- Спостерігається зростання взаємного впливу міжнародних туристичних брендів країн і орієнтованих на їх просування товарів та послуг, що створює системний синергетичний ефект у вигляді економічного зростання і довгострокової міжнародної ринкової конкурентоспроможності країни.
- Маркетинг і туристичний брендинг країни стають найважливішими складовими соціально-економічної, політичної і міжнародної політики органів державного і територіального управління.
- Збільшуються бюджети на брендинг туристичних дестинацій, що мають прямих конкурентів на туристичному ринку.
- Брендинг країни вимагає активного впровадження аудіовізуальної складової маркетингу, вираженої в існуванні емоційно привабливого символу (логотипу), що відбиває його стиль, атмосферу і настрої.
- Зростання впливу символу бренду на поведінку споживачів обумовлює формування символічного бренд-капіталу території, який відбиває зростання її привабливості і пізнаваності.
- Ефективність міжнародного туристичного бренду країни визначається через показники економічної ефективності, комунікативної ефективності (роботи з цільовими групами) і ефективності символічного капіталу (репутації бренду).

Національний маркетинг визнає факт, що держава є гравцем на глобальному ринку, де конкурує з іншими державами. У науковому середовищі існує думка, що в найближчому майбутньому в загальній свідомості, в глобальному масштабі зможуть існувати тільки 30 країн, інші залишаться майже "анонімними", бренди їх кра-



їм не будуть сприйматись масовою аудиторією як відомі та цікаві. Ці 30 країн зберігатимуть провідну позицію, використовуючи: трактування культури, як важливого експортного товару, зверненого до світових цінностей, ідей, зразків і стандартів; презентацію державної і закордонної політики, що відповідає визнаним світовим стандартам; систематичний показ інвестиційної, торгової і туристичної відкритості; дбайливе збереження довкілля і формування з нього одного з найважливіших ресурсів; послідовне створення і рекламування своїх експортних продуктів; турботу про присутність в глобальних масмедіа інформації в ролі суб'єкта, який може багато що запропонувати світу; акцентування своєї доброзичливості для іноземних відвідувачів.

Держава має бути основним регулятором туристичного ринку, координатором організації масових заходів подієвого туризму та повинна орієнтуватись в першу чергу не на економічні вигоди від розвитку туризму (на це суб'єктів туристичної діяльності буде орієнтувати сам ринок), але на проблеми національної ідентичності, збереження та розвитку культури, розвитку суспільства через комунікації з представниками інших країн світу, збереження екології в першу чергу розглядаючи вирішення цих проблем як засіб для стимулювання попиту на туристичні послуги в країні, як інструмент підвищення її конкурентоспроможності на міжнародному туристичному ринку. З огляду на те, що масштабні знакові заходи міжнародного туризму, зокрема – спортивні, характеризуються тим, що мета проекту, його дата завершення і тривалість, а також необхідні видатки є визначеними і фіксованими, згідно із загальноживаною класифікацією, такі події належать до інвестиційних проектів. Розвиток туристичної галузі як чинника трансформаційних змін в економіці: сприяє впровадженню якісних змін в інституційному середовищі, характерних для інноваційного розвитку, підвищує здатність країни, її регіонів та міст до проведення заходів, подібних до "Євро-2012" в Україні; характеризує готовність туристичної індустрії та місцевої інфраструктури забезпечити належну якість туристичних послуг; сприяє формуванню міжнародного туристичного бренду країни.

Різні ризики тією чи іншою мірою впливають на позитивний образ держави, який насамперед має значення для успішного просування національного туристичного бренду. При цьому, кожна територія надає споживачам певний набір можливостей, що безпосередньо залежать від її особливостей і ресурсів. Одночасно вибір країни (регіону, міста) для туриста пов'язаний із різними видами ризиків, які споживачі території намагаються мінімізувати. У свою чергу, територія, яка піклується про свій імідж і репутацію, повинна вивчати ці ризики.

Загальний негативний імідж території руйнівним чином впливає на туризм. Для зміни іміджу, ребрендингу території, необхідна активна комунікаційна політика, інноваційні підходи, що поєднують сучасні засоби маркетингу та брендингу, великі фінансові вкладення. Дослідник А. Панкрухін виділяє декілька існуючих типів іміджу території:

- Позитивний імідж. Венеція, Сінгапур, Санкт-Петербург асоціюються у споживачській свідомості переважно зі своїми достоїнствами: архітектурна спадщина, фінансовий добробут, цінне історичне минуле, високий культурний рівень. Цей імідж потребує не змін, а посилення, підтвердження і поширення на можливо більшу кількість цільових груп споживачів.

- Слабо виражений імідж. Територія може бути відносно невідомою цільовим групам споживачів. Основні причини – малі розміри, відсутність або слабкий вираз

конкурентних переваг, відсутність реклами, небажання привертати до себе зовнішню увагу.

- Надмірно традиційний імідж. Імідж, заснований на асоціаціях з глибокими традиціями і консерватизмом, не дозволяє уявити територію динамічною, сучасною, що може відштовхнути певні цільові групи.

- Суперечливий імідж. Багато столичних міст мають масу переваг, але одночасно вони асоціюються з несприятливою екологією, брудною водою, надто інтенсивним рухом, злочинністю.

5. Змішаний імідж. Являє собою суперечливий імідж, що складається з набору позитивних і негативних асоціацій.

Негативний образ. Детройт, наприклад, має імідж столиці криміналу в США, Колумбія – осередок наркомафії, Ліван – центр цивільної і військової протидії, Бангладеш – апофеоз бідності.

Надмірно привабливий імідж. Ряд територій в силу надмірно привабливого іміджу посилюють правила в'їзду, регулюють потоки відвідувачів, припиняють імміграцію (наприклад країни ЄС) [7, с. 194].

В цілому, на основі такої класифікації можна констатувати, що сам процес брендингу схильний до різного роду ризиків, які, в принципі і формують у туристів позитивний імідж територій.

В свою чергу, М. Жукова пропонує увесь комплекс факторів, що впливають на розвиток туристичної галузі, поділити на дві групи: 1) фактори, діючі незалежно від діяльності організацій туризму; 2) фактори, що сприяють розвитку туризму, активно використовувані туристськими організаціями у своїй діяльності. У переліку основних факторів впливу на розвиток регіонального туризму, російські вчені під керівництвом І. Зоріна виділяють групи статичних та динамічних, зовнішніх (екзогенних) та внутрішніх (ендогенних).

Найчастіше використовується розподіл факторів на зовнішні (екзогенні) і внутрішні (ендогенні), які у туризмі мають специфічні прояви. Зовнішні фактори впливають на туризм, у першу чергу, за допомогою демографічних і соціальних змін, а також через фінансово-економічні умови. Серед численних зовнішніх факторів, що впливають на розвиток туристичної індустрії доцільно виділити основні їх групи: політичні, економічні, соціально-демографічні, науково-технічні.

Внутрішні фактори – це фактори, що впливають безпосередньо в сфері туризму: матеріально-технічні фактори, що мають найважливіше значення для розвитку туризму. Головні з них пов'язані з розвитком засобів розміщення, транспорту, підприємств харчування, рекреаційної сфери, роздрібною торгівлі і т.д.

До внутрішніх факторів належать: процеси попиту, пропозиції й поширення (перетворення попиту на турпродукти в постійний попит), збільшення індивідуального туризму; зростання ролі сегментації ринку (поява нових внутрішньорегіональних туристських сегментів), збільшення відстаней подорожей, різноманітність форм проведення канікул тощо; зростання ролі координації діяльності в туризмі в процесі монополізації (посилення горизонтальних інтеграцій, тобто поширення партнерських відносин великих фірм із середнім і малим бізнесом; вертикальні інтеграції через створення стратегічних туристичних союзів; глобалізація туристського бізнесу і т.д.); зростання ролі ЗМІ й зв'язків із громадськістю (паблік рілейшнз) у просуванні, рекламі й реалізації турпродуктів; зростання ролі фахівців у туризмі (збільшення чисельності працівників, розвитку професійно кваліфікованої структури і т.д.); зростання представників туристського бізнесу (створюються умови для дій на ринку великих операторів і малих підприємств-агентств, що пропонують різноманітні турпослуги).

На думку автора цієї роботи ці ризики можливо систематизувати таким чином.

1. Функціональний ризик – пов'язаний з тим, що територія може не виправдати очікувань споживача за якістю і не принести очікуваних вигод. Наприклад, для туриста функціональний ризик пов'язаний з можливим браком ресурсів території (або їх низькою якістю). В туризмі людина – завжди актор, що рівним чином відноситься і до туриста, і до турагента. Турист виконує свою місію за умови, якщо стає ініціатором своєї соціальної активності, реалізує якісь суб'єктивні смисли мотивації до подорожі і під час поїздки цілі, наміри, інтереси, бажання й очікування. Яка соціальна дія в туризмі, сенс якої згідно з М. Вебером "співвідноситься з дією інших людей і орієнтується на неї"? [8].

Туризм нині є, насамперед, комунікацією, спрямованою на придбання нових знань, вражень, досвіду за допомогою руху, переміщення, мобільності. При здійсненні туристської практики вкрай важлива участь інших людей, покликаних забезпечити комфортність переміщення та перебування туриста на відпочинку, фахівців, що супроводжують у подорожі (гід-перекладач, екскурсовод тощо). Сучасному іноземному туристу вкрай важливо відчувати гостинність місцевих жителів на території приймаючої дестинації. Використовуючи логіку міркувань М. Вебера, вибудуємо гіпотезу про безліч соціальних дій туристів, що співвідноситься з діями інших туристів; місцевих жителів туристських дестинацій; турагентів; працівників підприємств та установ, що забезпечують гостинність.

Сучасні туристи орієнтуються на дії: по-перше, інститутів, що регулюють процедури, які супроводжують туристські поїздки (посольство, консульство, паспортний контроль, митниця, адміністрація готелю і ін.); по-друге, туристських підприємств, що забезпечують пересування, розміщення, харчування, рекреацію, відпочинок, анімацію; по-третє, ЗМІ, що надають актуальну й оперативну інформацію.

На початку XXI ст. простежується тенденція диверсифікації туризму, освоєння нових ринкових сегментів, стимулювання зростання попиту на туристські послуги, вибірковість його характеру. Туризм в умовах глобалізації сприяє подальшій індивідуалізації споживчих запитів, у тому числі через моду в її широкому розумінні як соціального феномена. Нині туризм виступає як своєрідний двигун і законодавець моди. Масовий туризм наочно демонструє новий спосіб життя з орієнтацією на освоєння природного та соціокультурного простору. Сучасний турист схильний до впливу моди і легко змінює свої уподобання, інтереси, мотиви, форми поведінки на ринку турпослуг. Можна говорити про соціальні практики наслідування і примусу в туризмі, коли модою нав'язуються колективні способи дії і мислення індивідів, які, пристосовуючись до них, зберігають соціальну диференціацію і статусність. У своїх індивідуальних практиках одні пересичені туризмом і перебувають у пошуках чогось ексклюзивного, другі не можуть собі дозволити нічого, крім "дачного відпочинку": такі полярні, соціально обумовлені позиції туристів.

Важливим фактором формування міжнародного туристичного бренду країни є створення умов для розвитку подієвого туризму, який включає низку заходів культурного, спортивного, етнографічного, виставкового (ділового) видів туризму. Але далеко не весь спектр заходів, що проводяться, слід відносити до нього; йдеться лише про ті, які приносять відчутний дохід, отже, можуть вважатися ресурсною складовою місця (країни) їх проведення, а, отже, позитивно впливають на реалізацію потенціалу міжнародного туристичного бренду країни.

Рушійною силою еволюції глобальної економічної системи є перманентні порушення стабільності цієї системи внаслідок нерівномірності розвитку окремих її елементів і відносин усередині неї. Значний вплив у цьому сенсі справляють невідповідності темпів і напрямів процесів розвитку, що відбуваються як у самій системі, так і у зовнішньому середовищі.

Сучасний туризм є однією з тих рушійних сил, що виділяється з-поміж інших елементів глобальної економіки та характеризується високою динамікою зростання та високим потенціалом розвитку, що безумовно відображається на розвитку самої глобальної економічної системи в цілому. На думку автора даної роботи слід зосередитись на дослідженні сукупності передумов, які визначають характер та переваги розвитку туристичної діяльності та міжнародних туристичних брендів країн в глобальному бізнес-середовищі.

Розвиток міжнародного туризму створює наступні потенційні можливості для країни-реципієнта (приймаючої країни, що має певний міжнародний туристичний бренд): покращення стану платіжного балансу країни; внесок до ВВП країни; поповнення місцевих бюджетів туристичних регіонів; сприяння розвитку депресивних регіонів; сприяння зростанню зайнятості населення; використання економічно індивідуальних ресурсів; поширення туризму та супутніх виробництв як відносно екологічно безпечної діяльності; збереження та відновлення соціокультурної ідентичності та культурної спадщини як конкурентної переваги при організації туристичної діяльності; мультиплікаційний ефект від реалізації інвестицій в туризм, що спричиняє розвиток інвестування в об'єкти інфраструктури та суміжні галузі економіки.

Під впливом ряду об'єктивних (економічних, демографічних, політичних) та суб'єктивних (організаційні зусилля зацікавлених в розвитку туризму суб'єктів) факторів, сучасному стану розвитку міжнародного туризму притаманні такі тенденції: посилення конкуренції; масовість; інтенсифікація інтеграційних процесів; соціально-економічний характер та соціальна взаємодія; розширення культурної взаємодії; гуманізація суспільних відносин; розвиток транскордонного співробітництва; підвищення туристичної активності; розвиток інформаційних технологій та їх запровадження у діяльність підприємств туристичної сфери, інформатизація суспільства, яка сприяє підвищенню доступності туристичних послуг для населення.

Проблеми обмеження негативних наслідків зростання індустрії туризму та підвищення туристичної конкурентоспроможності країни на державному рівні можливо значною мірою вирішити шляхом контролю форм реалізації, змісту, місць втілення туристичних проєктів різних масштабів і керування інтенсивними потоками відвідувачів за рахунок ефективного і раціонального планування.

Зв'язок між розвитком культури та розвитком туризму не є одностороннім. Так само, як туризм суттєво визначає динаміку та характер змін в культурі та суспільстві в цілому, соціокультурні комунікації впливають на розвиток туристичної індустрії.

Найважливіша тенденція сучасності – прояв сукупності "соціальних фактів": туристи не бажать "зливатися з натовпом", шукають свій напрям, дестинацію, агента, вид туризму. Подорож, як і у попередні історичні епохи, залишається "реалізацією мрії і планів", "поглядом за горизонт", тому що "повсякденність вбиває", а подорож рятує, вона веде до звільнення від незнання, стереотипів, вантажу проблем і рутини буднів. Туризм є одночасно полем свободи і засобом її отримання через подолання фільтрів несвободи. Разом з тим множинність сучасних туристських практик ставить перед дослідником питання про межі між нормою і аномією в

туризмі. Прагнення до свободи народжує маргінальні практики, формалізовані в рамках екстремального туризму молоді, що характеризується С. Гуриним як "антропологічний експеримент" [9]. Р. Мертон в рамках структурного функціоналізму розглядає соціальну структуру та аномію, явні і латентні функції, що також може бути використано для вивчення сучасного туризму в умовах глобалізації [10].

Глобалізація та соціокультурна ідентичність на рівні окремого туристичного бренду країни та на світовому рівні мають діалектично взаємодіяти і забезпечувати туристам як ринок цікавих для відвідування країн та об'єктів, так і ринок туристичних послуг світового рівня, звичних за рівнем якості для будь-якого цивілізованого туриста. Проте домінувати має все ж таки фактор збереження самотності як головної умови ідентифікації міжнародного туристичного бренду конкретної країни, збереження туристичної привабливості цієї країни, тобто умова забезпечення самої сутності туризму як способу пізнання відмінної від звичної культури, способу отримання нових вражень. Лише таким чином формування міжнародного туристичного бренду країни стає засобом стимулювання попиту на туристичні послуги в країні.

Поширення глобалізації за сучасних умов сприяє поширенню соціокультурних взаємозв'язків та міжкультурної взаємодії народів, створюючи таким чином можливість для об'єднання представників різних народів відповідно до певних інтересів, наприклад: спорт (олімпійські ігри, чемпіонати з футболу тощо), кіно (кінофестивали), інші масові видовищні заходи (карнавали). Реалізація різних масових подієвих заходів, спричинена потребою соціокультурної взаємодії, потребує певної організації, яка б давала можливість в обмежені терміни максимально ефективно і з вигодою для організаторів провести масові заходи. Саме реалізація масштабних подієвих заходів консолідує зусилля учасників організації цих заходів із різних країн у напрямку їх ефективної організації, концентрації інвестиційних ресурсів і є тією організаційною формою, яка здатна реалізувати потенціал масових подієвих заходів та задовольнити потребу людей у міжкультурних зв'язках.

Глобалізація змінила обсяги і модель пасажирських перевезень і збільшила вимоги до міжнародних і національних транспортних систем. Великі компанії розглядають усю планету як зону своєї діяльності, їх співробітники і представники вимушені частіше і швидше пересуватися у світовому просторі. Нестримно зростає число людей, для яких щоденні ділові поїздки і подорожі стають нормою повсякденного життя. Бізнес-туризм, будучи одним з найприбутковіших видів туризму, показує щорічне зростання.

Слід враховувати те, що глобалізація може стати суттєвим чинником, що здатен знищити соціокультурну ідентичність приймаючої країни, "експортувати" звичаї, традиції економічно домінуючих західних культур, разом з товарами, які західна економіка просуватиме на ринки приймаючих країн для забезпечення додаткових прибутків та звичних умов для відвідувачів з економічно розвинутих країн. Це є суттєвою загрозою розвитку як сучасного світу в цілому, та і туризму зокрема, що виражається в тому, що акценти розвитку туризму зміщуються від пізнавальної функції туризму, де цінується передусім соціокультурна ідентичність, як фактор залучення туристичних потоків з метою пізнання культури приймаючої країни, в бік ставлення до відвідання країни з точки зору пріоритетів організаторів туристичної діяльності: як до способу отримання надприбутків за рахунок просування культури, а разом і з нею – туристів, що вимагають звичних та зручних умов перебування за

будь-яких обставин, а також товарів та послуг, що всі ці умови мають забезпечувати.

Найбільшою особливістю, що визначає роль галузі туризму є те, що вона може генерувати максимум можливостей у сфері зайнятості. В цьому її найважливіший соціальний ефект. Прямо чи опосередковано туризм допомагає сільському господарству та промисловості: індустрія туризму може генерувати робочі місця, іноземні туристи купують вироби ремесел та сувеніри на значні суми.

Туризм створює зайнятість в сфері надання трудовітких послуг. Він забезпечує зайнятість в готелях, ресторанах і магазинах для робітників з низькою та середньою кваліфікацією. В той же час, туризм породжує непряму зайнятість в сільському господарстві, в сфері транспорту та зв'язку, в логістиці, в будівництві і промисловості засобів виробництва, в туристичній громадській інфраструктурі. Це особливо важливо в країнах, що розвиваються. Однак, терміни і темпи зростання туризму можуть формувати різні соціальні наслідки. Будівельний бум може спричинити зростання цін на нерухомість, надмірна зайнятість в період туристичного буму в кінцевому рахунку принесе безробіття для багатьох в період спаду туристичної активності. З'являються "нові багатії" в результаті продажу земельних ділянок для розвитку туризму. Соціально-психологічні очікування місцевого населення можуть не виправдатися.

2. Політико-економічний ризик – виникає внаслідок нестабільності внутрішньополітичної обстановки країни, що впливає на безпеку туристів. Війни, теракти є найменш керованими ризиками, також їх складно передбачити. Найбільш істотний з даної групи ризиків – це ризик військових дій і цивільних заворушень, в результаті яких можуть наступити несприятливі для туристів наслідки. Політична нестабільність завжди веде до ускладнень у сфері економічної діяльності, що тягне за собою виникнення валютного ризику, тобто ймовірності фінансових втрат у туристів через зміни курсу валют, заторів турів, наявності фірм-одноденок і т. ін.

3. Фізичний ризик стосується можливості нанесення матеріальної шкоди споживачеві, погрози його життю, здоров'ю, майну. Для туриста може виявитися шкідливим, наприклад, клімат; загрозою для життя і здоров'я може стати також соціальне неблагополуччя, наприклад, злочинність. Інформаційні агентства щодня повідомляють про нещасні випадки, трагедії, теракти, антропогенні, екологічні, техногенні катастрофи у популярних туристських дестинаціях. Серед країн-лідерів трагічної туристичної статистики – Україна (Крим), Єгипет, Туреччина, Іспанія, Ізраїль, В'єтнам, Таїланд, Китай. Основними причинами загибелі туристів є нещасні випадки (утоплення, алкогольне сп'яніння, екстремальні види туризму, практика дайвінгу, невміле користування квадроциклом, мотобайком, дорожньо-транспортні пригоди); замах на життя і власність; теракти; екологічні катастрофи.

4. Психологічний ризик – пов'язаний з можливим збитком самооцінки споживача території, його представлення про самого себе. Це нерозривно пов'язано з престижністю / непрестижністю споживання тієї чи іншої території. Наприклад, в наш час високий соціальний статус споживача підкреслюється відпочинком на дуже дорогих привілейованих курортах, які є престижними для вузького кола дуже багатих і відомих осіб.

5. Ризик невинуватих витрат часу, ресурсів і зусиль існує, коли втрати часу, ресурсів або сил, пов'язаних із споживанням території, непропорційно великі. Це може визначатись віддаленістю або важкодоступністю території, відсутністю необхідної інфраструктури.

6. Внутрішні ризики. Для повноти характеристики сучасного стану туристського ринку необхідно врахову-

вати також вплив внутрішніх факторів ризиків туристичного комплексу. Під внутрішніми факторами в даному випадку розуміються несприятливі події через збоїв, по-перше, в основній діяльності конкретного підприємства туристичного комплексу, по-друге, у взаємодії цього підприємства зі своїм економічним оточенням.

До першої групи внутрішніх факторів належать непередбачені зриви при проведенні основних видів діяльності, раптова поломка майна або різке зниження його ремонтпридатності, критичний знос основних фондів, порушення персоналом трудової дисципліни, грубі помилки в організації поточних процесів, експлуатація об'єктів, що не відповідають туристським ДОСТАм, відставання в технічній оснащеності. Ризики можуть виникати в результаті погіршення поточних умов функціонування туристичного підприємства: скорочення площ, що орендуються та експлуатуються, слабкого оснащення матеріальних, трудових і фінансових потоків. Це призводить не лише до втрати конкурентних переваг і зниження якості надаваних послуг, але і до повної відмови від туристичної послуги.

Друга група внутрішніх факторів ризиків виникає при встановленні ділових зв'язків конкретного суб'єкта туристичного комплексу з іншими господарюючими одиницями. У структурі кінцевого продукту, що купується туристом, найбільшу частку займають витрати на придбання прав на послуги сторонніх організацій, насамперед, транспортних підприємств і засобів розміщення. Укладення договору на надання тієї чи іншої послуги саме по собі не гарантує повного захисту від несприятливого впливу будь-яких подій. Туристичні підприємства несуть високі ризики невиконання або неналежного виконання умов господарських договорів. Нерідкі випадки незадовільного обслуговування туристів внаслідок раптово виниклих проблем з оператором приймаючої сторони, несумлінності організаторів турів, наявності фірм-одноденко тощо [11].

Безумовно, що цей перелік ризиків не є вичерпним, однак наведені ризики мають стратегічний характер, мають, як здається, найбільш істотний вплив на формування країнового (територіального) туристичного бренду.

**Висновки.** Таким чином, бренд території як об'єкт туристичного інтересу знаходиться під впливом різних ризиків, що визначають в цілому сприйняття даної території з боку туристів. Самі ризики являють собою на-

бір факторів, різних за своїм характером і ступенем впливу, які можуть носити як суб'єктивний, так і об'єктивний характер, в будь-якому випадку складно піддаються контролю, служать причиною виникнення негативних ситуацій у регіоні, які, у свою чергу, знижують рівень позитивного сприйняття туристичного бренду.

В той же час складність прогнозування ризиків та управління ними не знижує актуальності проблеми практичного використання ризик-менеджменту з метою зниження ризиків, що реально впливають на позитивний імідж тієї чи іншої території.

Таким чином подальший напрям наукового пошуку, як здається, необхідно сконцентрувати на аналізі проблеми управління ризиками, що впливає на формування туристичного бренду як фактора залучення туристів, розвитку туризму в країні.

#### Список використаної літератури

1. Полесская О. П. Туризм в эпоху глобализации мировой экономики. [Електронний ресурс] Режим доступа : [http://www.rusnauka.com/34\\_VPEK\\_2012/Economics/2\\_121440.doc.htm](http://www.rusnauka.com/34_VPEK_2012/Economics/2_121440.doc.htm)
2. Афанасьев Е. Бренд как фактор формирования туристического образа страны [Електронний ресурс] Режим доступа : <http://region-brand.ru/speaker/item/94-shatalov>
3. Тихонова Н. С. Брендинг территории и оценка его эффективности. СПб., 2007. – 19 с.
4. Кривов В. Проблема рисков при принятии управленческих решений // Управление риском. – 2000. – №4. – С. 15-17.
5. Ивченко И. Ю. Экономические риски : уч. пособ. / И. Ю. Ивченко. – К. : Центр уч. п-ры, 2004. – 304 с.
6. Манторова Ю. К. Социально-инновационное управление туризмом в динамически развивающейся России : дисс.... канд. соц. наук / Ю. К. Манторова. – М., 2007. – 155 с.
7. Панкрухин А. П. Маркетинг территорий / А. П. Панкрухин. – СПб. : "Питер", 2006. – 416 с.
8. Вебер М. Основные социологические понятия / М. Вебер // Западноевропейская социология XIX – начала XX веков. – М., 1996. – С. 455-491.
9. Гуринов С. П. Маргинальная антропология / С. П. Гуринов. – Саратов : Изд. центр СГСЭУ, 2000. – 237 с.
10. Мертон Р. Явные и латентные функции. В кн.: Американская социологическая мысль. Тексты / Р. Мертон. – М. : МГУ, 1994. – 496 с.
11. Овчаров А. Туристический комплекс в России: тенденции и риски / А. Овчаров. – М. : Издательство: Инфра-М, 2009. – 280 с.
12. Биржаков М. Б. Экономическая безопасность туристской отрасли / М. Б. Биржаков. – СПб. : Издательским дом Горда, 2007. – 386 с.
13. Зорин И. В. Менеджмент туризма: Туризм и отраслевые системы : учебник. М. : Финансы и статистика, 2001. – 272 с.
14. Черникова Л. И. Страхование и риски в туризме. – М. : Академия, 2010. – 160 с.

Надійшла до редакції 28.01.14

К. Кучеренко, асп.  
КНУ імені Тараса Шевченка, Київ

#### ОЦЕНКА ВОЗДЕЙСТВИЯ ГЛОБАЛЬНЫХ ФАКТОРОВ РИСКА НА ПРОЦЕСС ФОРМИРОВАНИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО ТУРИСТИЧЕСКОГО БРЕНДА

*Рассмотрена проблема влияния глобальных факторов риска на процесс формирования международного туристического бренда. Приводится перечень рисков, которые влияют на процесс формирования туристического бренда. Указано, что приведенные риски могут носить как объективный, так и субъективный характер. Данные риски являются следствием неопределенности, которые влияют на развитие туризма в каждом отдельном географическом регионе.*

*Ключевые слова: бренд; риск; неопределенность; туризм; факторы.*

К. Kucherenko, PhD Student  
Taras Shevchenko National University of Kyiv, Kyiv

#### ESTIMATION OF INFLUENCE OF GLOBAL FACTORS OF RISK ON THE PROCESS OF FORMING OF INTERNATIONAL TOURIST BRAND

*A brand of a territory as an object of tourist interest is the influence of the various risks, which determine the General perception of this territory by tourists. The article is aimed at systematization and estimation of risks that arise in the process of formation of the tourist's country brand. Considered is the problem of influence of global risk factors on the process of formation of international tourist brand. Provides a list of risks, influencing the process of formation of tourist brand. It is noted that these risks can wear both objective and subjective character.*

*Keywords: brand; risk; vagueness; tourism; factors.*

УДК 336.14:352  
JEL H 720

Л. Лисяк, д-р екон. наук, проф.,  
К. Роменська, ст. викладач  
Дніпропетровська державна фінансова академія, Дніпропетровськ

## НАПРЯМИ ПІДВИЩЕННЯ ЕФЕКТИВНОСТІ ВИКОРИСТАННЯ КОШТІВ МІСЦЕВИХ БЮДЖЕТІВ УКРАЇНИ

*В даній статті охарактеризовано причини неефективного використання коштів місцевих бюджетів, проаналізовано показники виконання, що визначають фінансовий стан відповідних бюджетів та бюджетних програм в умовах програмно-цільового методу управління. Перелічено основні проблеми, що знижують ефективність роботи місцевих фінансових органів та запропоновано заходи для забезпечення ефективного використання коштів місцевих бюджетів України.*

**Ключові слова:** місцеві бюджети, ефективність використання коштів, виконання місцевих бюджетів, показники результативності.

**Постановка проблеми.** В умовах бюджетного реформування в Україні одним із найактуальніших питань є підвищення ефективності виконання місцевими фінансовими органами та органами місцевого самоврядування міських (міст районного значення), сільських та селищних рад своїх функцій та реалізація ними заходів, які сприятимуть підвищенню ефективності використання коштів місцевих бюджетів. З метою досягнення даного результату відбувається перехід від кошторисного планування місцевих бюджетів до управління за програмно-цільовим методом. За програмно-цільовою класифікацією видатки бюджетів поділяються за відповідними бюджетними програмами, що дає можливість посилити фінансовий контроль за цільовим використанням коштів бюджету. Основним мотивом для розробки місцевих програм за програмно-цільовим методом є наявність соціально-економічних проблем, а основною метою місцевих програм є їх вирішення, тобто забезпечення досягнення певного результату, що оцінюється комплексом показників.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** У науковій літературі питання удосконалення використання коштів місцевих бюджетів обговорюються в наукових працях таких вчених, як О.В. Величко [1], М.А. Латиніна [2], І. Лютого [3], Ю.І. Николишина [4], І.В. Розпутенко [7], Л.О. Савіної [8], Ю.Д. Радіонова [6], Н.М. Позняковської [5]. Дослідники розглядають питання формування, використання місцевих фінансових ресурсів, фінансову діяльність місцевих фінансових органів та органів місцевого самоврядування міських (міст районного значення), сільських та селищних рад. Водночас в умовах бюджетної реформи в Україні гостро стоїть питання підвищення ефективності використання коштів місцевих бюджетів, на яку значною мірою також впливає діяльність місцевих фінансових органів.

**Метою статті** є узагальнити причини неефективного використання коштів місцевих бюджетів, визначити стан виконання місцевих бюджетів та бюджетних програм в сучасних умовах реформування та визначити напрями підвищення ефективності використання коштів місцевих бюджетів.

**Виклад основного матеріалу.** Ефективне використання коштів місцевих бюджетів є одним з найважливіших результатів управління місцевими бюджетами, досягнення і покращення якого сприятиме удосконаленню механізму розподілу та використання бюджетних коштів. Для підвищення ефективності використання коштів місцевих бюджетів України постає необхідність перегляду існуючої системи використання коштів місцевих бюджетів. Місцеві фінансові органи та органи місцевого самоврядування міських (міст районного значення), сільських та селищних рад в межах прийнятих законів, загальних правил відповідно до законодавства України мають ефективно виконувати власні та покладені на них повноваження, найголовнішими з яких є фінансування діяльності галузей освіти, охорони здоров'я, науки й культури з метою забезпечення соціально-економічного розвитку те-

риторій. Проте, соціально-економічна спрямованість коштів місцевих бюджетів сполучається з обмеженістю цих коштів на виконання передбачених законодавством повноважень. Наслідком цього є погіршення основних показників, що характеризують соціальну забезпеченість та економічне зростання для України.

На наш погляд, основними негативними причинами, що значною мірою знижують ефективність використання коштів є відсутність:

- стимулів у головних розпорядників коштів щодо ефективного використання коштів місцевих бюджетів;
- науково обґрунтованих підходів до проведення оцінки ефективності використання коштів місцевих бюджетів;
- науково обґрунтованих способів прийняття рішень з питань бюджету для вибору оптимального напрямку використання коштів місцевих бюджетів в процесі їх виконання.

Відповідно, основними напрямками підвищення ефективності використання коштів місцевих бюджетів є:

- розробка стимулів та мотивація головних розпорядників коштів щодо ефективного використання коштів місцевих бюджетів;
- визначення науково обґрунтованих підходів до проведення послідовної оцінки ефективності використання коштів місцевих бюджетів;
- застосування інноваційних підходів щодо прийняття рішень з питань бюджету для вибору оптимального напрямку використання коштів місцевих бюджетів в процесі їх виконання.

Найголовнішим завданням для підвищення ефективності використання коштів місцевих бюджетів має бути не виконання зобов'язань, а забезпечення ефективності виконання зобов'язань. Ефективність виконання зобов'язань забезпечується тоді, коли увага зосереджується на вирішенні таких питань: що одержує суспільство за ті кошти, які воно витрачає; чи витрачання бюджетних коштів відповідає поставленим задачам; наскільки ефективно витрачаються кошти при досягненні цілей місцевої та державної політики.

Вважаємо, що для мотивації головних розпорядників коштів щодо результативного використання коштів місцевих бюджетів з максимальною віддачею слід неефективне використання бюджетних коштів вважати порушенням, в результаті якого для установ, які неефективно використовують бюджетні кошти, має призначатись міра відповідальності. Застосування суворих заходів за перевитрати та не результативне використання коштів, притягнення до відповідальності осіб, що винні у фінансових правопорушеннях, посилить вимогливість та відповідальність керівників установ і організацій щодо забезпечення раціонального і економічного витрачання коштів.

Міра відповідальності за неефективне використання коштів місцевих бюджетів має бути розроблена і призначена, виходячи зі ступеня важкості порушення. Наприклад, за неефективне використання бюджетних коштів

## **ОЦІНКА СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНОГО ЕФЕКТУ СТАНОВЛЕННЯ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ РІВНЕНЩИНИ У ГОСПОДАРСЬКОМУ КОМПЛЕКСІ РЕГІОНУ**

*У статті аналізується стан розвитку туристичної галузі Рівненської області. Проводиться розрахунок соціального та економічного ефектів від становлення туризму в регіоні. Аналізуються основні проблеми на шляху до підвищення ефективності функціонування туристичних підприємств.*

**Ключові слова:** соціальний ефект, економічний ефект, туристична сфера, туристичні підприємства, валовий регіональний продукт, валова додана вартість туризму, проміжне споживання, випуск.

Світовий досвід вказує, що туристична діяльність являється високорентабельною і динамічно розвинутою сферою господарювання. Так, за даними ВТО у 1998 році світові доходи від туризму дорівнювали 444,7 млрд. дол. США, у 1999 році вони становили 455 млрд. дол. США, а в 2000 році їх обсяг досягнув 475,9 млрд. дол. США [7]. За умови розвитку галузі з такою швидкістю у 2010 році світові доходи від туризму становитимуть 1550 млрд. дол. США, а вже у 2020 році очікується, за даними ВТО, отримати 2000 млрд. дол. США, що у 4,2 рази більше, ніж у 2000 році. Крім того, для значної кількості країн світу туризм являється основним джерелом надходжень до бюджету, чим забезпечує стабільний розвиток їх економік і підвищення добробуту населення.

В економічній літературі все частіше увага приділяється проблемам розвитку та становлення туристичної сфери як самостійної галузі господарського комплексу регіону та країни в цілому. У зв'язку із вказаним, особливого значення набуває визначення та розрахунок мультиплікативного ефекту від становлення туризму. Однак у контексті вказаної проблематики існує ряд перешкод, які не дозволяють комплексно підійти до розв'язання поставлених завдань і оцінити загальний ефект від розвитку туристичної галузі.

Вивченню вказаних питань присвятили свої праці ряд вітчизняних і зарубіжних учених. Серед них І. Т. Балабанова, А. І. Балабанов, Е. Л. Драчева, Ю. В. Забаєв, Д. К. Ісмаєв, Н. І. Коніщева, Н. О. Кушірович, Г. А. Папірян, П. Самуельсон, В. Нордхаус.

Разом з тим, питання визначення соціально-економічної ефективності становлення туристичної сфери не знайшли однозначного трактування в працях дослідників. А проблемам оцінки економічного ефекту від розвитку туризму в конкретному регіоні, зокрема, в Рівненській області, практично не приділялась увага взагалі.

Враховуючи зазначене, ціль дослідження у даній статті полягає у з'ясуванні подальших теоретичних і науково-методичних основ формування ефективної системи методів визначення та оцінки соціальних та економічних ефектів від становлення туристичної сфери в Рівненському регіоні з урахуванням особливостей стану розвитку місцевого ринку.

Рівненська область володіє достатнім обсягом природних, рекреаційних, трудових та історико-культурних ресурсів для успішного формування і розвитку туристичної діяльності. Так, регіон має один із найбільших в Україні показник залісненості території (40%), що сприяє становленню видових форм туризму.

Із основних типів підприємств туристичної сфери на території Рівненщини знаходяться 78 туристичних фірм, 22 підприємства готельного господарства і 23 санаторно-курортних (оздоровчих) закладів із сукупною середньообліковою кількістю працівників у них 1571 чоловік [6].

Аналіз динаміки попиту і пропозиції неодмінно дає підстави стверджувати про позитивні тенденції в розвитку місцевого туристичного ринку, про що свідчить збільшення обсягів реалізації турів у 3 рази та кількості туристичних підприємств удвічі за незначний період з 2004 по 2009 роки.

Підприємствами туристичної індустрії було надано у 2008 році туристичних послуг 58383 особам, а обсяги доходів у грошовому вираженні досягнули значення у 28857,07 тис. грн. Так, найбільші надходження було отримано від виїзного туризму (8154 тис. грн.), обсяги реалізації якого з 2004 року збільшилися практично у 6 разів. Нарощення обсягів продажів турів для іноземних туристів і внутрішнього ринку відбувалося менш інтенсивно, відповідно у 2,2 і 1,9 разів (у 2008 році відповідно прибутки становили 2600 тис. грн. і 47629 тис. грн.) [6].

Водночас становлення туристичної галузі на Рівненщині має важливе значення і для соціально-економічного розвитку області. Зокрема, внесок туристичних підприємств у розбудову вітчизняної, у тому числі місцевої, економіки розглянемо в рамках двох основних критеріїв, а саме: економічного і соціального ефектів від їх функціонування. Перший аспект проявляється у величині надходжень до бюджетів обласного та державного значень, обсягах інвестиційних вкладень у розбудову інфраструктури галузі; а другий – у покращенні добробуту суспільства (зменшення рівня безробіття, збереження та відновлення природного потенціалу області та історико-культурної спадщини, підвищення життєвого рівня населення тощо).

Становлення та розвиток туризму в регіоні має більший соціальний ефект, ніж будь-який інший вид діяльності, пов'язаний з наданням послуг. Туризм спрямований на задоволення таких важливих потреб людини як відпочинок та оздоровлення. Так, споживаючи туристичні послуги, людина покращує у першу чергу свої фізичний і психічний стани.

Крім того, у рамках такого загального позитивного ефекту на розвиток суспільства, який створює туристичний продукт, розвиток інфраструктури туризму сприяє зміцненню економіки держави за рахунок створення нових робочих місць і розвитку супутніх галузей економіки.

Результати досліджень динаміки зайнятості населення Рівненщини у всіх галузях економіки та в туризмі зокрема вказують на приріст даного показника у туристичній сфері протягом 2004-2008 рр. у 1,3 рази, у той час як по області за вказаний період на таку ж величину чисельність працівників навпаки скоротилась. Збільшення частки зайнятого населення в туризмі (на 0,08%) в умовах загального зростання рівня безробіття слугує доказом нагальності розвитку зазначеної сфери і формування відповідної законодавчої бази (таблиця 1).

Таблиця 1

Динаміка кількості зайнятих працівників Рівненської області у розрізі туристичних підприємств протягом 2004-2008 рр., осіб

Чисельність зайнятого населення	Роки				
	2004	2005	2006	2007	2008
Всього у Рівненській області; у тому числі	154558	147670	138879	130305	124226
на туристичних підприємствах	187	189	210	221	249

Крім того, порівняльний аналіз темпів приросту суб'єктів туристичного бізнесу та темпів збільшення кількості працівників у ньому говорить про все ще непропорційність розвитку цих показників. Збільшення туристичних підприємств удвічі (із 39 у 2004 році до 78 у 2008 році) супроводжується зростанням чисельності працюючих лише в 1,3 рази (у 2004 році їх чисельність становила 187 осіб, а у 2008 році збільшилася кількість зайнятих до 249

осіб). Однак вказані процеси відбуваються на базі трикратного нарощення обсягів реалізації турів, а, отже, обслуговування споживачів стає більш індивідуалізованим, пристосованим до їх потреб (обсяги реалізації туристичних послуг протягом 2004-2008 рр. збільшилися із 9270,46 тис. грн. до 28857,07 тис. грн.).

Як економічне поняття «ефективність» означає отримання певного ефекту, тобто дієвість результату. Економічна ефективність – це процес господарювання, результат якого виражено певною вигодою, досягнутою при деяких витратах грошових, матеріальних, інформаційних ресурсів і робочої сили. П. Самуельсон для оцінки ефективного функціонування ввів наступне визначення: «ефективність означає наступне: ресурси економіки використовуються настільки ефективно, наскільки можливо задовольнити нужди та бажання людей» [5, с. 124].

Слід зазначити, що позитивний вплив туристичної діяльності на економіку регіону вчені визначають через наступні види економічних ефектів:

- прямий ефект – прибутки від об'єктів I групи: доходи туристичних агентств, готелів, ресторанів, історико-культурних об'єктів та інших підприємств туристичної індустрії, а також доходи магазинів від покупок, що здійснюються туристами;
- непрямий ефект – прибутки від об'єктів II групи: доходи будівельних організацій, банків, постачальників продуктів харчування, комунальних служб, які отримані ними від реалізації продукції та послуг об'єктам I групи, а також заробітна плата робітників I групи;
- індукований ефект – прибуток від об'єктів III групи: доходи інших місцевих резидентів у вигляді заробітної плати, дивідендів, орендної плати та інших видів платежів, отриманих ними від реалізації продукції та послуг об'єктами II групи [3, с. 165-177].

Таким чином, прямий вплив туристичної сфери на розвиток економіки регіону визначається купівельними спроможностями туристів, тобто обсягом туристичних послуг та продукції, що можуть і були куплені відпочиваючими. У свою чергу туристичні підприємства потребують певних витрат, пов'язаних із придбанням товарів і послуг інших секторів економіки. Економічна активність останніх, що стає наслідком купівельної поведінки туристів, і є проявом непрямої дії туристичних підприємств на розвиток місцевої економіки. Непрямі та похідні витрати формують вторинні витрати туристичної галузі.

Під час прямих витрат туристів і непрямих витрат коштів обслуговуючими підприємствами накопичуються дохідні ресурси у формі заробітної плати, орендної плати тощо. Додатковий дохід місцеві мешканці можуть витрачати на покупку вітчизняних товарів і послуг, створюючи таким чином новий оберт економічної активності в місцевій економіці.

Економічний ефект від розвитку туризму в регіоні проявляється, перш за все, в якісних параметрах: підвищенні зайнятості населення, а також у стимулюванні розвитку слабких в економічному відношенні регіонів за рахунок підвищення надходжень до державного і місцевих бюджетів, інвестицій тощо [4, с. 53-54].

Оцінка економічного впливу туристичної сфери базується на витратах туристів, які, у свою чергу, класифікують на три групи:

- прямі витрати – це витрати, які несуть туристи на купівлю товарів і оплату послуг у закладах туристичної індустрії, магазинах, кафе, ресторанах;
- непрямі витрати – це витрати, що мають місце в подальших сферах здійснення операцій купівлі-продажу та витікають із прямих витрат (придбання товарів готельними закладами у місцевих товаровиробників);
- похідні витрати – це зростаючі витрати споживачів, що виникають із додаткових особистих доходів, що генеруються прямими витратами [2, с. 78-80].

Хоча й на обласному рівні розвиток туристичної сфери було визначено пріоритетним завданням, однак, внесок підприємств інфраструктури туризму Рівненщини до місцевого бюджету й досі являється незначним.

Результати аналізу динаміки платежів туристичних підприємств до бюджету міста Рівного підтверджують зазначену тенденцію (таблиця 2).



Таблиця 2

Динаміка обсягів платежів до бюджету міста Рівного суб'єктами туристичної діяльності, 2004-2008 рр.

Назва показника	Роки									
	2004		2005		2006		2007		2008	
	млн. грн.	%	млн. грн.	%	млн. грн.	%	млн. грн.	%	млн. грн.	%
Зведений обсяг бюджету м. Рівного	1008,8	100	1307,9	100	1703,3	100	2534,9	100	3339,5	100
Обсяги платежів туристичних підприємств до бюджету м. Рівного	1,150	0,11	1,234	0,09	1,337	0,08	1,749	0,07	2,081	0,06

В умовах значного зростання обсягів реалізації туристичних послуг протягом 2004-2008 рр. (у 3 рази), за рахунок чого величина показника перевищила 28 млн. грн., а також збільшення чисельності суб'єктів туристичної діяльності у 2 рази, внесок туристичної галузі у доходну частину бюджету Рівненщини зріс лише у 1,8 разів, а його частка у структурі навпаки скоротилася на 0,5%. Перевищення темпів приросту кількості туристичних підприємств над темпами нарощування їх бюджетних платежів не лише є свідченням невідповідності обраної стратегії розвитку підприємств стану розвитку ринку, але й збереження тенденції до тінізації бізнесу, частка якої залишається досить значною.

Величина грошових надходжень від туристичних підприємств, яка у 2008 році становила 2081,47 тис. грн., на наш погляд, все ж являється недостатньою аби забезпечити належний рівень розвитку інфраструктури туризму та пристосування її до сучасних потреб споживачів.

Крім того, сьогодні у статистичній звітності окремо по туристичній галузі не проводиться облік показників діяльності суб'єктів господарювання. Розмежування статистичної інформації по туризму на такі види економічної діяльності як «діяльність готелів і ресторанів» і «діяльність у сфері культури та спорту, відпочинку і розваг» не дає можливості чітко визначити повний економічний ефект від його розвитку як на обласному рівні, так і в межах державної економіки.

Розрахунок та оцінку вкладу валової доданої вартості туристичної сфери в економіку Рівненщини будемо проводити відповідно до методики, розробленої та затвердженої спільно Державною туристичною адміністрацією України і Державним комітетом статистики України (наказ від 12.11.2003 р. № 142/394 «Про затвердження методики розрахунку обсягів туристичної діяльності»); а також методичних рекомендацій Державного комітету статистики України (наказ від 14.01.2005 р. № 13 «Про затвердження методичних рекомендацій щодо квартальних розрахунків валового внутрішнього продукту виробничим методом») [8]. Вказані методики визначають систему показників, єдиних за змістом і порівнянних на всіх рівнях державного управління в Україні та на міжнародному рівні, що характеризують обсяги туристичної діяльності та вплив туризму на економіку країни або регіону.

Оцінка економічної ефективності та соціальної важливості розвитку туризму здійснюватиметься у відповідних сукупних базових показниках, визначених і розрахованих спеціально, оскільки туризм не визначений як окремий вид економічної діяльності у

міжнародному класифікаторі видів економічної діяльності та Державному класифікаторі України ДК 009-96: Класифікатор видів економічної діяльності [8].

Вагомість туризму для національної економіки, зокрема, на рівні області, є нечітко визначеною, оскільки в загальній кількості спожитих у певному періоді товарів і послуг (у тому числі за кожною з галузей економіки) неможливо виокремити ту їх частину, що припадає на споживання туристів, тобто забезпечене лише завдяки туристичній діяльності і залежить від грошових витрат туриста.

Практично неможливо із загальної кількості продаж виділити частину товарів або послуг, придбаних туристами (наприклад, обсяг спожитих туристами продуктів споживання або послуг зв'язку). Виходячи із зазначеного, за доцільне вбачаємо провести розрахунок економічного ефекту лише від первинного туристичного споживання, яке зумовлене попитом споживачів на товари та послуги, що створенні суб'єктами туристичної діяльності (туристичними підприємствами, санаторного-курортними (оздоровчими) закладами, підприємствами готельного господарства).

Динаміку та обсяги структурних зрушень в економіці регіонів України характеризує валовий регіональний продукт (ВРП), який є узагальнюючим показником економічного і соціального розвитку регіону [6]. В основу визначення цього показника покладений виробничий метод. ВРП регіону складається із суми валових доданих вартостей усіх видів економічної діяльності в основних цінах, включаючи податки на продукти.

У національних рахунках використовуються два рівні показників і два методи оцінки. Для економіки в цілому результати вимірюються випуском товарів і послуг та валовим внутрішнім продуктом у ринкових цінах, для секторів і видів економічної діяльності – випуском в основних цінах і валовою доданою вартістю [6].

Зокрема, наведемо загальну схему розрахунку валової доданої вартості туризму ( $ВДВ_T$ ) у фактичних цінах у валову додану вартість Рівненської області.

Для оцінки квартальної і річної валової доданої вартості загалом використовується три методи: виробничий, розподільчий і кінцевого використання. У даних розрахунках розглядається виробничий метод, який має важливе значення для аналізу результатів функціонування економіки.

Джерелами інформації для проведення розрахунків слугують дані статистичної звітності суб'єктів туристичної діяльності «№ 1 - Тур» і форма № 2 бухгалтерської звітності «Звіт про фінансові результати».

Розрахунок валової доданої вартості туризму у фактичних цінах виробничим методом здійснюється за наступною схемою:

1. Визначається загальний випуск туризму ( $V_T$ ), що являє собою вартість товарів і послуг, які є результатами діяльності господарюючих одиниць – резидентів у звітному періоді.

2. Визначається проміжне туристичне споживання ( $ПС_T$ ) як сума вартості товарів і послуг, використаних у процесі виробництва.

3. Розраховується валова додана вартість туризму ( $ВДВ_T$ ) як різниця між випуском і проміжним споживанням:

$$ВДВ_T = V_T - ПС_T \quad (1)$$

4. Розраховується питома вага валової доданої вартості туризму у валову додану вартість Рівненської області:

$$d_T = \frac{ВДВ_T}{ВДВ_{обл}} * 100\% \quad (2)$$

Результати розрахунків відображені у формі таблиці (таблиця 3).

Результати досліджень надають можливість більш наочно оцінити економічну ефективність розвитку туризму (у рамках первинного туристичного споживання) в регіоні. Зростання у 3,5 разів валової доданої вартості туризму при одночасному збільшенні обсягів

реалізацій у 3 рази та кількості туристичних підприємств удвічі вказує на підвищення вагомості даної сфери діяльності в розбудові місцевої економіки.

Таблиця 3

Аналіз внеску валової доданої вартості туризму у валову додану вартість Рівненської області, 2004-2008 рр. (тис. грн.)

Роки	Випуск туристичного продукту (В <sub>Т</sub> )	Проміжне туристичне споживання (ПСТ)	Валова додана вартість туризму (ВДВ <sub>Т</sub> )	Валова додана вартість Рівненської області (ВДВ <sub>обл</sub> )	Питома вага ВДВ <sub>Т</sub> у ВДВ <sub>обл</sub> (d <sub>Т</sub> )
2004	9270,46	8065,30	1205,16	5263000	0,023
2005	13292,15	11622,89	1669,26	6613000	0,025
2006	19009,77	16959,81	2049,96	8044000	0,025
2007	22321,44	19081,27	3240,17	10235000	0,032
2008	28857,07	24631,15	4225,92	12793750	0,033

За період з 2004 по 2008 роки валова додана вартість туризму в економіку регіону зросла у 3,5 рази поряд із нарощенням валової доданої вартості по усіх інших видах економічної діяльності лише у 2,4 рази. Таким чином, у сучасних умовах туристична сфера Рівненщини може забезпечувати надходження до валової доданої вартості регіону на суму 4225,92 тис. грн.

Однак внесок туризму до валової доданої вартості області й надалі залишається низьким, що не дозволяє органам місцевого самоврядування суттєво вплинути на розвиток туризму як самостійної галузі економіки Рівненщини. Зокрема, його питома вага за шість років збільшилася лише на 0,01%.

З однієї сторони недостатньо розвинута інфраструктура туристичного ринку Рівненщини, вибірковість у використанні маркетингового інструментарію на ринку не дають можливості підвищити економічну ефективність діяльності туристичних підприємств. З іншої позиції, диспропорції у розвитку попиту і пропозиції на користь останньої у галузі зумовлюють нераціональне використання природного потенціалу області, що також позначається на даному показнику.

Однак, незважаючи на загальні позитивні зрушення, у туристичній галузі залишається цілий комплекс проблем, що у значній мірі перешкоджають гармонійному розвитку туристичних підприємств у Рівненській області. У першу чергу проблеми стосуються рівня розвитку об'єктів і мережі інфраструктури туризму в області, що значно поступають світовим стандартам якості і відповідності. Оскільки рівень використання природно-рекреаційного потенціалу регіону у значній мірі залежить від ефективності функціонування суб'єктів ринку, то, у даному випадку, можна говорити про втрати, зумовлені даною проблемою у вигляді недоотриманих доходів, а рівень використання ресурсів з метою туризму не можна вважати достатнім.

Не менш важливою перешкодою на шляху до інтенсифікації розвитку туризму в регіоні слугують суперечності і мінливість нормативно-правової бази, яка покликана регулювати основні процеси в галузі. Натомість, велика кількість правових документів, часті зміни в законодавстві та його непослідовність не дають можливості туристичним підприємствам впевнено та відкрито провадити свою діяльність. У свою чергу, тінізація суб'єктів підприємництва даної галузі залишається все ще значною, а їх внесок у розбудову місцевої економіки – незначним.

Крім того, податкова політика, яку практикують і провадять органи виконавчої влади як на державному, так і на регіональному рівнях, спрямована не на сприяння розвитку бізнесу, а на максимальне вилучення коштів у туристичних підприємств. Враховуючи той факт, що

основною метою діяльності підприємства є отримання прибутку, у такий спосіб останні суттєво позбавляються базової мотивації своєї діяльності, що знову ж таки пригнічує розвиток туризму, зумовлює його тінізацію.

Складна економічна ситуація останніх двох років у країні і в світі значно послабила і так невеликий рівень життя населення, його платоспроможність. Як наслідок, споживачі стають все більш вибагливішими до якості обслуговування та цін на туристичні продукти. Невідповідність цінової політики підприємств стандартам якості їх послуг і вимогам попиту на ринку, значно скоротила чисельність подорожуючих із менш платоспроможних верств суспільства та вплинуло на переорієнтацію решти споживачів на користь закордонних турів.

Враховуючи зазначене, ще однією досить вагомою перешкодою у розвитку туристичної сфери як окремої галузі економіки стає низький рівень професійної підготовки кадрів.

Як правило навчання працівників у сфері туризму носить спонтанний характер, що взагалі не повинно таким бути по своїй суті. Крім того, знання іноземних мов працівниками перебуває на вкрай низькому рівні, що лише посилює дисфункцію в організації ведення туристичного бізнесу. Усі вказані тенденції роблять ринок пропозиції туристичних послуг слабо диференційованим, а суб'єктів підприємництва – недостатньо мотивованими до розширення сфери своєї діяльності.

**Висновки.** Таким чином, становлення туристичної галузі на Рівненщині має важливе значення для соціально-економічного розвитку області. Зокрема, внесок туристичних підприємств у розбудову місцевої економіки проявляється у збільшенні частки зайнятого населення в туризмі в умовах загального зростання рівня безробіття.

Поряд з цим внесок підприємств інфраструктури туризму Рівненщини до місцевого бюджету й досі являється незначним, а його частка у структурі навпаки скоротилася на 0,5%. Величина грошових надходжень від туристичних підприємств все ж являється недостатньою аби забезпечити належний рівень розвитку інфраструктури туризму та пристосування її до сучасних потреб споживачів.

Ситуація, що склалася на туристичному ринку Рівненщини, потребує пошуку доцільних засобів до вирішення існуючих проблем. У рамках загального позитивного нарощування обсягів попиту розвиток пропозиції повинен відбуватися шляхом покращення якісно-цінових критеріїв.

#### **Список використаних джерел:**

1. Балабанова И. Т. Экономика туризма : учеб. пособие / И. Т. Балабанова, А. И. Балабанов. – М. : Финансы и статистика, 2000. – 176 с.
2. Экономика и организация туризма. Международный туризм / [Драчева Е. Л. , Забаев Ю. В. , Исмаев Д. К. и др.] ; под ред. И. А. Рябовой. – [2-е изд.]. – М. : КНОРУС, 2005. – 576 с.
3. Коніщева Н. І. Методичні підходи до оцінки соціальних, економічних та екологічних наслідків розвитку туризму : туристичного-краєзнавчі дослідження / Н. І. Коніщева, Н. О. Кушірович. – [випуск 2] . – К. : Кармаліта, 1999. – 356 с.
4. Папирян Г. А. Экономика туризма / Г. А. Папирян. – М. : Финансы и статистика, 2000. – 199 с.
5. Самуэльсон П. Экономика. Economics : учеб. пособие / П. Самуэльсон, В. Нордхаус. – [16-е изд.]. – М. - СПб. – К. : Вильямс, 2000. – 688 с.
6. Статистичний щорічник Рівненської області за 2008 рік / за ред. Ю. В. Морозова; відповідальний за випуск Г. О. Стецюк. – Рівне : Головне управління статистики в Рівненській області, 2009. – 955 с.
7. <http://www.unwto.org>.
8. <http://zakon.nau.ua>.

**Василькевич Л.О. Оценка социально-экономического эффекта становления туристической сферы Ровенщины в государственном комплексе региона**

*В статье анализируется состояние развития туристической отрасли Ровенской области. Проводится расчет социального и экономического эффектов от становления туризма в регионе. Анализируются основные проблемы на пути к повышению эффективности функционирования туристических предприятий.*

**Ключевые слова:** социальный эффект, экономический эффект, туристическая отрасль, туристические предприятия, валовой региональный продукт, валовая прибавочная стоимость туризма, промежуточное потребление, выпуск.

**Vasylkevych L.O. Estimation of social and economic effect of formation of tourist sphere of Rivne at the state region complex**

*In the article the state of development of the touristic branch in Rivne region is analyzed. It is calculated the social and economic effect of the formation of tourism in the region. The main problems on the way of increasing the effective functioning of the touristic enterprises are analyzed.*

**Key words:** social effect, economic effect, touristic sphere, touristic enterprises, gross regional output, gross surplus value of the tourism, intermediate consumption, output.

Ольга ПРИГАРА,  
м. Ужгород

## ЕКОЛОГІЧНІ ПРОБЛЕМИ ТУРИЗМУ ТА ШЛЯХИ ЇХ ВИРІШЕННЯ

Досліджено негативні наслідки впливу сучасної туристичної діяльності на навколишнє природне середовище. Розглянуто шляхи попередження та ліквідації деструктивних процесів у природі, викликаних інтенсивним розвитком туризму. Показана необхідність екологізації туристичної діяльності та розвитку сталого туризму в Україні.

**Ключові слова:** навколишнє природне середовище, деструктивні процеси, екологічний туризм, сталий розвиток.

*Pryhara O. The tourism environmental problems and the ways of their solutions. The article is an attempt to investigate the negative effects of modern tourism activities on the environment. The prevention ways and elimination of destructive processes in nature, caused by the tourism intensive development was analyzed. The greening tourism necessity and sustainable tourism development in Ukraine were shown.*

**Key words:** environment, destructive processes, eco-tourism, sustainable development.

*Пригара О. Экологические проблемы туризма и пути их решения. Исследованы негативные последствия влияния современной туристической деятельности на окружающую природную среду. Рассмотрены пути предупреждения и ликвидации деструктивных процессов в природе, вызванных интенсивным развитием туризма. Показана необходимость экологизации туристической деятельности и развития устойчивого туризма в Украине.*

**Ключевые слова:** окружающая природная среда, деструктивные процессы, экологический туризм, устойчивое развитие.

**Постановка проблеми.** За останні десятиліття туризм як один із високодохідних сегментів економіки та форми рекреаційної діяльності розвивається надзвичайно швидкими темпами. Туризм дає можливість забезпечити зайнятість населення, поліпшити соціальну інфраструктуру, відновити регіональну економіку за рахунок залучення інвестицій, покращити рівень життя населення та поліпшити екологічну обстановку за рахунок додаткового фінансування природоохоронних заходів. Необхідність розвитку туризму сприяє підвищенню рівня освіти, удосконалення системи медичного обслуговування, впровадження нових засобів поширення інформації тощо [6].

Розвиток туристичної галузі є дуже важливим для України, оскільки вона посідає одне з провідних місць в Європі за забезпеченістю природними рекреаційними ресурсами [1]. Однак, високі темпи розвитку туристичної галузі збільшують антропогенний вплив на навколишнє природне середовище, викликають появу деструктивних явищ в екологічних об'єктах. У зв'язку з цим, інтенсивний розвиток туризму потребує особливої уваги до виявлення негативного впливу на навколишнє природне середовище, пошуку шляхів його попередження та мінімізації.

**Аналіз досліджень.** Дослідженню даного питання присвячені роботи Голод А. Н., Новосад З. П., Дмитрук О. Ю., Куценко В. І. та інші, однак пошук шляхів попередження негативного впливу масового туризму на довкілля й досі залишається надзвичайно актуальним.

**Мета дослідження** полягає у вивченні причин виникнення негативних екологічних наслідків при здійсненні туристичної діяльності та пошуку шляхів попе-

© Пригара О. Екологічні проблеми туризму та шляхи їх вирішення

редження та зменшення прояву деструктивних явищ в навколишньому природному середовищі.

**Виклад основного матеріалу.** Туристична діяльність, як і інші галузі народного господарства, спрямована на використання природних ресурсів і природних об'єктів та залежить від якості навколишнього природного середовища. Основними туристичними цінностями, як відомо, є різноманітність ландшафтів, чисте атмосферне повітря, незабруднена вода, розмаїття рослинного та тваринного світу. В умовах поглиблення екологічної кризи, зростання масштабів забруднення, вичерпання природних ресурсів зростає загроза інтенсифікації деструктивних процесів у навколишньому природному середовищі, які призводять до зменшення біорізноманіття та руйнування природних об'єктів. З кожним роком туристична галузь вимагає залучення все більшої кількості природних ресурсів та створення особливих природно-соціальних ландшафтів, де рекреаційне використання є основним. Найбільшого антропогенного навантаження зазнають курортні, лікувально-оздоровчі та рекреаційні зони та території, де здійснюється інтенсивне використання вичерпаних та не відновлюваних природних ресурсів. Стихійне та нераціональне використання таких територій породжує цілий ряд екологічних проблем, пов'язаних з забрудненням, пошкодженням та передчасним виснаженням лікувальних та рекреаційних ресурсів. Деструктивні зміни, що відбуваються в рекреаційній зоні часто призводять до руйнування самого природного об'єкта.

Особливо небезпечною для окремих регіонів та й для біосфери в цілому є створення спеціалізованих великих туристичних центрів та інтенсивне використанні місцевих туристичних ресурсів. Перенаселеність і перевантаження туристичної інфраструктури, що викликано концентрацією туристів в обмежених місцях, призводить до понаднормативного використання природних ресурсів, значного забруднення довкілля, зростання обсягів відходів, наслідком чого є порушення екологічної рівноваги, виникнення незворотних змін у навколишньому природному середовищі, зменшення привабливості природного об'єкта та його деградації. Однак для успішного розвитку туристичної галузі стан навколишнього природного середовища є визначальним.

Справжньому ризику піддаються і ті місця перебування туристів, де відсутня необхідна та створена неналежна інфраструктура. Туристів приваблюють, насамперед, екологічно чисті регіони, де вони можуть повноцінно відпочити та отримати емоційне задоволення від спілкування з природою. Однак, прогресуюче захоплення природою, споживче ставлення до природи нині стає дуже небезпечним. Як пише відомий американський еколог Р. Неш, дика природа може бути дуже швидко «зацілована» у результаті її неконтрольованого використання в туристичних цілях. Туристи, короткочасно задовольнивши свої проблеми, ставлять їх вище довгострокового використання природних багатств [8].

Негативні, а іноді й катастрофічні наслідки інтенсивного розвитку туризму на природне середовище мають найрізноманітніші прояви. Насамперед, це виснаження природних ресурсів (вирубання лісів, споживання великої кількості водних ресурсів, руйнування ґрунтового покриву тощо), забруднення довкілля (забруднення атмосферного повітря транспортними засобами, збільшення об'єму каналізаційних стоків, накопичення твердих відходів тощо), погіршення екологічної ситуації в регіоні. Значної шкоди навколишньому природному середовищу завдає самовільне розміщення тимчасових баз відпочинку, самовільне розпалювання вогнищ, незаконне полювання, рибальство, збирання лікарських та декоративних рослин, заготівля деревних соків, створення ботанічних та зоологічних колекцій тощо.

Негативний вплив туризму на довкілля часто призводить до порушення екологічної рівноваги, створення загрози зникнення окремих видів рослинного і тваринного світу, виникнення незворотних процесів в біосфері, руйнації природного середовища.

**Табл. Негативний вплив туризму на довкілля та шляхи його запобігання**

Види негативного впливу туризму на навколишнє природне середовище	Шляхи попередження та ліквідації негативних екологічних наслідків
<p>Інтенсивне використання природних ресурсів:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- вирубка лісів, створення природно-соціальних об'єктів та територій;</li> <li>- використання великих обсягів прісних водних ресурсів;</li> <li>- виснаження земель у процесі виробництва сільськогосподарської продукції</li> <li>- виснаження природних лікувальних ресурсів (мінеральних та термальних вод, лікувальних грязей тощо)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- встановлення лімітів використання природних ресурсів;</li> <li>- встановлення нормативів плати за використання природних ресурсів;</li> <li>- дотримання лімітів використання та нормативів плати за природні ресурси;</li> <li>- інтенсивне лісовідновлення;</li> <li>- відновлення земель;</li> <li>- раціональне використання природних лікувальних ресурсів</li> </ul>
<p>Пошкодження або знищення природних ресурсів:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- пошкодження або знищення дерев, лісових культур і молодняка, витоптування лісових насаджень, механічне їх пошкодження;</li> <li>- збирання дикорослих лікарських рослин, грибів, ягід з механічним пошкодженням;</li> <li>- заготівля деревних соків;</li> <li>- самовільне збирання та знищення рослин, занесених до Червоної книги;</li> <li>- незаконне полювання та рибальство</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- контроль за вирубкою лісів;</li> <li>- інтенсивне лісорозведення;</li> <li>- еколого-освітня та виховна робота з туристами;</li> <li>- роз'яснювальна робота з місцевим населенням;</li> <li>- створення природно-заповідних територій;</li> <li>- притягнення винних до відповідальності (адміністративний штраф, вилучення об'єкта правопорушення, відшкодування шкоди, заподіяної екологічним правопорушенням.)</li> </ul>
<p>Забруднення навколишнього природного середовища:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- забруднення атмосферного повітря шкідливими викидами транспортних засобів;</li> <li>- забруднення лісів твердими відходами (консервні банки, скляні та пластмасові пляшки тощо);</li> <li>- забруднення поверхневих вод каналізаційними стоками, побутовим сміттям, паливно-мастильними матеріалами тощо)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- обмеження візду транспортних засобів на територію природного об'єкта, курортної, лікувально-оздоровчої, рекреаційної зони;</li> <li>- поступовий перехід на екологічно безпечні види палива;</li> <li>- впровадження очисного обладнання і устаткування для утилізації забруднюючих речовин;</li> <li>- здійснення контролю за джерелами викидів і скидів забруднюючих речовин тощо</li> </ul>
<p>Дегградація навколишнього природного середовища:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- зменшення площ лісів;</li> <li>- зменшення обсягів чистої прісної води;</li> <li>- дегградація ґрунтів;</li> <li>- зникнення окремих видів рослинного і тваринного світу та збільшення видів, що знаходяться на межі зникнення</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- зниження лімітів використання природних ресурсів;</li> <li>- підвищення розмірів плати за використання природних ресурсів;</li> <li>- інтенсивне лісорозведення;</li> <li>- створення природоохоронних територій;</li> <li>- економічне стимулювання природоохоронних заходів</li> </ul>



Для збереження біологічного та ландшафтного різноманіття, підтримання якості навколишнього природного середовища необхідно вживати ряд взаємопов'язаних заходів.

Насамперед, це встановлення та неухильне дотримання допустимого негативного впливу на навколишнє природне середовище (лімітів використання природних ресурсів, викидів та скидів забруднюючих речовин, розміщення відходів), при якому підтримується екологічна рівновага та не втрачається здатність природних комплексів та об'єктів до самовідновлення. Однак успіх природоохоронних заходів немислимий на основі лише дозвільних та заборонних заходів. Інтенсивна рекреаційна експлуатація територій обов'язково має включати заходи щодо покращення територіальної структури, відновлення природних ресурсів та мінімізації негативного антропогенного впливу на довкілля. Одним із шляхів вирішення проблеми «туризм-довкілля» є залучення природоохоронних інвестицій, економічне стимулювання екологічно спрямованої діяльності у сфері туризму [6]. Серед заходів стимулювання раціонального використання природних ресурсів та охорони навколишнього природного середовища є надання пільг при оподаткуванні підприємств при переході на ресурсозберігаючі технології та впровадження очисного обладнання і устаткування для утилізації забруднюючих речовин і переробки відходів, виконанні інших заходів, спрямованих на поліпшення охорони навколишнього природного середовища.

Ефективним напрямком вирішення проблеми «туризм – навколишнє природне середовище» є розвиток екологічного туризму. Екологічний туризм сьогодні здатен забезпечити реальну фінансову підтримку охороні природи та підвищити значимість тих природних ділянок, які повинні зберігатися в незміненому стані. Екологічний туризм пропонує унікальні рішення, яке забезпечить робочі місця та стабільно високі доходи населення і збереже недоторканою дику природу. Екологічно орієнтовані напрямки туризму передбачають обмеження будівництва туристичної інфраструктури, використання екологічних видів транспорту, впровадження екологічних технологій для найбільш поширених видів туризму, підвищення екологічної свідомості туристів та місцевого населення.

Сьогодні екологічний туризм повинен стати головним фактором розвитку туризму, коли замість отримання короткочасної вигоди від спілкування з природою буде втілюватися довгострокова життєздатна екологічна стратегія, яка здатна забезпечити реальну фінансову підтримку охороні природи та підвищити значимість тих природних ділянок, які повинні зберігатися в незміненому стані.

Екологічний туризм володіє величезними рекреаційними, пізнавальними, еколого-освітніми, виховними можливостями, формує суспільну думку щодо охорони та раціонального використання природних ресурсів, важливості захисту навколишнього природного середовища. Розвиток екологічного туризму сприяє пошуку альтернативних варіантів сталого розвитку території, раціоналізації природокористування та сприяє формуванню ресурсозберігаючої політики регіону та країни.

У багатьох країнах екологічний туризм стає супутником і невід'ємною частиною всіх видів туризму, інтегрує їх у загальний процес раціонального природокористування та охорони довкілля [3]. Завдяки своєму просвітницькому та освітньому потенціалу екологічний туризм дозволяє пом'якшити удари, що завдає природі бездумне ставлення до неї людини, зберігає кутки незайманої природи і сприяє примноженню природних цінностей не тільки за допомогою екологічної просвіти, але і за рахунок коштів, що спрямовуються з прибутків від екологічного туризму на вирішення цих завдань [5].

Вирішення екологічних проблем неможливе без екологізації всіх видів туристичної діяльності, переходу туризму, як виду природокористування, до моделі збалансованого розвитку в системі «туризм-навколишнє природне середовище», про що неодноразово зазначалось в різноманітних міжнародних документах [2; 4; 7].

Концепція сталого розвитку пропонує чітку програму поєднання екологічних інтересів з економічним і соціальним розвитком і базується на двох ключових поняттях: потреби розвитку й обмеження розвитку, що мають бути взаємно врівноваженими. При цьому екологічні цілі суспільства розглядаються не як протилежні його економічним цілям, а як узгоджені, одно порядкові. Збалансованості економічних і екологічних цілей у процесі туристичної діяльності неважко досягти, обраховуючи всі затрати-вигоди від здійснення екологічно коректного природокористування у довгостроковому контексті. Так, діяльність, спрямована на охорону і збереження лісових, водних земельних ресурсів, поліпшує довгострокові перспективи розвитку туризму, а ресурсо- та енергозберігаюча діяльність, утилізація відходів служить економічним і екологічним цілям суспільства.

**Висновки.** Вирішення екологічних проблем туризму вимагає комплексного підходу, який повинен включати різноманітні та взаємопов'язані правові, економічні, екологічні, організаційно-технічні, освітньо-виховні та інші заходи, спрямовані на раціональне використання природних ресурсів та охорону навколишнього природного середовища.

Для зменшення негативного впливу туристичної діяльності на довкілля, збереження біологічного і ландшафтного різноманіття необхідно забезпечити взаємозв'язок управлінської діяльності у сфері туризму з раціональним використанням природних ресурсів та ефективністю заходів по охороні довкілля; удосконалити систему економіко-правових засобів охорони довкілля; здійснювати діяльність по екологізації всіх видів туристичної діяльності; підвищити рівень екологічної грамотності фахівців у сфері туризму; забезпечити належний рівень екологічної освіти та виховання населення.

#### СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Бейдик О. О. Рекреаційно-туристські ресурси України : Методологія та методи аналізу, термінологія, районування : Монографія / О. О. Бейдик. – К., 2001. – 395 с.
2. Глобальный этический кодекс туризма. Сантьяго (Чили). 1 октября 1999 года // Правове регулювання туристичної діяльності в Україні. Збірник нормативно-правових актів / [упоряд. : В. К. Федорченко]. – К. : Юрінком, 2002. – С. 89–98.
3. Голод А. П. Екологізація туристичної діяльності в контексті забезпечення сталого розвитку регіону / А. П. Голод // Україна : Схід-Захід – проблеми сталого розвитку: матер. II туру Всеукр. Наук.-практ. Конф., 24-25 листопада 2011 р. – Львів : РВВ НЛТУ України, 2011. – Т. 1. – С. 86–88.
4. Декларация Рио-де-Жанейро по окружающей среде и развитию. 03.06.1992 г. // Збірник міжнародно-правових актів у сфері охорони довкілля. – 2-е вид. доп. – Львів : Норма, 2002. – С. 14–18.
5. Дмитрук О. Ю. Екологічний туризм: Сучасні концепції менеджменту і маркетингу / О. Ю. Дмитрук. – К. : Альтернатива, 2004. – 192 с.
6. Кубай Д. Екологічні аспекти сучасного розвитку туризму / Д. Кубай // Вісник Львів.ун-ту. Серія міжнародні відносини. – 2008. – Вип. 24. – С. 142–146.
7. Наше общее будущее. Доклад Международной комиссии по окружающей среде и развитию (МКОСР) / [Под. ред. С. А. Евтеева, Р. А. Перелета]. – М. : Прогресс, 1989. – 376 с.
8. Соляник С. Ф. Проблема негативних наслідків сучасного масового туризму та шляхи їх подолання / С. Ф. Соляник // Наукові записки Київського університету туризму, економіки і права. Серія філософські науки. – 2011. – Вип. 11. – С. 230–242.

*Статтю подано до редакції 11.03.2014 р.*

## ВПЛИВ СОЦІАЛЬНОЇ ПОЛІТИКИ НА РОЗВИТОК ТУРИЗМУ В УМОВАХ ФОРМУВАННЯ ІННОВАЦІЙНОЇ ЕКОНОМІКИ В УКРАЇНІ

### SOCIAL POLICY IMPACT ON TOURISM DEVELOPMENT UNDER THE FORMATION OF INNOVATION ECONOMY IN UKRAINE

*У статті розглянуто науково-методичні підходи до дослідження впливу соціальної політики на розвиток туризму в умовах формування інноваційної економіки в Україні, що зумовлено об'єктивною потребою збереження навколишнього середовища, природних ресурсів, культурної спадщини, людського потенціалу та його духовності, розв'язання проблем зайнятості та безробіття. Обґрунтовано дослідження проблем розвитку туризму як одного з інструментів інноваційної трансформації соціальної політики через реалізацію його основних функцій.*  
**Ключові слова:** соціальна політика, туризм, система туристичної галузі, інноваційна економіка, збалансоване природокористування.

*В статье рассмотрены научно-методические подходы к исследованию влияния социальной политики на развитие туризма в условиях формирования инновационной экономики в Украине, что обусловлено объективной потребностью сохранения окружающей среды, природных ресурсов, культурного наследия, человеческого потенциала и его духовности, решение*

*проблем занятости и безработицы. Обосновано исследование проблем развития туризма как одного из инструментов инновационной трансформации социальной политики через реализацию его основных функций.*

**Ключевые слова:** социальная политика, туризм, система туристической отрасли, инновационная экономика, сбалансированное природопользование.

*This article reveals the scientific and methodological approaches to study the impact of social policy on tourism development in the emerging innovation economy in Ukraine caused by the objective necessity of environmental conservation, natural resources, cultural heritage, human potential and its spirituality, solving the problems of employment and unemployment. Relevance of the research is loosed tourism development as one of the tools of innovative transformation of social policy through the implementation of its key features.*

**Key words:** social policy, tourism, tourism industry system, innovative economy, sustainable natural resources.

УДК 338.48:331.545

**Ройк О.Р.**

асистент кафедри туризму  
Інституту екології, природоохоронної  
діяльності та туризму  
імені В'ячеслава Чорновола  
Національного університету  
«Львівська політехніка»

**Постановка проблеми.** В умовах складної соціально-економічної ситуації та суперечливого перебігу суспільно-політичних процесів в Україні актуальним стає пошук нових інструментів, здатних забезпечити вихід із кризового стану та сприяти досягненню соціально-економічного добробуту. Теперішні проблеми України полягають не лише в короткострокових руйнівних ефектах військових подій на сході, а й у більш глибоких зрушеннях, зумовлених кризовим станом політичної, економічної та соціальної сфер.

Особливої уваги заслуговують такі ключові фактори інноваційного розвитку, як освітньо-кваліфікаційний та інтелектуальний потенціал суспільства, міра соціальної диференціації, принципи та напрями реалізації політики доходів. Інноваційні стратегії, концепції, ідеї як інструменти інноваційної трансформації мають становити основу сучасної соціальної політики. Отже, саме інноваційна трансформація соціальної політики потребує чіткого окреслення перспективних шляхів застосування соціальних інновацій, розроблення конкретних заходів і технологій щодо їхнього практичного впровадження, створення методик їх оцінювання. За таких умов необхідне теоретичне осмислення економічного змісту і трансформації економічних відносин на основі оновлення методичних підходів відповідно до мінливих технологічних та соціальних умов виробництва.

Об'єктивне підґрунтя туризму як явища суспільного життя підкреслює його значення для роз-

витку людського потенціалу в умовах інноваційної трансформації соціальної політики. Науковці, що досліджують проблеми розвитку туризму, визначають його як один з інструментів інноваційної трансформації соціальної політики, зокрема через реалізацію його основних функцій – економічної, соціальної, політичної, культурно-виховної й рекреаційної тощо. Основні проблеми розвитку туризму, що існують в Україні, пов'язуються з відсутністю чіткої державної політики, спрямованої на розвиток туризму. Відсутність системи контролю над діяльністю суб'єктів туристичної сфери, повільні темпи зростання обсягів інвестицій у розвиток матеріальної бази туризму, невідповідність міжнародним стандартам якості надання послуг свідчать про недостатність державної підтримки та відсутність механізмів комплексного підходу до управління національним туристичним продуктом на внутрішньому і міжнародному ринках туристичних послуг, у чому і полягає актуальність дослідження.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Інноваційні аспекти соціальної політики частково досліджувалися у працях вітчизняних учених Ю. Бажала, Д. Богині, Ю. Білоусової, З. Галушки, А. Гальчинського, В. Геєця, О. Грішнєвої, Н. Дєєвої, С. Захаріна, В. Куценко, Е. Лібанової, Б. Маліцького, О. Макари, А. Мельник, О. Меха, О. Новікової, О. Поповича, В. Савченка, О. Стефанишин, Л. Федулової.

Інтерес до проблем розвитку туризму та його регулювання й управління з боку держави з кож-

ним роком зростає, що відображено у працях вітчизняних і зарубіжних учених. Так, проблеми впливу державної політики на розвиток туризму розглядалися в роботах С.Р. Дем'яненка, М.І. Круглова, В.В. Герасименка, І.Т. Балабанова; проблемам організації туристської діяльності присвячено роботи О.І. Амоші, В.Ф. Данильчука, В.Ф. Кифяка, Б.Т. Кліяненка, М.П. Мальської, В.І. Цибуха, В.К. Федорченка та ін.

Однак аналіз і оцінка впливу соціальної політики на розвиток туризму в умовах формування інноваційної економіки не отримали належної інтерпретації, а нові форми та механізми використання інноваційних чинників, у тому числі і туризму, для людиноцентричного розвитку економіки виявилися недостатньо вивченими науковими проблемами.

**Постановка завдання.** Метою статті є узагальнення теоретико-методичних засад та розробка науково-практичних рекомендацій щодо дослідження впливу соціальної політики на розвиток туризму в умовах формування інноваційної економіки.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Науково-інноваційний розвиток суттєво змінив динаміку та структуру соціальної політики, що передбачає створення умов для гідного життя, інтелектуального, творчого та духовного розвитку людини та наступних поколінь, гармонізацію її відносин із природою на інноваційних засадах.

За таких умов соціальна політика характеризується такими ознаками: людський розвиток більше стає метою економіки, оскільки її основним ресурсом є людина, її інтелект, знання, творчість; у структурі потреб людини більшої ваги набирають нематеріальні потреби у навчанні, самовдосконаленні, інформації, творчій самореалізації, урізноманітненні дозвілля та відпочинку тощо, на що й витрачається все більша частка доходу; все більш актуальними стають проблеми збереження довкілля та створення умов для життя майбутніх поколінь.

Найважливішим завданням на цьому шляху є забезпечення формування ефективної соціальної політики у сфері туризму, спрямованої на раціональне й ефективне використання природних, історико-культурних та соціально-побутових ресурсів для його розвитку.

Необхідність розвитку цієї галузі в Україні зумовлена об'єктивною потребою збереження навколишнього середовища, природних ресурсів, культурної спадщини, людського потенціалу та його духовності, розв'язання проблем зайнятості та безробіття.

У XX ст. відбулася справжня революція у сфері туризму, який став у сучасному світі потужною індустрією, величезним комплексом, в якому пов'язані економічна та соціальна сфери. Це зумовлене такими чинниками, як економічне піднесення та зростання життєвого рівня населення; посилення

економічних зв'язків між окремими європейськими країнами; лібералізація митного і паспортного режиму; збільшення вільного часу працюючих завдяки регулюванню з боку соціального законодавства; широке розповсюдження транспортних перевезень. Також факторами, які сприяли розвитку туристичної сфери, стали якісне вирішення інформаційних проблем, розвинені рекреаційно-туристична і транспортна інфраструктури, державна політика підтримки туристичної діяльності шляхом надання субсидій та пільг тощо [1].

Усе це позитивно вплинуло на розвиток туризму і зростання надходжень від нього. За сучасних умов туризм став каталізатором, що спричиняє активний розвиток як окремих галузей економіки, так і соціально-економічне зростання цілих країн. Навіть в економіці найбільш індустріально розвинених країн Західної Європи та Америки ця сфера посідає чільне місце за обсягами загальних доходів, кількістю створених робочих місць, надходженнями до бюджету [2].

Ці процеси свідчать про те, що туристична галузь завдяки її значному впливу на соціально-економічний розвиток країни, винятковій прибутковості має регулюватися державою і бути під контролем громадськості. На фоні бурхливого розвитку світового туризму закономірно постає питання про роль України на світовому ринку туристичних послуг.

За даними Всесвітньої туристичної організації ООН (ЮНВТО), частка туризму у світовому ВВП становить близько 10%, а на долю міжнародного туризму припадає 6% загального обсягу світового експорту та біля 30% світового експорту послуг, кожне 11-те робоче місце у світі припадає на сферу туризму. Прогнозується, що до 2030 р. кількість міжнародних туристичних відвідувань зросте до 1,8 млрд. ос. За даними ЮНВТО, у 2015 р. Європою подорожувало 609 млн. туристів, їхні втрати в 2014 р. становили 509 млрд. доларів США [3].

Україна знаходиться у центрі Європи і має всі передумови для належного розвитку економіки за рахунок туризму. Однак вона суттєво програє в конкурентній боротьбі, відстаючи від провідних держав світу за рівнем розвитку туристичної інфраструктури та якості туристичних послуг. Фінансово-економічна криза, що продовжується в останні роки, події, пов'язані з анексією Автономної Республіки Крим та проведенням антитерористичної операції на території Донецької та Луганської областей, негативно вплинули на в'їзний туристичний потік, структуру туризму та туристичні можливості країни як на внутрішньому, так і зовнішньому туристичних ринках.

Фактично у два рази зменшився потік іноземних туристів до України та продовжується знижуватись. Так, за даними Держприкордонслужби, у 2015 р. до країни в'їхало 12,9 млн. іноземних громадян, тоді як у 2014 р. – 13,2 млн., у 2013 р. – 25,7 млн. [4].



Україна втрачає свою популярність як туристичний напрямок, оскільки в уяві потенційних туристів складається враження повномасштабної війни, а країна сприймається винятково як гаряча точка. Подолання наявних негативних тенденцій, створення системних та комплексних передумов для розвитку туризму в державі має стати одним із пріоритетних напрямів соціальної політики, що сприятиме створенню умов для забезпечення сталого розвитку сфери туризму та курортів, перетворення її у високорентабельну, інтегровану у світовий ринок галузь, що зможе стати вагомим чинником прискорення економічного зростання, підтримки зайнятості, структурної модернізації економіки, наповнення бюджетів усіх рівнів.

На основі системної теорії спробуємо скласти комплексну систему туризму та складники її підсистеми. Поняття «система» можна охарактеризувати як впорядковану сукупність елементів, між якими існує або може бути створений тісний взаємозв'язок [5]. Щодо системи туризму, то можна сказати, що це сукупність явищ, що відбуваються в туристичній галузі представлені системою відносин, в якій туристські підприємства, організації та регіони взаємодіють із зовнішнім середовищем.

Як показують дослідження, туризм як відкрита система перебуває у тісному взаємозв'язку із зовнішнім середовищем та соціальною сферою. Зв'язок між соціальною політикою і туризмом полягає в тому, що держава управляє туризмом, а туристична діяльність вимагає втручання з боку держави. У соціальній ринковій економіці свобода дій кожного індивідуума обмежується на користь добробуту всіх членів суспільства, а державне втручання здійснюється для забезпечення соціально-економічного добробуту широких верств населення, формуючи, таким чином, соціальну політику, зокрема соціальну політику в туризмі [6].

Соціальна політика в туризмі – це цілеспрямоване сприяння розвитку туризму та його формування шляхом впливу на важливі для цієї галузі особливості. Суб'єктами проведення такої політики виступають держава та недержавні установи (туристичні організації, спілки та об'єднання). Соціальна політика в туризмі здійснюється на всіх рівнях (країни, області, району, міста) з метою забезпечення таких основних концептуальних завдань: виділення економічних і суспільно-політичних умов, необхідних для цілеспрямованого розвитку туризму; підвищення конкурентоспроможності туристичної галузі; поліпшення передумов, необхідних для залучення більшої кількості населення у туристичній галузі; розширення співробітництва у сфері міжнародного туризму.

Існує кілька складових елементів соціальної політики, що так чи інакше впливають на туризм: соціально-економічна політика, територіальна політика, політика культури і політика дозвілля.

Соціально-економічна політика. Соціально-економічні рішення часто носять загальний характер і стосуються розвитку економіки в цілому. Загальні економічні фактори можуть впливати на туризм як позитивно, так і негативно. Факторами, що позитивно впливають на туризм, є: зростання реального доходу населення країни; більш рівномірний розподіл доходу населення країни; стабільне положення валюти; вигідна кон'юнктурна ситуація.

Фактори, що негативно впливають на туризм: економічні кризові явища; спад промисловості (зростання безробіття, скорочення заробітної плати, тимчасове працевлаштування); нестабільна ситуація з валютою; невикладна кон'юнктурна ситуація.

Величина реального доходу впливає на попит туристичних послуг. У разі збільшення реального доходу споживачі отримують у своє розпорядження більше грошей. Якщо грошей виявляється більше, ніж це необхідно для основних потреб населення, збільшується і попит на подорожі.

Розподіл доходу також впливає на туризм. Чим рівномірніше розподіляється дохід у суспільстві, тим більше людей зможуть дозволити собі подорожувати.

Стабільність валюти – теж важливий фактор у системі туризму. Коливання обмінного курсу призводять до того, що різниця цін на одні й ті ж послуги в'їзного та виїзного туризму значно збільшується.

Соціально-економічні заходи можуть керувати попитом на туристичні послуги. Розрізняють три напрями цієї політики: законодавче регулювання робочого часу і відпусток, перерозподіл доходу і стимулювання розвитку соціального туризму. Законодавче регулювання права на відпочинок гарантує всім працюючим громадянам регулярні відпустки. Те, що держава встановлює терміни відпусток та канікул в різний час, сприяє тому, що попит на туристичні послуги розподіляється рівномірно протягом року.

Розподіл доходу в суспільстві дуже важливий для туризму. Тільки коли в XIX–XX ст. поліпшилась соціально-економічна ситуація у світовій економіці, широкі верстви отримали у своє розпорядження більше коштів, туризм зміг стати масовим феноменом. Важливою ознакою сучасної соціальної держави є досягнення високого рівня добробуту для більшої кількості громадян. При цьому держава займається перерозподілом доходу, використовуючи різні важелі і стимули.

У межах соціальної політики держава управляє туристським попитом через стимулювання розвитку соціального туризму. Під соціальним туризмом розуміється те, що держава субсидіює будівництво різних споруд для відпочинку, що створює умови для проведення відпустки певних соціальних груп – молоді, багатодітних сімей, сиріт і людей похилого віку та з обмеженими можливостями тощо.

Територіальна політика. Завданням територіальної соціальної політики є, з одного боку, створення кращих умов для розвитку туризму, а з іншого – усунення шкідливих його наслідків для природи певної території. Одне з важливих завдань у цьому напрямі – не допускати кількісного й якісного скорочення територій, придатних для відпочинку. У країнах, що розвиваються, до сфери завдань територіальної соціальної політики належить контроль використання туристичної інфраструктури, землі та природних ресурсів, а також їх продажу.

Політика культури. Розвиток туризму створює небезпеку окультуризації освоєваних країн, під якою визначається як одностороннє або двостороннє вирівнювання відмінностей між культурами різного походження. Ефективне здійснення соціальної політики в туризмі сприятиме збереженню культурної ідентичності, традицій і звичаїв народу. Одне із завдань такої політики полягає у збереженні історичних та культурних пам'яток.

Політика дозвілля. Останнім елементом соціальної політики, що впливає на систему туризму, є політика дозвілля. Вона складається із заходів, що розробляються управліннями та установами щодо поліпшення організації вільного часу населення або окремих груп. Ситуацію з організацією дозвілля можна описати кількісно й якісно. Кількісна характеристика організації дозвілля визначається тим, скільки часу громадянин може бути повністю вільний від роботи. Держава визначає обсяг вільного часу своїх громадян. Таке регулювання дуже важливе для туризму, оскільки люди за законом мають час, який вони можуть використовувати для подорожей.

Політика дозвілля визначає не тільки кількість, але й якість організації вільного часу. Якість дозвілля залежить від того, які можливості має людина для використання свого вільного часу. Якщо в рамках регіональної соціальної політики особливу увагу приділяють розвитку бібліотек, музеїв, театрів, створення басейнів, інших спортивних споруд, прогулянкових стежок і зелених зон, то якість пропозиції щодо використання вільного часу поліпшується.

Таким чином, ефективне здійснення соціальної політики в туризмі через механізм її складових елементів сприятиме впровадженню її основних принципів та завдань [8]: забезпечення сталого інноваційного розвитку туристичної галузі та підвищення її частки в макроекономічних показниках; підвищення рівня життя громадян і створення додаткових робочих місць; збільшення частки очікуваних доходів від туристичної галузі у державному бюджеті; підвищення іміджу держави на міжнародному рівні.

## Висновки з проведеного дослідження.

Таким чином, формування соціальної політики в туризмі є важливим чинником розвитку цієї галузі. В умовах соціальної ринкової економіки іннова-

ційного типу держава прямо або опосередковано спрямовує розвиток туризму.

Соціальна політика в туризмі – це усвідомлена підтримка державою туристичної галузі і формування основних її напрямів шляхом впливу на такі важливі її складники, що впливають на туризм, як соціально-економічна політика, територіальна політика, політика культури і політика дозвілля.

Здійснення такої політики визначає основні напрями розвитку туризму в умовах формування інноваційної економіки: вдосконалення системи управління галуззю; вдосконалення нормативно-правової бази туристичної діяльності; зміцнення матеріальної бази туризму; розширення міжнародної співпраці у туристичній галузі; підвищення якості та розширення асортименту туристичних послуг; поліпшення транспортного обслуговування; підвищення ефективності використання рекреаційних ресурсів та об'єктів культурної спадщини; поліпшення інформаційного та рекламного забезпечення; провадження ефективної інноваційної діяльності та створення наукової бази туризму; поліпшення кадрового забезпечення.

Шляхами вирішення проблем у цій сфері мають стати такі [7; 9]: необхідно відпрацювати механізм створення сприятливих умов для залучення інвестицій, спрямованих на будівництво нових та реконструкцію діючих об'єктів туристської та курортно-рекреаційної сфер; сприяти спрощенню процедури узгодження інвестиційних проектів; розширювати діяльність в Україні міжнародних готельних мереж; підтримувати ділові ініціативи, спрямовані на створення у країні готельних мереж економ-класу; активізувати процедуру подальшого спрощення візового режиму для туристів із країн Європейського Союзу та інших економічно розвинутих країн; сприяти розвитку дитячого, молодіжного, сільського туризму в Україні; задіяти та ефективно і раціонально використовувати пам'ятки культурної спадщини для розвитку туризму; закріпити і продовжити роботу з метою створення місцевих підрозділів по туризму в перспективних районах України, що володіють значним туристсько-рекреаційним потенціалом.

## БІБЛІОГРАФІЧНИЙ СПИСОК:

1. Основи туристичного бізнесу / М.П. Мальська, В.В. Худо, В.І. Цибух. – К. : Центр навчальної літератури, 2004. – С. 60–82.
2. Сокол Т.Г. Основи туристичної діяльності : [підручник] / Т.Г. Сокол ; за заг. ред. доктора пед. наук, проф. В.Ф. Орлова. – К. : Грамота, 2006. – 264 с.
3. World Tourism Organization UNWTO [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www2.unwto.org>.
4. Державний комітет статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.ukrstat.gov.ua>.
5. Рахуба Є.С. Соціокультурне значення туризму /

Є. Рахуба // Наукові записки Рівненського державного гуманітарного університету. – 2010. – Вип. 16. – Том II. – С. 27–35.

6. Бакурова А.В., Діденко А.В. Основні проблеми туристичної галузі / А.В. Бакурова, А.В. Діденко // Матеріали I Міжнародної науково-практичної Інтернет-конференції «Проблеми формування нової економіки XXI століття». – Львів, 2011. – С. 89–94.

7. Деріга В.В. Соціальна і гуманітарна політика : [навч. посіб.] / В.В. Деріга. – Миколаїв : ЧДУ ім. Петра Могили, 2012. – С. 168–174.

8. Гулевська Н.М. Передумови формування стійкого туризму/ Н.М. Гулевська // Вісник СумДУ. Серія «Економіка». – 2007. – № 2. – С. 130–134.

9. World Travel and Tourism Council [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.wttc.org>.

## КОМПЛЕКСНЕ ВИКОРИСТАННЯ ВІДХОДІВ ХАРЧОВОЇ ПРОМИСЛОВОСТІ В УМОВАХ ІННОВАЦІЙНИХ ВИКЛИКІВ

### COMPLEX USE OF FOOD-INDUSTRY WASTE UNDER INNOVATIVE CHALLENGES

*У статті визначено, що комплексне використання відходів харчової промисловості є процесом поєднання науково-технічних й організаційно-економічних заходів, які спрямовані на створення замкнутих систем виробництва та повернення відходів у систему на базі територіально-виробничих комплексів. Доведено, що інноваційна технологія сушіння пивної дробини є економічно доцільною, а використання сухої дробини для годівлі ВРХ забезпечить зростання їх продуктивності.*

**Ключові слова:** відходи, харчова промисловість, комплексне використання, суха дробина, кормова база, продуктивність тварин, виробництво яловичини.

*В статье определено, что комплексное использование отходов пищевой промышленности является процессом сочетания научно-технических и организационно-экономических мероприятий, направленных на создание замкнутых систем производства и возвращение отходов в систему на базе*

*территориально-производственных комплексов. Доказано, что инновационная технология сушки пивной дробины является экономически целесообразной, а использование сухой дробины для кормления КРС обеспечит рост их производительности.*

**Ключевые слова:** отходы, пищевая промышленность, комплексное использование, сухая дробина, кормовая база, продуктивность животных, производство говядины.

*The article determines that a multipurpose use of food-industry waste is a process of combination of scientific-technical and organizational-economic measures aimed at creating closed-loop systems and returning the waste to the system on the basis of territorial production complexes. It is proved that the innovative technology for drying brewer's grains makes economic sense and the usage of dried grains for cattle feeding will ensure increase in its productivity.*

**Key words:** waste, food industry, multipurpose use, dried grains, food reserve, productivity of animals, beef production.

УДК 338.43:664:504

**Тимчак В.С.**

аспірант

Житомирський національний агроекологічний університет

**Постановка проблеми.** Комплексне використання відходів на всіх стадіях продовольчого ланцюгу «від виробництва до споживання» є перспективним вектором ресурсозбереження в аграрному секторі економіки. Трансформації, які відбулися в аграрному секторі України, сприяли впровадженню у виробництво найважливіших досягнень науково-технічного прогресу та світового досвіду з вторинного використання відходів. Такі зміни частково сприяли розв'язанню суперечностей між зростаючими потребами населення у високоякісних продуктах харчування і обмеженням виробництвом сільськогосподарської сировини; підвищенню економічної ефективності виробництва продукції; збільшенню її обсягу та асортименту; зниженню собівартості; зменшенню питомих капітальних вкладень в сировинну базу; запобіганню забруднення навколишнього середовища виробничими відходами тощо.

У площині комплексного використання сировини харчової промисловості перебуває ідея впро-

вадження у виробництво не тільки маловідходних і безвідходних технологій в окремих технологічних процесах суб'єктів господарювання, але й використання відходів як вторинної сировини в інтегрованих підприємствах, їх об'єднаннях та інших галузях національної економіки. Застосування відходів у процесі виробництва продукції дає змогу перетворювати їх у цінну, часом навіть дефіцитну сировину, що використовується у сільському господарстві найчастіше як корми у тваринництві та добриво у рослинництві; в інших галузях промисловості та для вторинної переробки на тому ж підприємстві, де вони отримані.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Розвитку наукової думки та практичного обґрунтування економічної ефективності щодо комплексного використання відходів присвячені праці вітчизняних дослідників, а саме роботи І.Д. Блажа, М.С. Герасимчука, Б.М. Данилишина, С.Б. Дуденкова, Л.В. Дейнека, О.О. Шеремета, Г.В. Черевка, А.Є. Ферсмана, та зарубіжних вчених, а саме напрацювання

УДК 338.48(477)

## Роль соціальних та бізнес-мереж у діяльності туристичних підприємств

**Папп В.В.**

доктор економічних наук,  
професор кафедри туризму і рекреації  
Мукачівського державного університету

**Бошота Н.В.**

кандидат економічних наук,  
старший викладач кафедри фінансів  
Мукачівського державного університету

У статті досліджено роль соціальних та бізнес-мереж в активізації розвитку туристичної діяльності. Визначено низку переваг використання мережевого підходу до діяльності туристичних підприємств на сучасному етапі. Окреслено важливість використання маркетингової стратегії туристичного підприємства з використанням Інтернет-технологій. Наголошено на перевагах функціонування туристичних асоціацій та доцільності членства у них туристичних підприємств для вирішення стратегічних питань розвитку галузі. Запропоновано напрями активізації діяльності соціальних та бізнес-мереж у туризмі на найближчу перспективу.

**Ключові слова:** туризм, підприємство, мережа, стратегія, розвиток, технологія, асоціація, локація.

Папп В.В., Бошота Н.В. РОЛЬ СОЦИАЛЬНЫХ И БИЗНЕС-СЕТЕЙ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТУРИСТИЧЕСКИХ ПРЕДПРИЯТИЙ

В статье исследована роль социальных и бизнес-сетей в активизации развития туристической деятельности. Определен ряд преимуществ использования сетевого подхода к деятельности туристических предприятий на современном этапе. Определена важность использования маркетинговой стратегии туристического предприятия с использованием Интернет-технологий. Отмечены преимущества функционирования туристических ассоциаций и целесообразности членства в них туристических предприятий для решения стратегических вопросов развития отрасли. Предложены направления активизации деятельности социальных и бизнес-сетей в туризме на ближайшую перспективу.

**Ключевые слова:** туризм, предприятие, сеть, стратегия, развитие, технология, ассоциация, локация.

Papp V.V., Boshota N.V. THE ROLE OF SOCIAL AND BUSINESS NETWORKS IN THE ACTIVITIES OF TOURISM ENTERPRISES

The article investigates the role of social and business networks in activating the development of tourism activities. A number of advantages of using the network approach in the activity of tourist enterprises at the present stage are determined. The importance of using the marketing strategy of a tourist enterprise using Internet technologies is outlined. The advantages of the functioning of tourist associations and the feasibility of membership of their tourist enterprises with the purpose of solving strategic issues of the industry development are emphasized. The directions of activation of activity of social and business networks in tourism for the near future are offered.

**Keywords:** tourism, enterprise, network, strategy, development, technology, association, location.

**Постановка проблеми у загальному вигляді.** Соціальні та підприємницькі мережі сприяють розвитку підприємницької діяльності в туризмі. Мережа повинна стати центром малих туристичних підприємств. Уніфікованої форми мережі та як вона може сприяти розвитку туризму на разі не існує. Вона повинна допомагати приймати правильні рішення підприємцями, а також надавати підтримку бізнесу та формувати напрями розвитку туризму. Взаємодія з мережами може мати соціокультурну перспективу. Соціальна мережа стосується родини, друзів та ширшого культурного виміру.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Дослідженням питань використання мережевого підходу до розвитку туристичної діяльності займається багато зарубіжних та вітчизняних учених. Зокрема, С.О. Бадер та Ю.В. Самченко розглядають сутність і зміст партнерства в туризмі як важливий чинник розвитку галузі на перспективу [1]. Особливості застосування інновацій у розвитку туристичної галузі України, зокрема застосування мережевого підходу в діяльності розглядає О. Давидова [2]. Г. Заячківська здійснює моніторинг євроінтеграції України у сфері туризму через формування туристичних бізнес-мереж



[3]. С.К. Клубчук відводить ключову роль державі в регулюванні діяльності підприємств туристичної сфери через мережеві асоціації [4]. Основні напрями діяльності всесвітньої туристичної організації як спеціалізованої установи ООН та застосування її підходів в Україні розглядають Є.В. Козловський та Н.В. Булгакова [5]. К.А. Шеєнкова відводить важливу роль Інтернет-технологіям у просуванні туристичного продукту на сучасному етапі [8]. Проте низка ключових питань використання бізнес- та соціальних мереж залишаються невирішеними.

**Формулювання цілей статті (постановка завдання).** Метою статті є дослідження ролі соціальних та бізнес-мереж у розвитку туристичного бізнесу в сучасних умовах, збільшенні кола потенційних споживачів туристичних послуг за допомогою Інтернет-технологій.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Визначень мережі в туристичній індустрії багато. Мережі як соціальні структури, що дають змогу операторам малих фірм побудувати рівень довіри, необхідний для їх участі у розробленні місцевого туристичного продукту. Мережа – це засіб, який використовують її члени для мобілізації відносин та навчання один в одного. Щільність мережі використовується для визначення рівня того, наскільки підприємці пов'язані з навколишнім середовищем. Дослідження діяльності невеликих туристичних фірм відзначають обмежені маркетингові та управлінські навички. Розвиток цих фірм обмежений неадекватним розумінням інших підприємств галузі та можливостей співпраці з ними. Можливість працювати з іншими суб'єктами ринку є осно-

вною компетентністю організацій. Підприємці визнають той факт, що дефіцит навичок та ресурсів призводить до малих успіхів у діяльності. Економічна політика туризму повинна передбачати діяльність невеликих туристичних фірм у формі «спільної справи».

У вересні 2016 р. в Україні було створено Національну туристичну організацію. Національна туристична організація є платформою для співробітництва держави, регіонів і бізнесу, до неї приєдналися 13 регіональних асоціацій (рис. 1).

За своєю суттю НТО є інструментом просування туристичного потенціалу України як за кордоном, так і в межах країни та має базуватися на активності регіональних та видових професійних туристичних дестинацій. Її регіональні представники вирішуватимуть питання безпеки туристів і захисту їх законних прав та інтересів, удосконалення законодавчої бази у сфері туризму та курортів, забезпечення комплексного розвитку територій, створення сприятливих умов для залучення інвестицій у розбудову туристичної інфраструктури, підвищення професійної підготовки фахівців сфери туризму, посилення співпраці з місцевими органами виконавчої влади [6].

Необхідно розглядати туристичні бізнес-мережі комплексно, для більш повної картини з погляду стратегічного розвитку. Індивідуальні мережі також ураховуються, але з позиції туристичного бізнес-епіцентру. Потрібно вибрати епіцентр, щоб створити перспективу і зосередитися на розвитку. З погляду перспектив туризму діяльність малого бізнесу в межах таких напрямів туризму є об'єктом інтересу дослідників із погляду їх внеску у

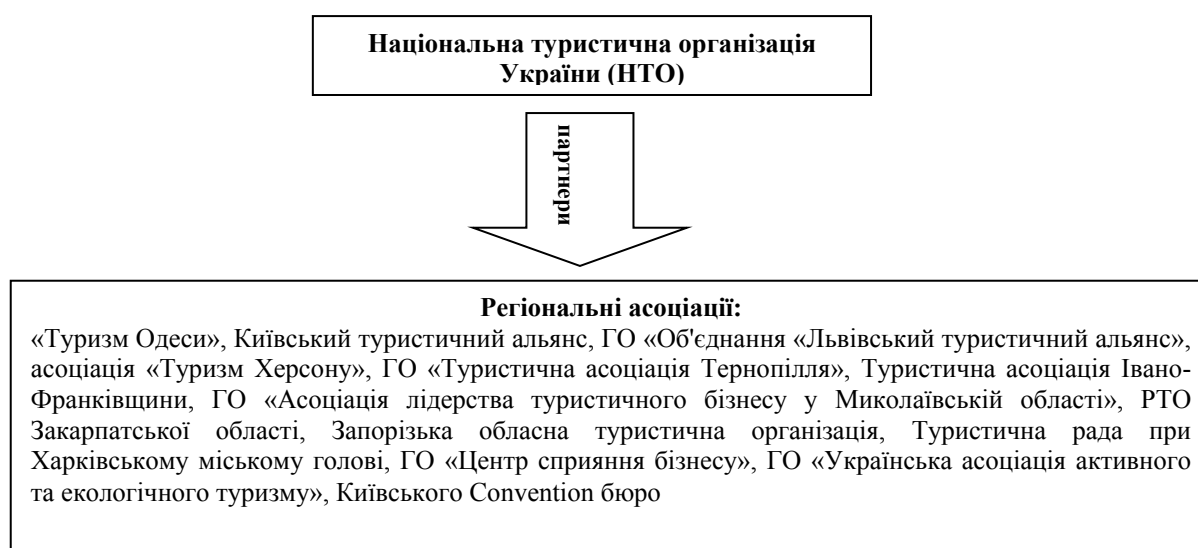


Рис. 1. Інституційна структура розвитку туризму в Україні [6]

сталий економічний та соціальний розвиток громади. Деякі дослідники вбачають розвиток цих напрямів через концепцію мікрокластерів як моделі розвитку. Вони застосовують концепцію концентрації фірм у тісній географічній близькості, де вони обмежені єдиною спільнотою соціальних та економічних інтересів. Хоча їхні кількість і розмір можуть бути невеликими, кооперація туристичних фірм розвивається через потреби та цінності власних громад. Ця взаємодія поліпшує їх спеціалізацію, розширює ринок та потенціал і створює можливості для нових фірм. Цей мікрокластерний підхід призначений для активізації розвитку туризму, але на рівні, який громада може зрозуміти і контролювати. На цей час зроблено низку значних досліджень щодо цього. Зокрема, передбачається визначити ядро, а мережа виступає як взаємне організаторське навчання та обмін знаннями, з почуттям спільноти та єдності. Основним елементом цих спільнот є те, що вони були історично сформовані різними формами соціально-політичної та економічної взаємодії між суб'єктами для підтримки конкурентної переваги в туризмі. Важливу роль у туристичному бізнесі відіграють соціальні мережі, тому необхідно постійно здійснювати їх аналіз, щоб зрозуміти вплив міжфірмової взаємодії серед туристичних організацій (табл. 1).

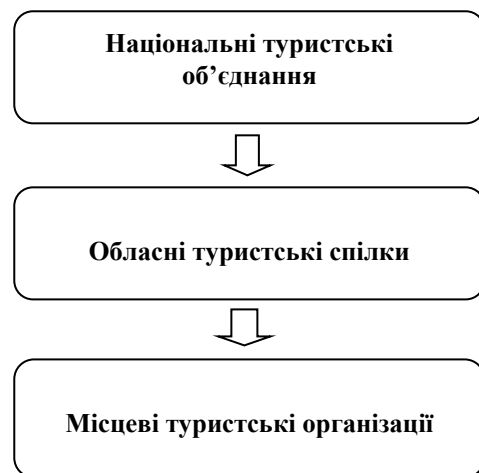
Таблиця 1

**Структура соціальних мереж,  
якими користуються споживачі  
туристичних послуг, %**

Соціальна мережа	Частка користувачів туристичних послуг
<a href="http://twitter.com">http://twitter.com</a>	48,7
<a href="http://www.facebook.com">http://www.facebook.com</a>	90,8
<a href="http://www.myspace.com">http://www.myspace.com</a>	19,6

Окрім того, важливо зрозуміти природу мереж і визначити як вони сприяють загальним туристичним напрямкам для високоякісного розвитку підприємництва в індустрії туризму. Розвиток підприємництва є важливим для визначення ролі туристичних напрямків, стимулювання економічного зростання та доходів, сприяння їх розвитку. Ось чому сьогодні конкуренція між туристичними локаціями стала інтенсивною. Туристичні локації є важливою конструкцією для вивчення туристичних мереж. Туристичні мережі можуть сприяти розвитку туристичного напрямку, що

є важливим для підтримки бізнесу та розвитку туризму. У цьому контексті багато дослідників обговорюють соціокультурну перспективу мережі та наслідки для бізнесу. Визначення мереж як соціальних структур допоможе операторам малих фірм побудувати рівень необхідної довіри до них та сприятиме розвитку місцевого туристичного продукту. Кооперативний і взаємодоповнюючий характер туристичних фірм формується через потреби та цінності громади. Ця взаємодія посилює їх спеціалізацію, поліпшує їх ринковий потенціал та створює можливості для інших фірм (рис. 2).



**Рис. 2 Структура мережі туристичних підприємств та організацій**

Із появою мільйонів сайтів, соціальних мереж, систем онлайн-бронювання та оглядачів, наприклад TripAdvisor, туристи самі вибирають, де зупинитися, як провести свій відпочинок, шукають свіжі фото і відгуки інших туристів, дивляться відео в реальному часі. Людям подобається ділитися враженнями і отримувати поради для наступної подорожі. Згідно з дослідженням, в якому взяли участь 4 600 осіб із 13 країн, абсолютна більшість туристів для вибору місця відпочинку використовує Інтернет. При цьому в Азіатсько-Тихоокеанському регіоні тих, хто використовує для цього Facebook, у 2–2,5 рази більше, ніж в Європі й Америці. Такий «стрибок» пов'язаний із тим, що жителі цих країн більше за інших використовують електронні ресурси та пристрої, особливо в Індії та Китаї (рис. 3).

Інтернет і соціальні мережі зробили маркетинг найважливішою частиною маркетингової діяльності туристичних підприємств, перетворили Інтернет-користувача в ефективний канал передачі й отримання інформації.

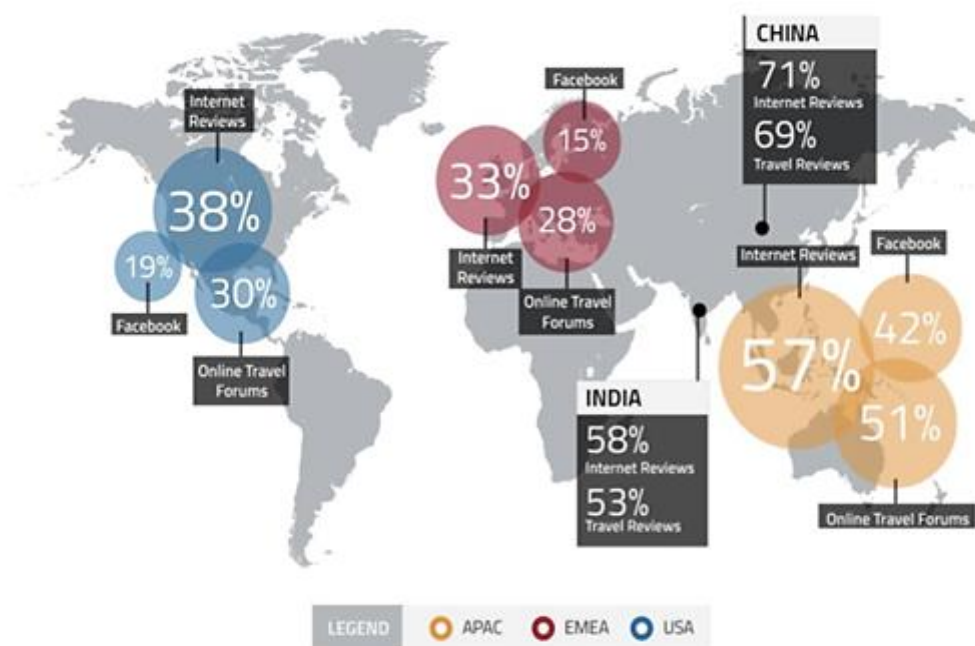


Рис. 3. Географія використання соціальних мереж у туристичних цілях [7]



Рис. 4. Карта найпопулярніших соціальних мереж для туристичних цілей [7]

У 80–90-х роках рекламним агентствам платили за те, щоб вони зайнялися просуванням бренду. З появою форумів, блогів, Facebook, Twitter, Youtube, Foursquare та інших соціальних мереж туристи стали створювати імідж і впливати на бренд компанії завдяки своїм повідомленням у соціальних мережах. На карті представлена інформація про найбільш популярні соціальні мережі в кожній країні

світу. Вона допоможе зорієнтуватися, з якими майданчиками краще працювати залежності від того, в яких країнах розвивається туристичний бізнес (рис. 4).

Механізм контролю ринкової диференціації туристичних підприємств використовується неформально в межах туристичної локації та регулюється бізнесом. Спільнота вбудованих бізнес-мереж демонструє успіш-

ний контроль над розвитком туризму в країні. Логічно, що тут існують відносини, які поєднують інтереси туристичної компанії та інтереси туристичної локації. Причина в тому, що для туристів та підприємців важливо, що вони мають багато спільного, оскільки усвідомлюють свою важливість, яка є частиною туристичного пакету послуг.

Розроблені туристичні маршрути є туристичними продуктами підприємств, які повинні бути продані. Існує думка, що туристичні маршрути – це місце, яке можна розглядати як туристичний продукт. Проте слід відзначити, що в першу чергу це споживання комплексу туристичних заходів, що включають традиції туризму і продаються місцевими туристичними агентствами на туристичному ринку.

Природне середовище, архітектура, культурні традиції туристичних локацій можна розглядати як місце цінних активів для туристичної діяльності. Ці ресурси створюють потрібну атмосферу для реалізації послуг туризму. Туристична локація потребує використання ефективних маркетингових інструментів, які подібні до тих, що використовуються підприємцями у сфері швидкого продажу споживчих товарів, таких як SWOT-аналіз, брендинг, ринкова сегментація, проникнення на ринок, розширення, стратегії розвитку і просування, щоб туристичні послуги могли успішно продаватися.

До основного ресурсу для розвитку конкурентоспроможного цільового туристичного бренду можна віднести культуру та історію туристичної локації. За допомогою цих ресурсів підприємці могли б зробити диференціацію та поліпшити конкурентоспроможність у туризмі, оскільки маркетингові зусилля передбачають створення та просування привабливих туристичних пейзажів. Природне туристичне середовище та його історія і культура – це параметри її основної привабливості. Отже, процес вибору в туристичному бізнесі визначається тим, що сприймається привабливим для конкретного туристичного сегмента.

Відомо, що туризм – це не просто конкретна територія, це – історія та культура цієї території, зустріч із людьми, взаємодія між господарем та туристом, а також з іншими туристами. З усіх галузей сфери послуг це, мабуть, найбільш нематеріальна. Люди заощаджують кошти та свою відпустку, щоб утекти від роботи та придбати те, що стане пам'яттю.

Дослідники виявили, що підприємницьке сприйняття ринкових можливостей було суттєво пов'язане з підприємницькими зусил-

лями створити підприємство і що ці зусилля, своєю чергою, були суттєво пов'язані з венчурним капіталом. Підприємці є когнітивними агентами, які працюють у прийнятому середовищі, де основні завдання підприємця – тлумачення, формування змісту та зменшення суб'єктивної невизначеності. Відповідно до цього погляду на підприємництво, конкретний емпіричний результат підтримує іншу концептуалізацію можливостей, аніж традиційний структуралістський підхід. За допомогою нього можна знайти підтримку для розгляду можливостей як суб'єктивного сприйняття. Підприємці впроваджують ці образи та уявлення як стимули до дії через пізнавальні процеси, соціальну взаємодію і мобілізацію ресурсів і тим самим створюють нові можливості.

Екологічні зміни та динамізм навколишнього середовища, збільшення підприємницької активності, а також успішність вступу і вища продуктивність нових фірм уважаються джерелом можливостей у підприємницькій сфері. Підприємницьке сприйняття є ключовим механізмом, через який екологічні характеристики впливають на наслідки діяльності туристичних підприємств. Підприємницьке сприйняття можливостей впливає на реальність та динамізм навколишнього середовища.

Деякі дослідники вважають, що технічні навички – це компетенція, яку потрібно набути в процесі певної діяльності. У цьому контексті власник-менеджер повинен реалізувати всі технічні атрибути. Власник невеликого туристичного бізнесу повинен мати технічні компетенції. Знання власників-менеджерів малих підприємств туризму повинні дати відповідь, як отримати та зрозуміти якість підприємництва, підприємницького лідерства, ринкової та маркетингової орієнтації, диференціації та розвитку туристичних напрямків, що пов'язані з успішним використанням цілей в індустрії туризму. Крім того, іншим важливим елементом є альянс підприємств. Кооперування може мати низку форм і включати особисті контактні мережі, соціальні мережі, ділові мережі, промислові та маркетингові мережі. Альянси використовуються для визначення цих кооперативних відносин та відіграють вирішальну роль у малому бізнес-маркетингу, зменшуючи невизначеність, полегшуючи довіру, зменшуючи ризик для всіх учасників. Малий туристичний бізнес використовує ці мережі для доступу до ринкової інформації, оскільки малі підприємства часто не мають ресурсів для при-

дбання ринкової інформації або отримання послуг бізнес-консультантів.

Багато дослідників виявляють зацікавленість у взаємозв'язку між ринковою орієнтацією та продуктивністю фірми. У цьому контексті пропонуються такі поведінкові компоненти, як орієнтація на клієнта, орієнтація конкурента та міжфункціональна координація як частина ринкової орієнтації. Таким чином, маркетинг відносин фокусується на окремій купівлі та відносинах із продавцем, щоб обидві сторони отримали вигоду. Висновок полягає у тому, що ринкова орієнтація як стратегічна відіграє вирішальну роль в отриманні вищої цінності клієнта, маючи на увазі, що це значення призведе до продуктивності організації. Точніше, орієнтація на ринок – це термін, який використовується для реалізації маркетингової концепції й описує організаційний підхід.

Існують три поведінкових компоненти, що формують ринкову орієнтацію, яку називають орієнтованою на клієнта, ринкова орієнтація конкурента та міжфункціональна орієнтація, а також два визначальні критерії – довгострокова перспектива та отримання прибутку. Значна частина досліджень у цій галузі спрямована на встановлення зв'язку між ринковою орієнтацією та отриманням прибутку. Дослідження показало, що ринкова орієнтація позитивно корелює з поліпшенням фінансових результатів. Зв'язок ринкової орієнтації та поліпшення фінансових доходів базуються на обґрунтуванні підтримання стійкої конкурентоспроможності, і цей принцип однаково застосовується й на малих підприємствах.

Малі підприємства туризму, які прагнуть мати чітку ринкову орієнтацію, через домінуючий вплив власника-менеджера мають кращі шанси на успішне досягнення цілей. Щоб

мати змогу скористатися перевагами, малі туристичні підприємства повинні сформувані сталі відносини з відповідними учасниками. Ці відносини сприяють поліпшенню ділової активності. Найбільш схожим у дослідженнях є те, що існує також позитивний зв'язок між підприємницьким лідерством та організаційними показниками, що посилює відносини маркетингової орієнтації.

**Висновки з цього дослідження.** Сьогодні все частіше підприємства туризму намагаються ідентифікувати нетехнологічні ресурси, що успішно використовують Інтернет для маркетингових туристичних послуг. Якщо ці допоміжні ресурси можуть бути використані через Інтернет у цілях маркетингу, це, своєю чергою, сприятиме сталим конкурентним перевагам для малих туристичних підприємств і принесе вигоди бізнесу в індустрії туризму.

Для того щоб підкреслити важливість підприємницького лідерства, ринкової та маркетингової орієнтації, диференціації та розвитку туризму, необхідно зрозуміти їх сильний вплив на розвиток нових продуктів/послуг та використання передових технологій, оскільки вони здійснюють сильний вплив на ринковий імідж фірми, досягнення високих продажів, використання ефективних методів ціноутворення. Туристи прагнуть випробувати на собі побут місцевих жителів та підтримати атмосферу, сприятливу для туризму. Розгляд потреб туристів і збереження навколишнього природного середовища є суттєвими чинниками, які призводять до високого рівня продуктивності та переваг у малому туристичному бізнесі.

У подальшому потребує більш детального наукового дослідження використання інтерактивних засобів у діяльності туристичних підприємств.

#### ЛІТЕРАТУРА:

1. Бадер С.О., Самченко Ю.В. Партнерство в туристичній галузі: сутність і зміст. Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Стратегічні імперативи розвитку туризму та економіки в умовах глобалізації». Запоріжжя: Просвіта, 2017. Т. 1. С. 26–29.
2. Давидова О. Особливості застосування інновацій у розвиток туристичної галузі України. Вісник КНУ ім. Тараса Шевченка. Серія «Економіка». 2015. № 7(172). С. 65–69.
3. Заячківська Г. Моніторинг євроінтеграції України у сфері туризму. Журнал європейської економіки. 2017. Т. 16. № 2(61). С. 241–255.
4. Клубчук С.К. Роль держави в регулюванні діяльності підприємств туристичної сфери. Вісник Львівського інституту економіки і туризму. 2005. № 1. С. 83–86.
5. Козловський Є.В., Булгакова Н.В. Основні напрями діяльності всесвітньої туристичної організації як спеціалізованої установи ООН. Державне управління: удосконалення та розвиток. 2017. № 2. URL: <http://www.dyu.nauka.com.ua/?op=1&z=1030>.
6. Корж Н.В., Басюк Д.І. Управління туристичними дестинаціями: підручник. Вінниця: Едельвейс і К, 2017. 322 с.

7. Туризм в соцсетях. Как туристическим компаниям выжить в эпоху цифровых технологий. URL: <http://businessviews.com.ua/ru/business/id/turizm-v-socsetjah-kakturisticheskim-kompanijam-vyzhit-v-epohu-cifrovyyh-tehnologij-809/>.

8. Шеєнкова К.А. Інтернет-технології у просуванні туристичного продукту. Матеріали Міжнародної науково-практичної конференції «Туризм: реалії та перспективи сталого розвитку». К.: КНТЕУ, 2014. С. 416–417.

#### REFERENCES:

1. Bader S.O. & Samchenko YU.V. (2017). Partnerstvo v turystychniy haluzi: sutnist i zmist [Partnership in the tourism industry: the essence and content] Materialy Mizhnarodnoyi naukovo-praktychnoyi konferentsiyi "Stratehichni imperatyvy rozvytku turyzmu ta ekonomiky v umovakh hlobalizatsiyi" – Materials of the International scientific and practical conference «Strategic imperatives of tourism and economy development in the conditions of globalization», 1, 26-29 [in Ukrainian].

2. Davydova O. (2015). Osoblyvosti zastosuvannya innovatsiy u rozvytok turystychnoyi haluzi Ukrayiny [Features of the application of innovations in the development of the tourism industry of Ukraine] Visnyk KNU im. Tarasa Shevchenka – Bulletin of the Kyiv National University Taras Shevchenko, 7(172), 65-69 [in Ukrainian].

3. Zayachkovs'ka H. (2017). Monitorynh yevrointehratsiyi Ukrayiny u sferi turyzmu [Monitoring of European Integration of Ukraine in the Field of Tourism] Zhurnal yevropeys'koyi ekonomiky – Journal of the European Economy, 2(61), 241-255 [in Ukrainian].

4. Klubchuk S.K. (2005). Rol' derzhavy v rehulyuvanni diyal'nosti pidpryyemstv turystychnoyi sfery [The role of the state in regulation of tourism industry enterprises] Visnyk L'vivs'koho instytutu ekonomiky i turyzmu – Visnyk of the Lviv Institute of Economics and Tourism, 1, 83-86 [in Ukrainian].

5. Kozlovs'kyy YE.V. (2017). Osnovni napryamy diyal'nosti vsesvitn'oyi turystychnoyi orhanizatsiyi yak spetsializovanoi ustanovy OON [Main directions of activity of the World Tourism Organization as a specialized agency of the United Nations] Derzhavne upravlinnya: udoskonalennya ta rozvytok – Public Administration: Improvement and Development. Retrieved from: <http://www.dy.nayka.com.ua/?op=1&z=1030> [in Ukrainian].

6. Korzh N.V. & Basyuk D.I. (2017). Upravlinnya turystychnymy destynatsiyamy [Management of tourist destinations]. – Vinnytsya: «PP»TD Edel'veys i K», 322 [in Ukrainian].

7. Turizm v socsetyach. (2017). Kak turisticheskim kompaniyam vizhit' v epochu cifrovich technology [Tourism in social networks. How do travel companies survive the era of digital technology] Retrieved from: <http://businessviews.com.ua/en/business/id/turizm-v-socsetjah-kak-turisticheskim-kompanijam-vyzhit-v-epohu-cifrovyyh-tehnologij-809/> [in Russian].

8. Sheyenkova K.A. (2014). Internet-tekhnohohiyi u prosuvanni turystychnoho produktu [Internet Technology for Promotion of a Tourist Product] Materialy Mizhnarodnoyi naukovo- praktychnoyi konferentsiyi "Turyzm: realiyi ta perspektyvy staloho rozvytku" – Materials of the International Scientific and Practical Conference «Tourism: Realities and Perspectives of Sustainable Development», 416-417 [in Ukrainian].

**ТУРИЗМ І СТАЛИЙ РОЗВИТОК**

УДК 911.2 – 502.7.58

**ТУРИЗМ І СТАЛИЙ РОЗВИТОК****В. Смаль, І. Смаль**

*Ніжинський державний педагогічний  
університет імені Миколи Гоголя,  
вул. Кропив'янського, 2, м. Ніжин, 16600 Україна*

Проаналізовано особливості і переваги розвитку туристичної індустрії в контексті концепції сталого розвитку. Наведено приклади практичного впровадження основних положень сталого туризму в різних регіонах світу. Показано економічну і соціальну доцільність впровадження екотуристичних технологій для розвитку туристичної індустрії, збереження довкілля та підвищення екологічної культури учасників рекреаційно-туристичних процесів.

*Ключові слова:* сталий розвиток, сталий туризм, екологічний туризм, туристична індустрія, національний парк.

Туризм не був включений як окремий розділ у “Порядок денний на XXI століття” – програмний документ, який охоплює різноманітні аспекти сталого розвитку світового співтовариства<sup>1</sup>. Та все ж у “Порядку денному...” була сформульована думка про те, що індустрія туризму володіє колосальним потенціалом і може вносити конструктивний вклад у сталий розвиток всіх регіонів планети [1].

Підтвердженням цьому стали факти, наведені Генеральним секретарем ООН у доповіді, присвяченій проблемам розвитку туризму і виголошеній через кілька років потому: число міжнародних туристичних поїздок досягло у 1999 році 664 млн, а сума прибутків від міжнародного туризму становила \$ 455 млрд; у 1990-х роках кількість міжнародних туристичних поїздок щорічно збільшувалася в середньому на 4,2%, а всередині країн це зростання йшло ще динамічніше. Розширювалася та урізноманітнювалася географія туристичних маршрутів. Якщо у 1950-х роках частка 15 найпопулярніших туристичних маршрутів, всі з яких знаходилися в Європі та Північній Америці, становила 97% від загального числа поїздок, то у 1999 році ця цифра зменшилася до 62% за рахунок розширення туристичного ринку Південно-Східної Азії, Центральної і Східної Європи та Латинської Америки. Найменш відвідуваною частиною світу залишається Африка, на яку припадає 2,5% загального числа туристичних поїздок [2].

---

<sup>1</sup>Програма дій “Порядок денний на XXI століття”, яка була ухвалена у 1992 році конференцією ООН з навколишнього середовища і розвитку в Ріо-де-Жанейро, тлумачить сталий розвиток як такий, що задовольняє потреби сучасності, не ставлячи під загрозу здатність майбутніх поколінь задовольняти свої потреби.

Туризм, охоплюючи широкий спектр видів економічної діяльності, вважається найпотужнішою індустрією світу, яка за обсягами прибутків від експорту випередила такі галузі, як автомобілебудування і хімічна промисловість. Але динамічно і не завжди регульовано розвиваючись, туризм все більше віддаляється від своєї образної назви – “індустрія без труб”, наносячи серйозної шкоди природним системам та породжуючи соціальну напругу. Реальний вплив туризму на довкілля залишається прихованим за рахунок того, що транспортні, а особливо повітряні, перевезення, готельний та ресторанний бізнес сприймаються як окремі сектори сфери послуг, а не як взаємопов’язані компоненти єдиного комплексу, головним завданням якого є задоволення все зростаючих потреб власне туристичної сфери.

Туристи становлять 57% всієї кількості пасажирів міжнародних авіарейсів [3, с. 223]. Літаки споживають величезну кількість енергоносіїв, загострюючи проблему руйнування озонового шару та сприяючи зростанню парникового ефекту. Адже 3,5% антропогенних парникових газів продукується літаками.

Колосальним споживачем енергії та води у світовому масштабі є готельне господарство, яке розширюється з кожним роком: з 1990 по 1998 роки кількість номерів у готелях збільшилася на 25% і склала приблизно 15 млн [4, с. 119]. У нових туристичних регіонах зазвичай реалізуються проекти будівництва великих готелів, які продукують відходи та забруднення в обсягах, із якими не здатні впоратися місцеві громади. Надмірне споживання туристами енергії, води, палива часто відбирає ці ресурси в корінного населення<sup>2</sup>.

Окрім загальних наслідків впливу на довкілля, туризм спричиняє серйозні зміни в конкретних екосистемах. Найбільш вразливими є дрібні острови, прибережні райони, коралові рифи, гірські райони. Щодо останніх, то занепокоєння їхнім станом та бажання повернути увагу до проблем, привело до проголошення Генеральною Асамблеєю ООН 2002 року роком гір.

Вплив туризму на гірські екосистеми різниться від континенту до континенту, від країни до країни. Наприклад, великою проблемою Альп та інших європейських гір є засилля приватних котеджів, або, як у нас прийнято говорити, – дачних будинків, які разом з автомобільними під’їздами завдають непоправної шкоди рослинному покриву – важливому природному компоненту гірської екосистеми. Така рекреаційна субурбанізація часто здійснюється безконтрольно, без урахування фізико-географічних властивостей місцевості, гідрологічних особливостей, схильності до ерозії, зсувів, лавин. Постає проблема і т.зв. візуального забруднення, спричиненого спотворенням ландшафтів безладною забудовою. Можливо в майбутньому, із зростанням достатку населення України, ця проблема стане актуальною і для нашої держави. Але, поки що, більшу занепокоєність спричиняють готелі, будинки відпочинку, санаторії, табори, які часом, не маючи елементарних очисних споруд, забруднюють гірські річки та сприяють створенню стихійних сміттєзвалищ.

---

<sup>2</sup>У країнах з нестачею води готелі іноземних власників мають переваги в її отриманні перед місцевими споживачами. У столиці Єгипту один готель споживає стільки ж електроенергії, скільки її витрачають 3600 домашніх господарств із середніми прибутками. У Непалі та Індійських Гімалаях з місцевим населенням щорічно “змагаються” за паливо 250 тис. мандрівників разом з провідниками. Разом з тим, один турист використовує 6,4 кг дров у день, що рівне денній потребі двох непальських сімей [5, с. 294]. Результатом такого протистояння стало значне зниження меж лісів.



Значної шкоди завдає гірським екосистемам і транспорт. Автомобільні викиди в горах ще більш шкідливі, ніж на рівнині. Причиною тому слугує зменшення вмісту кисню у повітрі з висотою, і відповідно уповільнення процесів окиснення та зростання емісії чадного газу і твердих частинок. Ще складнішою є ситуація в гірських долинах, де розсіювання полутантів затримується, а взимку, в результаті температурної інверсії, утворюється смог. Для боротьби з забрудненням повітря в альпійських країнах наполегливо рекомендують встановлювати каталітичні конвертери на всі автомобілі.

У горах поширені і специфічні види транспорту, наприклад, канатні дороги, фунікулери, витяги, які не тільки псують зовнішній вигляд ландшафтів, а й деструктивно впливають на рослинний та тваринний світ, стають причиною ерозії. Те ж саме можна сказати і про розважальні засоби транспорту: снігоходи та квадроцикли, експлуатація яких безжалісно руйнує рослинний покрив, модифікує схили, створює шумове забруднення.

Справжньою бідою гір є засмічення. Ця проблема гостро стоїть у різних регіонах світу, в т.ч. – Українських Карпатах. Дивно, що туристи охоче піднімають вгору нелегкі вантажі з їжею та напоями, а значно легші залишки та відходи високогірної трапези не зносять до низу<sup>3</sup>.

Значні кошти витрачаються на організацію експедицій з очищення гір у різних регіонах світу. Зі схилів Монблану влітку 2002 року було зібрано і вивезено 40 т сміття. З метою зменшення кількості бажаючих покоряти і, разом з тим, засмічувати вершини Гімалаїв на початку 1990-х років було ухвалено рішення про зростання оплати дозволу сходження на Еверест з \$ 1 200 до 10 000 з перших дев'яти членів партії плюс \$ 1200 з кожного наступного учасника експедиції [7].

Подібні регулятивні та іншого роду заходи вкрай необхідні для збереження високої якості довкілля. Адже в туристичному секторі екологічний чинник стає економічною категорією. Сучасні туристи стають все вибагливішими до якості природного оточення, обираючи для відпочинку благополучні, з екологічного погляду, місця.

Туризм є також потужним чинником соціально-культурного впливу і дуже часто – негативного. У багатьох регіонах наслідком розвитку туризму стало збільшення злочинності, проституції, вживання алкоголю і наркотиків. Пристосування до потреб і очікувань туристів при проведенні релігійних ритуалів, етнічних обрядів, фестивалів призводить до їхньої стандартизації та збіднення. Нехтування туристами місцевих традицій в одязі (короткі спідниці чи шорти в мусульманських країнах), поведінці (відвідування чайхани жінками в середньоазійських країнах), способі життя породжує напругу у стосунках між місцевим населенням і мандрівниками.

Зростання значимості туризму та загострення проблем, пов'язаних з його розвитком, змушують говорити про необхідність змін та пошуку нових векторів розвитку. Це стало причиною численних спроб адаптації головних положень і принципів концепції сталого розвитку до контексту туризму. Слід зазначити, що перша спроба визначення сталого туризму була зроблена ще у 1988 році Світовою Туристичною Організацією (далі в тексті – СТО). Сталий туризм розглядався як

---

<sup>3</sup>Загальний обсяг сміття, залишеного туристами в Австрійських Альпах, становить в 4,5 тис. тонн щорічно [6].

культурної самобутності, основних екологічних процесів, біологічної різноманітності і систем підтримки життя [2].

Значно поштовхнулися зусилля з розроблення принципів сталого туризму після прийняття "Порядку денного...". Важливим кроком стало розроблення у 1996 році СТО, Світовою радою з подорожей і туризму та Радою планети Земля власного "Порядку денного на XXI століття у сфері подорожей та індустрії туризму". Крім цього, протягом 1990-х років була ухвалена ще низка міжнародних документів. Зокрема, Міжнародна конференція з туризму, яка відбулася у Лансеро (Канарські острови) в 1995 році, ухвалила "Хартію зі сталого туризму". У квітні 1999 року рішенням Генеральної Асамблеї та Комісії зі сталого розвитку ООН була ухвалена "Міжнародна програма зі сталого розвитку туризму". У цьому ж році у Сантьяго (Чилі) був ухвалений "Глобальний етичний кодекс туризму". Все це досить розлогі документи, які так чи інакше розкривають екологічну, економічну та соціальну складову сталого розвитку туризму. "Розвиток туризму, – зазначено у "Хартії зі сталого туризму", – має бути оснований на критерії сталості. Це означає, що він є екологічно прийнятним на тривалий період часу, економічно життєздатний, а також етично та соціально справедливий і рівноправний щодо місцевих громад" [8].

Закономірно, що в усіх вищезгаданих документах значна увага приділяється взаємозв'язку між природоохоронною діяльністю і сталим туризмом. Адже, зрештою, галузь може розвиватися лише за умови збереження високої якості довкілля. Зокрема, в екологічних принципах сталого розвитку туризму наголос робиться на раціональному використанні ресурсів, яке передбачає мінімізацію і утилізацію відходів, впровадження систем очищення та повторного використання води, матеріалів та технологій із якнайменшим впливом на природне та культурне довкілля, ефективне використання енергії та залучення альтернативних джерел енергії, зменшення шкідливої дії транспорту, активне застосування дружних до довкілля його видів. Акцентується також увага на збереженні біорізноманітності та необхідності обережного поводження із вразливими природними системами.

Серед принципів, які мають забезпечити сталий розвиток туристичних регіонів в економічній площині, виділяють: узгоджене планування та управління розвитком туризму з іншими видами економічної діяльності й напрямками розвитку країни і регіону загалом; сприяння розвитку малих і середніх підприємств як основи створення робочих місць у туристичній сфері; підтримка впровадження у туристичну індустрію екологічно м'яких технологій; здійснення маркетингу туризму з метою підвищення ефективності місцевої економіки та зменшення тиску на довкілля шляхом більш рівномірного розподілу туристів у часі і просторі.

У соціальній сфері програмними заходами сталості є: налагодження зусиллями урядів тісної співпраці всіх зацікавлених сторін, включаючи національні ради з туризму, туристичні агенції та організації, приватний сектор, місцеві громади для прийняття рішень щодо розвитку туризму; забезпечення рівноправних умов для корінного населення поряд з іншими учасниками туристичного бізнесу в отриманні економічних, соціальних і культурних вигод від розвитку туризму, надання йому першочергового права на працевлаштування; повага та збереження місцевих культур, традиційних ремесел, фольклору; заохочення відповідальної поведінки туристів, культивування поваги до національних законів, культурних цінностей, соціальних норм і традицій.

Значну увагу у вищезгаданих та низці інших міжнародних документів приділено, поряд із традиційним, розвитку екологічного туризму. Наголошуючи на

значимості цього напрямку туризму, 2002 рік був проголошений Генеральною Асамблеєю ООН роком екотуризму.

Доцільно розмежовувати поняття екологічного та сталого туризму. Терміном екологічний туризм, або екотуризм, позначають лише один із сегментів туристичної сфери діяльності, тоді як принципи сталості розвитку мають бути дієвими для різних видів туристичної діяльності, включаючи як альтернативні, так і традиційні.

Екотуризмом прийнято вважати туризм, що оснований на природних і археологічних ресурсах (мальовничі ландшафти, викопні рештки, території з рідкісними і зникаючими видами рослин) [9, с. XII]. Це й відрізняє його від масового туризму, який спирається на створені людиною атракції – нічні клуби, ресторани, магазини, розважальні парки, готельні та санаторно-курортні комплекси, пляжі тощо.

Деякі автори переконані в тому, що екотуризм має бути ексклюзивно зарезервованим за природним туризмом і лише подорожі до відносно незайманих і незабруднених природних територій (переважно заповідних) зі специфічними природними атракціями (коралові рифи, каньйони, озера, гейзери, карстові печери, зникаючі види тваринного світу) можуть розглядатися як екологічні [5]. Інші вчені вважають за необхідне включати до екотуристичних об'єктів і антропогенні елементи [10, 11]. Такої точки зору, зокрема, дотримується СТО, розглядаючи екотуризм як високовідповідальну щодо довкілля подорож до відносно неторканих природних територій із метою споглядання ландшафтів та милування ними, а також сучасними та історичними культурними цінностями, що трапляються під час подорожі [5, с. 465].

Подібний підхід лежить в основі й іншого визначення, сформульованого американськими вченими, які визначають екотуризм як сегмент туризму, що охоплює подорожі до відносно неторканих і незабруднених територій, які приваблюють до себе як природним царством, так і культурними надбаннями минувшини та сучасності [9, с. XII].

На нашу думку, екологічний туризм це – вид активного відпочинку в межах неторканих і природоохоронних територій, де поряд із науково-пізнавальними, культурно-виховними і спортивно-оздоровчими функціями, акцентується увага на зв'язках між природним та соціальним середовищем, на наслідках антропогенного тиску, набуваються навички гармонійних стосунків між людиною та природою, формується ресурсозберігаючий стереотип поведінки на рівні особистості [12].

У будь-якому разі принциповим критерієм віднесення певного виду туристичної діяльності до екотуризму є те, що вона відбувається в природному середовищі. Екотуризм це насамперед природно орієнтований туризм. Та все ж для розуміння сутності екотуризму важливо акцентувати увагу не лише на виді рекреаційної діяльності, а й на характері впливу туризму на довкілля та ступені відповідальності як туристів, так і організаторів туристичної діяльності щодо збереження навколишнього середовища.

Вище згадано лише деякі найзагальніші характеристики екотуризму, які при детальнішому розгляді набувають такого вигляду:

- 1) екотуристичними є всі природно орієнтовані форми туризму, в яких основою туристської мотивації є огляд та пізнання природних об'єктів, а разом з тим, – знайомство з традиційною культурою місцевих громад;

- 2) мінімізація негативного впливу на природне та соціокультурне середовище шляхом регулювання кількості туристів, їхньої поведінки, регламентації видів рекреаційної діяльності, обмеження застосування моторизованих засобів пересування;

- 3) поширення освітньої та роз'яснювальної природоохоронної інформації, яке здійснюється гідами як серед туристів, так і серед місцевого населення;
- 4) фінансова підтримка природоохоронних заходів, дослідницьких робіт за рахунок коштів, одержаних від екотуристичної діяльності на цій території;
- 5) вигідність розвитку екотуризму для місцевої громади, яка забезпечується можливістю працевлаштування (гіди, егері, готельний персонал, водії) та використанням отриманих прибутків на здійснення місцевих проектів з будівництва шкіл, медичних закладів, водозабезпечення тощо;
- 6) повага до місцевої культури та прав людини.

Екологічний туризм не є абсолютно новим явищем у туристичній сфері. Природоохоронний рух швидше активізував, а не породив екологічний туризм і зробив його пріоритетним напрямком сталого розвитку туризму.

Зародження екотуризму, очевидно, слід пов'язувати з утворенням перших природоохоронних територій. Йосеміт був переданий президентом США Лінкольном штату Каліфорнія 30 червня 1864 року як державний парк "для загального відвідування, користування та рекреації". А в одному з документів служби національних парків США початку XX ст. прозвучала ідея, співзвучна з головним принципом концепції сталого розвитку: "...національні парки мають бути збережені в абсолютно неторканому вигляді для використання майбутніми поколіннями так само, як і сучасною генерацією..." [13, с. 21]. Головна проблема сталості, яка полягає у пошуку збалансованої форми розвитку, що дає змогу зберігати довкілля і водночас допускає його експлуатацію для забезпечення економічного зростання, є досить актуальною і щодо розвитку туризму на природоохоронних територіях.

Система природоохоронних територій світу включає майже 30 350 об'єктів площею 13 232 275 км<sup>2</sup> [14, с. 7]. Найбільш поширеною формою організації природоохоронних територій є національні парки, які займають 5% території суші. Найвищий показник частки природоохоронних територій у загальній площі країни мають Норвегія, Танзанія, Зімбабве, де він перевищує 10%. Абсолютним світовим рекордсменом у цій справі є Коста-Ріка, де 25% території країни має природоохоронний статус [5, с. 438].

Україна станом на 2000 рік мала 11 національних парків, частка яких у площі країни становила трохи більше відсотка. Площа всіх природоохоронних територій становить близько 4%. Це дуже далеко від показника 12%, рекомендованого Всесвітньою комісією з навколишнього середовища, як передумови сталого розвитку та охорони екологічної різноманітності і збереження генетичного фонду.

Вже із заснуванням перших природоохоронних територій та заохоченні населення до їхнього відвідання було закладене протиріччя, що невирішене і до сьогодні: намагання зберегти унікальні ландшафти в незайманому вигляді і водночас розвивати туризм, а отже, приваблювати відвідувачів до територій, що потребують охорони та збереження. Заохочуючи подорожі до неторканих місць, туризм може спричинити їхню деградацію, а то й повну руйнацію. Є небезпека, що в намаганні наблизитися до них та пізнати, може бути пошкоджено те, що початково розглядалося як таке, що потребує охорони.

Безперечно, впливу відвідувачів не уникнути. Питання в тому, як його мінімізувати. Цілком зрозумілим є те, що недостатньо лише закликати їх не брати з собою із подорожі нічого, крім світлин на пам'ять, та не залишати нічого, окрім своїх слідів від ніг. Політика невтручання в діяльність парків є неприйнятною. Необхідним є чітке планування, менеджмент, регулятивні заходи.

Важливим регулюючим заходом розвитку рекреації і туризму на території парків є їхнє функціональне зонування. Це дає змогу уникнути конфліктів між несумісними видами діяльності при просторовому використанні парку та створити симбіозні зв'язки парку із туризмом та рекреацією. Національні парки різняться між собою за принципами зонування та набором зон. Міжнародний союз охорони природи рекомендує у національних парках виділяти такі зони: зону суворої охорони, зону неторканих територій, зону "керованої охорони" та туристично-адміністративну зону. У національних парках України виділяють заповідну зону, зону регульованої рекреації, зону стаціонарної рекреації та господарську зону [14, с. 64].

Найбільш поширеним методом зменшення тиску на природні системи національних парків є регулювання кількості відвідувачів, дотримання лімітів на пересування моторизованими засобами транспорту. Обмеження кількості відвідувачів практикується у світовій туристичній індустрії не тільки на території природних, а й урбаністичних та історичних об'єктів. Наприклад, у Венеції з весни 1987 року обмежується число туристів до 50 000 та кількість туристичних автобусів до 200 в день. Здійснення цього рішення зіштовхується зі значним невдоволенням представників туристичного бізнесу, які вважають цю цифру занадто обмежувальною. У деяких країнах поряд із обмеженням кількості відвідувачів впроваджується висока плата за перебування на території природоохоронних об'єктів та країни загалом. Так, уряд Бутану змушує іноземних візитерів, щорічна кількість яких законодавчо обмежується 5 тис., тратити мінімум \$ 200 за день, певний відсоток яких іде на природоохоронні заходи [ 5, с. 405].

Регулювання чисельності відвідувачів може здійснюватись шляхом впровадження заходів із розсосередження кількості туристів у часі: з вихідних на робочі дні, з літніх місяців на міжсезоння. Такими заходами можуть бути відмінності в ціні на вхідні квитки, на обмеження в пересуванні моторизованим транспортом тощо.

Зменшення кількості відвідувачів до найбільш популярних парків інколи досягається більш оригінальними способами. Поблизу національного парку облаштовують комфортні умови відпочинку (готелі, тенісні корти, басейни, бари, ресторани), а також організовують демонстрацію на великих екранах фільмів про природу парку. Для деяких туристів це слугує хорошим фоном для звичного комфортного відпочинку і знімає необхідність відвідування самого парку, що вимагає додаткових зусиль та напруження. Такі неординарні, але виправдані з точки зору збереження довкілля методи практикуються, зокрема, поблизу Grand Canyon National Park (Arizona) [5, с. 443].

Практичний екотуризм виробив і інші шляхи мінімізації впливу на довкілля через контроль за видами рекреаційної діяльності, застосування дружніх до оточуючого середовища джерел енергії (сонячна, вітрова тощо), матеріалів для будівельних конструкцій, немоторизованих транспортних засобів, прокладання туристичних стежок, спорудження оглядових майданчиків, накладання заборони на відвідування найбільш уразливих місць.

Цікавим та вартим вивчення і наслідування є досвід створення приватних природних резерватів, які відіграють важливу роль у розвитку екотуризму, забезпечуючи туристів туристичною інфраструктурою, зокрема, житлом та харчуванням за межами державних парків, а місцевих жителів – роботою. Приватні резервати зазвичай розміщують поблизу державних природоохоронних об'єктів,

вони доповнюють урядові зусилля із збереження довкілля, створюючи своєрідну буферну зону для екосистем національних парків, захищаючи їх від негативного впливу лісозаготівлі, сільського господарства, браконьєрства тощо, тим самим сприяючи збереженню біорізноманіття.

У таких резерватах можна займатись або винятково екотуристичною та освітньо-дослідницькою діяльністю, або поєднувати з цим ековиробничу діяльність, засновуючи екотуристичні ферми з розведення місцевих чи екзотичних тварин або вирощуючи такі ж рослини. Деякі екопідприємства займаються як продажем своєї продукції, так і організацією екскурсій, деякі – лише останнім.

Із рослинних найбільш поширеними є квіткові ферми, де екзотичні квіти висівають на великих площах. Подібно до парків, вони відкриті для відвідувачів<sup>4</sup>.

Перелік тварин, яких вирощують на екофермах, найрізноманітніший. Розведення ігуан, м'ясо і яйця яких споживають як делікатес, практикується в Коста-Ріці та Панамі. Продуктивність таких ферм значно вища, аніж тих, де займаються розведенням великої рогатої худоби. М'ясо бізонів, яких розводять у західних штатах США та індіанських землях, користується популярністю завдяки доброму смаку, значному вмісту протеїну та низькому холестерину. В інших країнах на екофермах розводять черепах, антилоп, хутрових звірів, крокодилів, змії, страусів. Останніх почали розводити і в Україні (поблизу Вінниці), а антилоп, жирне молоко яких має цінні лікувальні властивості, успішно розводять в Асканії-Новій.

Існує і досвід вирощування комах, особливо метеликів. Цим займаються в Папуа-Новій Гвінеї, де розводять тропічних метеликів із великими яскравими крилами, розмах яких досягає 30 см. Деякі селяни заробляють на цьому \$ 1 200 щорічно, тоді як для їхньої місцевості традиційними є \$ 50.

Слід зазначити, що екологи неоднозначно ставляться до функціонування таких екологічних ферм. Серед проблем, що їх непокоять, є й такі: важко передбачувати наслідки гібридизації, можливість витіснення корінних видів, поширення хвороб у дикій природі в разі втечі хворих тварин і т. п.

Накопичуючи як позитивний, так і негативний досвід, екотуризм набув значного поширення впродовж трьох останніх десятиліть. Нині він є найбільш динамічною частиною світового туризму. Згідно з даними Світового ресурсного інституту, кількість туристів загалом зростає на 4% в рік, тоді як екотуристів – на 10% [5, с. 467].

Та все ж не слід зводити перехід туристичної індустрії на принципи сталості лише до розвитку екотуризму чи інших видів альтернативного туризму. Таке розуміння сталості туристичної сфери є вузьким і навіть шкідливим, тому що породжує думку про те, що лише альтернативні види туризму на кшталт екотуризму мають жорсткі стандарти і принципи щодо впливу на природне та соціальне

---

<sup>4</sup>На карибському узбережжі Коста-Ріки знаходиться квіткова ферма площею 117 га, де працює 150 робітників. Щоденно з цієї ферми до Європи та Північної Америки відправляють квітів на суму \$ 30 000 [5, с. 483].

довкілля, а традиційному туризму дозволено і далі чинити негативний вплив. Слід шукати можливості впровадження принципів сталості в усі види туризму.

Звичайно, поєднати цей пошук з намаганням примножити прибутки – справа непросте. Та все ж індустрія туризму зробила чимало позитивного, щоб стати більш екологічно і соціально відповідальною. Можна навести низку прикладів інтеграції екологічних технологій у туристичну галузь.

Деякі з них пов'язані зі збереженням води, зокрема, шляхом пропозиції клієнтам готелів не міняти щодня рушники і постільну білизну. Це дає можливість заощадити в середньому 114 л води на кожен номер. Крім того, зберігається енергія та мийні засоби [4, с. 129]. Електроенергію можна економити за рахунок переходу до енергоефективних ламп, впровадження пластикових карток як ключів до електронних замків кімнат, здатних при виході відключити приміщення від струму або випадково невимкнений прилад не витрачав енергію. Готельні номери оздоблюються матеріалами, придатними до вторинного перероблення.

Екологізація круїзного бізнесу відбувається шляхом обладнання кораблів системами очищення води та печами для спалювання відходів, часом з'єднаними з генераторами, що дає змогу використовувати енергію від спалювання.

З метою заохочення ведення бізнесу у більш екологічно відповідальний спосіб різні міжнародні організації запроваджують премії та програми сертифікації, які видають спеціальні посвідчення компаніям чи районам, що ведуть екологічно або соціально сприятливу діяльність, тим самим підвищуючи їхній престиж. Премії надають за новаторські і творчі ідеї<sup>5</sup>.

Все більшого поширення та популярності набувають програми сертифікації та екологічного маркування, в яких туристичні об'єкти і заклади беруть участь на добровільних засадах. Кількість таких програм збільшується і часом важко оцінити їхню ефективність, але все ж цей процес спонукає туристичну індустрію розвивати дружні до довкілля послуги<sup>6</sup>.

Отже, туристичною індустрією зроблено певні кроки на шляху реалізації "Порядку денного на XXI століття у сфері подорожей та індустрії туризму". Хоча належить ще зробити дуже багато. Для дальшого успішного впровадження принципів сталості у розвиток туризму необхідна консолідація зусиль всіх зацікавлених сторін на всіх рівнях, урахування інтересів всіх груп, включаючи місцеві громади, туристів, представників туристичного бізнесу тощо. Незаперечно важливою є роль урядів, оскільки вони покликані розробити стратегічну основу планування розвитку індустрії туризму з урахуванням принципів сталості, забезпечити вивчення

<sup>5</sup>Оригінальною ідеєю стало облаштування садової шкільки на даху готелю "Інтерконтиненталь" у Сідней (Австралія), де вирощують саджанці для потреб озеленення. Не менш цікавим стало обладнання готелю "Клуб Альда" в Туреччині новою системою подачі біологічно очищеної води для поливання газонів та зелених насаджень. Це дало змогу зменшити обсяги використовуваної води на 55% і заощадити \$ 35,5 тис. на рік [15]. Нехай ці зміни були спричинені не стільки шляхетними намірами реалізації концепції сталого розвитку, скільки фінансовими міркуваннями, але все ж головне – результат – зменшення негативного впливу на навколишнє середовище.

<sup>6</sup>Наприклад, програма "European Blue Flag Campaign" надає екологічне маркування пляжам та пристаням за високі екологічні стандарти та умови санітарії і безпеки. Програма реалізується міжнародним неприбутковим "Фондом екологічної освіти" і поширена у 21 країні Європи. Програма ECOTEL, що вже сертифікувала близько 40 готелів, присвоює їм від нуля до п'яти "глобусів" за виконання взятих зобов'язань у справі поводження з відходами, енергоефективності, водозабезпечення тощо. Засновники проекту (консалтингова група з туризму HVS International) може здійснювати інспекційні перевірки в будь-який час [4, с. 132].

рекреаційної ємності території, ініціювати розроблення систем сертифікації, показників стійкого розвитку з метою контролю за наслідками туристичної діяльності з соціальної, екологічної та економічної точок зору. Особливо актуально це звучить для України, країни з колосальним туристично-рекреаційним потенціалом, яка покладає великі надії на туристичний сектор економіки. Україна

власне лише формує сучасну інфраструктуру і має своєрідну перевагу – відразу розвивати туристичну індустрію на засадах сталості.

Звичайно, сталий туризм, з повним дотриманням принципів гармонійного розвитку, є складним для досягнення мети, але водночас він є ідеалом, орієнтиром, до якого слід прагнути. У цьому привабливість і життєздатність концепції сталого розвитку.

- 
1. Програма дій “Порядок денний на XXI століття” / Перекл. з англ.: ВГО “Україна. Порядок денний на XXI століття”. К., 2000.
  2. Туризм и устойчивое развитие: Доклад Генер. секр. // Сессия (7; 1999). Нью-Йорк, 1999.
  3. *Gossiling S.* Tourism – Sustainable Development Option? // *Environmental Conservation*, 2000. Vol. 27.N 3.
  4. *Месіні Л.* Зміна орієнтирів міжнародного туризму // *Стан світу 2002*. К., 2002.
  5. *Mieczkowski Z.* Environmental Issues of Tourism and Recreation. Lanham, MD: University Press of America, 1995.
  6. *Time*, 10 September 1984.
  7. *Time*, 7 October 1991.
  8. <http://www.gdrc.org/uem/eco-tour/charter.html>.
  9. *Kluster J.* Ecotourism and resource conservation: a collect of papers from 2nd International Symposium: Ecotourism and resource Conservation, November 1990 / compiled by Jon A. Kluster, 1991.
  10. *Butler R. W.* Tourism, Environment, and Sustainable Development. *Environmental Conservation*, 1991.
  11. *Hana Ayala.* Resort Ecotourism: a Paradigm for the 21st Century. *Cornell Hotel and Restaurant Administration Quarterly*, 1996. Vol. 37. N 5.
  12. *Смаль В.В., Смаль І.В.* Світовий досвід розвитку екологічного туризму // *Укр. геогр. ж-л.* 2003. №4.
  13. *Michael H.* Historical antecedents of sustainable development and ecotourism: new labels on old bottles // *Sustainable Tourism: A Geographical Perspective.* – Addison Weesley Longman Limited, 1998.
  14. *Кукурудза М. М.* Менеджмент національних парків: Навч. пос. Львів, 2003.
  15. [www.ihei.org](http://www.ihei.org).



**TOURISM AND SUSTAINABLE DEVELOPMENT****V. Smal, I. Smal**

*Mykola Gogol State Pedagogical University of Nizhyn,  
Kropyvnyans'kogo str., 2, Nizhyn 16600 Ukraine*

In this article we examine peculiarities and advantages of tourism industry development in the context of the conception of sustainable development. Examples of practical introduction of sustainable development principles in tourism industry in different regions of the world are provided. The article show economical and social expediency of application of ecotourism technologies for tourism industry development, conservation of natural resource and improvement of ecological culture all the participants of tourism activity.

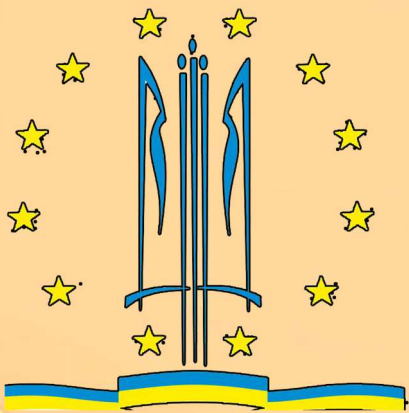
*Key words:* sustainable development, sustainable tourism, ecotourism, tourism industry, national park.

Стаття надійшла до редколегії 5.05.2005

Прийнята до друку 21.09.2005

# КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ КУЛЬТУРИ І МИСТЕЦТВ

---



ВП «Миколаївська філія  
Київського національного університету  
культури і мистецтв»

---

## *IV Всеукраїнська науково-практична конференція* **«СУЧАСНІ ТЕНДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ ТУРИЗМУ»**

*Збірник тез доповідей*  
*Частина I*

**Миколаїв, 2016**

**УДК 338.48+796.5**

**ББК 65.43+75.81**

**Матеріали IV Всеукраїнської науково-практичної конференції «Сучасні тенденції розвитку туризму» : Збірник тез доповідей (I частина). – Миколаїв : ВП «МФ КНУКІМ», 2016. – 160 с.**

Збірник містить тези доповідей пленарного і секційних засідань науковців, практиків, аспірантів, наукових співробітників, спеціалістів, представлених на IV Всеукраїнській науково-практичній конференції «Сучасні тенденції розвитку туризму»

Робочими мовами конференції є українська та англійська.

*Організаційний комітет не несе відповідальності за зміст наукових статей.*

© ВП «МФ КНУКІМ», 2016

**КИЇВСЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ УНІВЕРСИТЕТ  
КУЛЬТУРИ І МИСТЕЦТВ**

**ВП «Миколаївська філія Київського національного  
університету культури і мистецтв»**

***IV Всеукраїнська науково-практична конференція  
«Сучасні тенденції розвитку туризму»***

***Збірник тез доповідей  
Частина I***

**Миколаїв, 2016**



## З М І С Т

<i>Бейдик О.О.</i> Адаптивний туризм: предмет-об'єктна сутність, класифікація, моделі, видатні особистості	6
<i>Волчецький Р.В.</i> Особливості впливу туристичної сфери на соціально-економічний розвиток держави	12
<i>Ворошилова Г.О.</i> Міжнародний ринок туристичних послуг в Україні: реалії та перспективи розвитку	17
<i>Габа М.І.</i> Роль інтелектуального капіталу для туристичної галузі	23
<i>Гарбар Г. А.</i> Тенденції розвитку аграрного туризму в Україні	26
<i>Гуменюк В.В.</i> Економічне обґрунтування стратегії державного регулювання розвитку курортів і туризму Миколаївської області	31
<i>Дністрянська Н.І.</i> Історико-культурні туристичні ресурси містечок Львівської області	34
<i>Дунаєвська О. Ф.</i> Музеї університету як елемент науково-пізнавального туризму	37
<i>Ільницька-Гикавчук Г.Я.</i> Сучасний стан та перспективи розвитку лікувально-оздоровчого туризму Львівської області	40
<i>Качала С.В.</i> Розвиток водного туризму в Карпатах	45
<i>Кілінська К.Й.</i> Методичні підходи до вивчення рекреаційно-туристичного природокористування (на прикладі території Карпато-Подільського регіону України)	48
<i>Коваленко Т.Л.</i> Аналіз факторів туристичної привабливості РЛП «Гранітно-Степове Побужжя»	54
<i>Колеватова А.В.</i> Фінансові аспекти функціонування галузі туризму	58
<i>Коробейникова Я.С.</i> Особливості впливу туризму на культуру та соціальний розвиток місцевих громад	62
<i>Коробов В.К.</i> Показники реформування сфери туризму у конструюванні комплексного індикатору регіонального розвитку у викладанні курсу регіоналістики	68
<i>Криловська О. А.</i> Молодіжна бібліотека і краєзнавчий туризм: з досвіду роботи Миколаївської ОБЮ	73
<i>Лопушняк Л.В.</i> Туристичні інвестиції та розвиток туристичної галузі – основа зайнятості населення (на прикладі Чернівецької області)	77
<i>Кулакова С.М.</i> Туристична мандрівка літературними стежками Миколаївщини	83
<i>Ляшенко В.В.</i> Маркетингові стратегічні напрями сталого розвитку регіональних туристично-рекреаційних систем	87

<i>Марчинська О.О.</i> Розвиток туризму в рекреаційній діяльності НПП «Білобережжя Святослава»	91
<i>Машкова О.В., Подберезня І.В.</i> Геопросторовий аналіз туристичних ресурсів Таврійського туристичного кластеру	95
<i>Недзвецька О.В.</i> Розвиток анімації у туристичній сфері в Україні	102
<i>Опанасюк Н.А.</i> Проблеми формування туристичного права України	107
<i>Орлова О.В.</i> Cultural tourism as modern means of education	110
<i>Орлова Н. В.</i> Журнал «National geographic Україна» (2013-2015 pp.): жанрово-тематична своєрідність	114
<i>Пендерецький О. В.</i> Екологічні ризики в Карпатському регіоні	119
<i>Пінчук А.С.</i> Дослідження впливу нестабільності економічного середовища на стан туристично-рекреаційного бізнесу України	125
<i>Семенков А.В.</i> Принципова зміна туристичних вподобань учасників внутрішнього туризму в Україні: ризики, очікування, можливості	129
<i>Сквірська О.Є.</i> Літературно-красознавчий фестиваль «Спаський трамвай»	132
<i>Смирнов І. Г.,</i> Національно-патріотична спрямованість у професійній освіті (на прикладі викладання туристичних та логістичних дисциплін у контексті ЗЕД)	135
<i>Стиценко О.В.,</i> Гастрономічний туризму як перспективний напрямок розвитку ринку туристичних послуг в Україні	140
<i>Уліганець С.І., Мельник Л.В., Батиченко С.П.</i> Функціональні зміни міського простору Луцька	144
<i>Чичкалюк Т.О.</i> Особливості створення туристичного продукту на територіях та об'єктах природно-заповідного фонду	148
<i>Федотов І.А.,</i> Перспективи розвитку історико-культурних туристичних ресурсів та їх вплив на іміджеву привабливість Півдня України	152
<i>Гаврилова О.В.</i> Застосування інтерактивних методів роботи у екскурсійній практиці	154

**БЕЙДИК О.О.**, д.геогр.н., професор  
Київський національний університет  
імені Тараса Шевченка

## **АДАПТИВНИЙ ТУРИЗМ: ПРЕДМЕТ-ОБ'ЄКТНА СУТНІСТЬ, КЛАСИФІКАЦІЯ, МОДЕЛІ, ВИДАТНІ ОСОБИСТОСТІ**

Різноманітні теоретико-практичні аспекти становлення та розвитку адаптивного (маломобільного, безбар'єрного) туризму розглянуто в ряді публікацій як вітчизняних [1–4], так і зарубіжних вчених.

За даними Міністерства соціальної політики, в Україні постійно зростає чисельність осіб з інвалідністю (у 2013 р. їх кількість склала 2,8 млн. осіб або 6,1% населення країни). Зважаючи на недосконалість системи медичного обслуговування, зростання чисельності ДТП, бойові дії на сході країни, ці показники постійно зростають, а отже, зростає потреба в організації спеціалізованих заходів щодо соціальної та фізичної реабілітації населення та воїнів, які перебувають (або перебували) в зоні проведення антитерористичної операції. На 2016 р. 132 тис. учасників АТО демобілізовані (з них 80% потребують реабілітації) і 45 тис. буде демобілізовано найближчим часом.

Адаптивний туризм – складова суспільного туристського руху, новий вид адаптивної рухової реакції, фізичної реабілітації, оздоровлення та соціальної інтеграції людей з обмеженими фізичними можливостями; чинник соціальної реабілітації як для відносно здорових людей похилого віку, так і для осіб з інвалідністю.

Об'єкт дослідження – ресурсно-рекреаційне поле розвитку маломобільного (безбар'єрного) туризму, предмет дослідження – різноманітні аспекти функціонування адаптивного туризму, а саме його геопросторова організація, структура, класифікація, районування, еволюція і динаміка.



Зважаючи на діалектичність суспільних та наукових процесів, термінологічна база інвалідного туризму з плином часу модифікується, набуває нових понять або позбавляється старих. Це стосується і структурно-логічної моделі, яка віддзеркалює відповідні суспільні прошарки, які входять до адаптивного туризму (рис. 1, 2).

Уявлення про «поліфонію» та диверсифікацію методологічної тканини адаптивного туризму дає рис. 3, який висвітлює 5 основних підходів, основні теорії, концепції та методи аналізу адаптивного туризму. Зважаючи на те, що «методологічне поле» є елементом більш складної структурно-логічної моделі, реалізовано спробу «вмонтувати» його до системи суспільних потреб та стратегічних пріоритетів розвитку адаптивного туризму (рис. 4). Головним меседжем цієї моделі є декларація ідеї поступового перетворення маломобільних верств населення з песимістичним життєвим сценарієм в адаптивних туристів – осіб похилого віку та з ознаками інвалідності, яким притаманний оптимістичний життєвий сценарій.

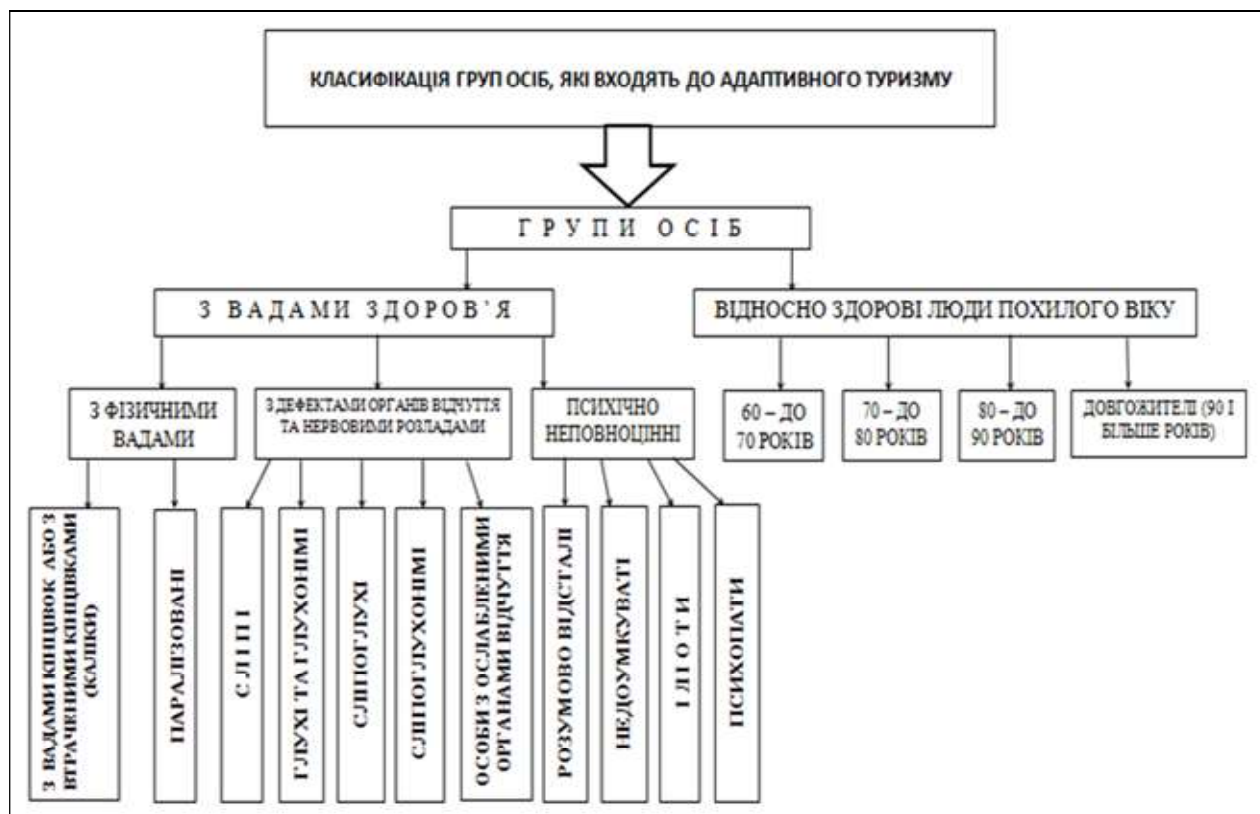
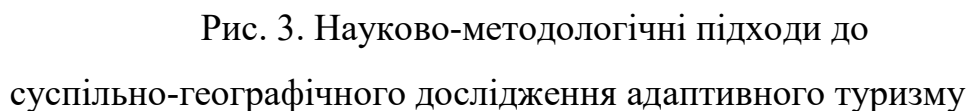


Рис. 1. Структура контингенту потенційних адаптивних туристів [4]



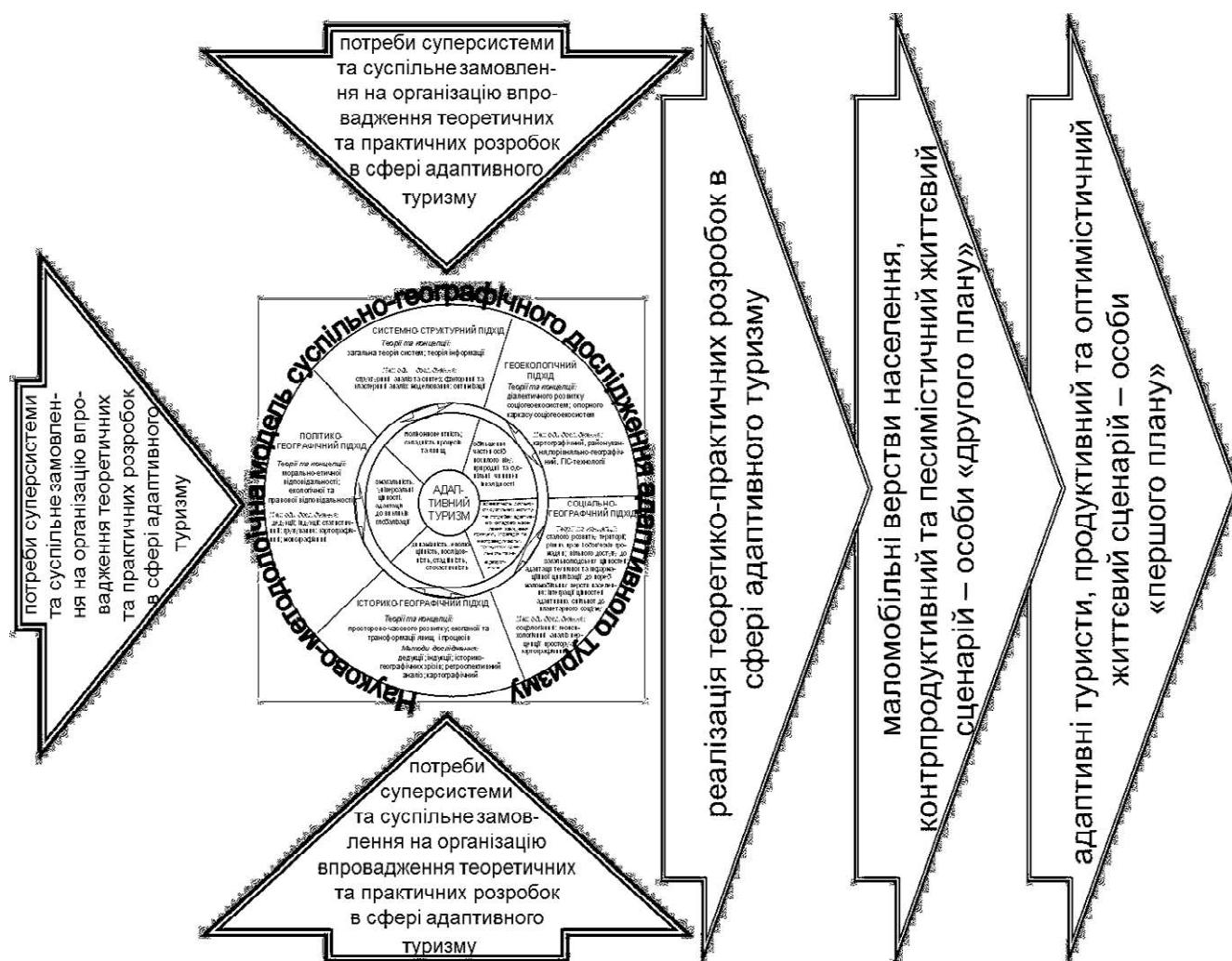


Рис. 4. Структура «методологічного поля» та стратегічні пріоритети розвитку адаптивного туризму

Виявлення та аналіз перспективних та діючих туристсько-екскурсійних маршрутів для маломобільної групи населення на територіях НПП України виступили підґрунтям щодо створення відповідної картографічної моделі (рис. 5). На сьогодні практично в кожному НПП України діють пішохідні, водні, велосипедні та кінні маршрути, хоча їх кількість вкрай недостатня.

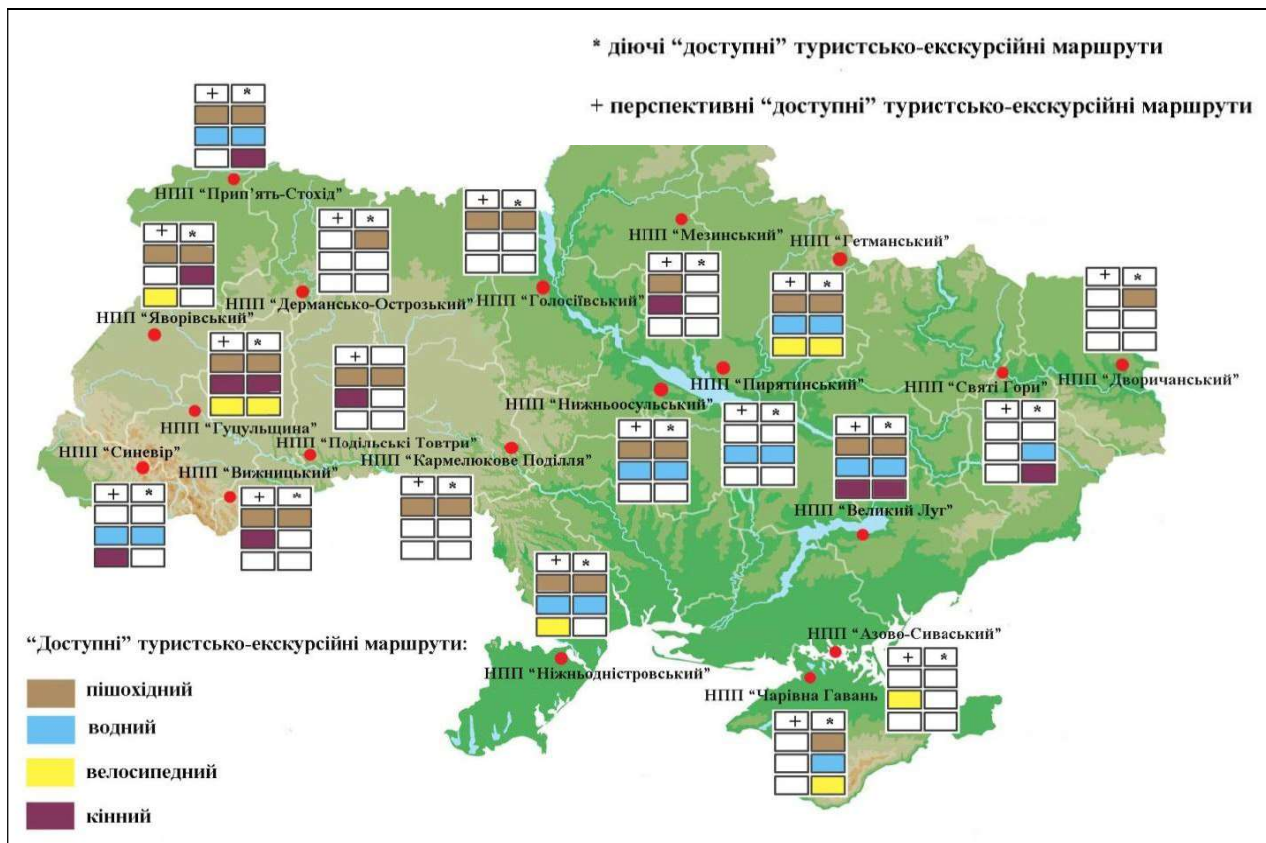


Рис. 5. Перспективні та діючі туристсько-екскурсійні маршрути для маломобільної групи населення на територіях НПП України [4]

### Висновки:

- обґрунтовано та систематизовано науково-методологічні підходи до суспільно-географічного дослідження адаптивного туризму;
- розроблені принципові наочно-уявні розгалужені моделі «Науково-методологічні підходи до суспільно-географічного дослідження адаптивного туризму» та «Структура «методологічного поля» та стратегічні пріоритети розвитку адаптивного туризму»;
- побудовано ряд картографічних та структурно-логічних моделей, які виступають як проміжним результатом дослідження адаптивного туризму, так і важелем подальшої діагностики цього суспільного процесу;

**Список використаних джерел:**

1. Бейдик О.О. Адаптивний туризм: класифікація та науково-методологічні підходи до суспільно-географічного дослідження / О.О. Бейдик, А.Л. Мельничук, О.І. Топалова // Регіональні проблеми України: географічний аналіз та пошук шляхів вирішення : зб. наук. праць. – Херсон : ПП Вишемирский, 2015. – С. 29–39.
2. Бейдик О.О. Діагностика адаптивного туризму / О.О. Бейдик, А.Л. Мельничук, А.В. Орещенко // Часопис картографії : зб. наук. праць. – 2015. – Вип. 12. – С. 90–104.
3. Бейдик О.О. Класифікація та нові типи адаптивного туризму / О.О. Бейдик, О.І. Топалова // Туризм і гостинність в Україні: стан, проблеми, тенденції, перспективи розвитку : матер. II Міжнар. наук.-практ. конф. (16–17 жовтня 2014 р., м. Черкаси). – Черкаси : Брама-Україна, 2014. – С. 8–13.
4. Топалова О.І. Суспільно-географічні передумови та перспективи розвитку адаптивного туризму в Україні : автореф. дис. ... канд. геогр. наук; спец. : 11.00.02 – економічна та соціальна географія / Олеся Іллівна Топалова – К., 2016. – 175 с.

**ВОЛЧЕЦЬКИЙ Р.В.**, аспірант  
Чорноморський державний  
університет імені Петра Могили,  
м. Миколаїв

## **ОСОБЛИВОСТІ ВПЛИВУ ТУРИСТИЧНОЇ СФЕРИ НА СОЦІАЛЬНО- ЕКОНОМІЧНИЙ РОЗВИТОК ДЕРЖАВИ**

Неухильне зростання впливу сфери послуг, а серед них й туристичних - це одна з найбільш значних, постійних і довгострокових тенденцій, що супроводжує формування і розвиток як світової економіки в цілому, так і економік окремих країн і регіонів.

Як галузь світового господарства туризм з 1988 року продовжує займати перше місце з обігу послуг, друге місце – по валютним надходженням. В усіх розвинених країнах світу індустрія туризму це – частина економіки. Її розвиток забезпечує приплив у країну іноземної валюти, вона також сприяє господарському освоєнню менш розвинених районів країни, втягує в господарський оборот невикористані природні ресурси, впливає на розвиток інфраструктури й сприяє зайнятості місцевого населення. З іншими галузями економіки її поєднують чисельні економічні зв'язки у формі поставок товарів, надання послуг тощо.

Тому туризм сприймається більшості країн як важливий сектор розвитку економіки. Без ніякого сумніву, зростаюча туристична індустрія має позитивний вплив на економіку та розвиток суспільства в будь-якій країні. Якісний та цікавий туристичний продукт, що задовольняє очікуванням потенційних туристів, служить не тільки іноземним відвідувачам, але й місцевому населенню. Врешті решт він веде до підвищення якості життя населення.

Крім населення, вигоди від зростаючої туристичної індустрії отримує держава. Туризм створює робочі місця, що веде до зменшення рівня безробіття,

дає можливість отримувати більші доходи, що в свою чергу збільшує податкові надходження – як від бізнесу, так і від окремих громадян.

Третій бенефіціар – це туристична індустрія, тобто компанії, що створюють та реалізують туристичний продукт. На місцевому та національному рівні туризм створює широкий спектр можливостей для розвитку малих та середніх підприємств.

Проте позитивний вплив квітучої туристичної індустрії не обмежується лише туристичним сектором. Завдяки хвильовому ефекту, розвиток основних секторів туризму спричиняє серію економічних реакцій в інших секторах економіки та допомагає у різкому зростанні кількості малих та середніх підприємств. [2]

Виходячи з цього, зростання в туристичному секторі дає позитивний вплив не тільки на сам сектор, а також і на всі пов'язані виробничі та невиробничі галузі, зайнятість та загальну економічну ситуацію в регіоні та країні.

Відвідувачі, що прибувають з-за кордону, споживають експортний туристичний продукт – що складається з використання інфраструктури, послуг, товарів та людських ресурсів.

Це означає, що промоція туризму і, таким чином, збільшення обсягів в'їзного туризму веде до збільшення обсягів експорту туристичного напрямку та поліпшення експортно-імпортного балансу.

Соціальні аспекти туризму. Туристична діяльність:

- прискорює конвергенцію між різними країнами та різними соціальними групами та регіонами в межах одної країни;
- сприяє глобалізації та отриманню вигод від збільшення міжнародних контактів та обмінів;
- будує мости доброї волі, миру та взаєморозуміння;
- представляє собою важливий засіб освіти та виховання;
- стимулює активну участь всієї громади та її культурне самовираження. [1]

Напрями відвідування мають прийняти рішення, які обсяги туристичного бізнесу вони хотіли б залучити, враховуючи те, що туризм є одним з найбільш динамічних секторів економіки. Очікується, що врешті решт він стане найбільшою індустрією XXI століття. Отже як для сектору індустрії – для туризму властиві відповідні цикли, модні тенденції та жорстка конкуренція.

Туристична індустрія, як і інші сектори ділової активності, є суб'єктом динамічних процесів розвитку. Має бути визначена різниця між зовнішніми впливами на туристичну індустрію, які мають враховуватися нею з метою отримання переваг, та внутрішні впливи, що породжуються діяльністю в межах туристичного сектору.

Партнерство державних та приватних установ та співпраця в межах туристичної індустрії є надзвичайно важливою для розвитку туризму, оскільки воно спирається на ресурси багатьох різних компаній для забезпечення потреб споживачів. Таким чином, спільна робота є надзвичайно важливою. Жоден з постачальників послуг не може впоратися із усіма аспектами самотійно – від інформування туристів до планування та розвитку напряму одночасно.

Новостворені каїни та країни, що традиційно були закритими через їх політичну систему або ризики для безпеки, зараз заново виходять на туристичний ринок. Це веде до нової ситуації у конкурентній боротьбі. [4]

Туристичний бізнес займає місце, де, з одного боку він працює з природними ресурсами, з іншого – із споживачами. Посередині існують різні складові вартісного ланцюжка в туризмі. В той час коли споживачі – потенційні туристи, туроператори та турагенти належать до країни/регіону, де генеруються турпотоки, приймаючі агенти, провайдери, об'єкти туристичної інфраструктури, та безумовно – природні ресурси є складовою потенціалу туристичного напряму. Ринок походження туристів та напрям з'єднують транспортні засоби. Наприклад, для різних регіонів України з цієї точки зору – це, в основному, залізниця та автомобільний транспорт.



Внутрішній туризм передбачає, що всі складові вартісного ланцюжка знаходяться в межах одного макро-напряму. В'їзний туризм передбачає, що зазвичай туроператори та турагенти та, у більшості випадків, транспорт з ринку походження туристів до туристичного напрямку діють безпосередньо на цьому генерую чому ринку. Виїзний туризм передбачає, що тур оператори та турагенти та , можливо, транспорт є складовою ринку походження туристів, в той же час, коли складові ціпочки туристичного напрямку знаходяться за кордоном.

Туристичні напрями ринку походження тур потоків конкурують з іншими туристичними напрямками. Щоб досягти сильних конкурентних позицій для окремого напрямку, всі зацікавлені сторони як з державного, так і приватного сектору мають поєднати свої ресурси, координувати діяльність та співпрацювати в маркетинговій програмі цього напрямку.

Туристичні напрями та туристичні пропозиції, що є загально відомими, приваблюючими або представляють унікальну продажну пропозицію генерують достатній попит потенційних відвідувачів. Це забезпечує ефективну співпрацю із туроператорами та турагентами, оскільки вони можуть забезпечити той попит на своїх ринках, що існує завдяки маркетинговій діяльності туристичного напрямку. Якщо туристичний напрям запровадить ефективну стратегію маркетингу для ознайомлення з продуктом, створення відповідного іміджу та попиту на обраних цільових ринках, він отримає готовність місцевих тур операторів та турагентів до співробітництва – таким чином стимулюючи додаткову промоцій ну діяльність на користь напрямку. [3]

Отже, туристична індустрія представлена різними суб'єктами господарювання: підприємствами, установами й організаціями, приватними підприємцями, які виготовляють і реалізують туристичні продукти (товари та послуги туристичного попиту). Вона може визначатися як сукупність організаційних форм бізнесу, які здійснюють функції розміщення, перевезення, харчування, пізнавально-розважального, ділового, оздоровчого, спортивного та іншого туристичного призначення.

**Список використаних джерел:**

1. Давидова О. Г. Моделі державного регулювання розвитку туристичної діяльності: світовий досвід [Електронний ресурс] // Електронне наукове фахове видання «Ефективна економіка». – 2012. – №10. – Режим доступу: <http://www.economy.nayka.com.ua/?op=1&z=1480>.
2. Любіцева О.О. Ринок туристичних послуг (геопросторові аспекти) / О.О. Любіцева. – К.: Альтерпрес, 2002. – 436 с.
3. Сокол Т.Г. Основи туристичної діяльності: Підручник / За заг. ред. В.Ф. Орлова. – К.: Грамота, 2006. – 262 с.
4. Соловйова О. Організаційний механізм державного управління розвитком ринку рекреаційних послуг (Європейський досвід) [Електронний ресурс] / П.Р. Пуцентейло. – Режим доступу: [http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc\\_gum/Dums/2010\\_1/10sovrrp.pdf](http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/Dums/2010_1/10sovrrp.pdf)

**ВОРОШИЛОВА Г.О.**, к.е.н., доцент  
КНУКіМ, м. Київ

## **МІЖНАРОДНИЙ РИНОК ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ: РЕАЛІЇ ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ**

Міжнародний туризм в Україні розвивається у тісному взаємозв'язку з іншими формами міжнародної життєдіяльності і динамічно реагує підйомом або спадом темпів зростання на політичне, економічне становище, кризові явища окремих країн та регіонів світу.

Доведено, що міжнародний туризм є досить стійким до кризових явищ. Це підтверджують дані ЮНВТО [1], і саме в умовах кризового періоду індустрія туризму вимагає менше капіталовкладень у порівнянні з промисловістю та сільським господарством, значно швидше дає віддачу, вирішуючи разом з цим соціальні проблеми, а також сприяє формуванню позитивного іміджу держави на світовому рівні. Отже, інтенсивний розвиток міжнародного туризму в країні – це стратегічний шлях піднесення соціально-економічного розвитку України в цілому, вирішення проблем на ринку праці, інфраструктурного забезпечення, підвищення добробуту населення, зростання ВВП, зменшення інфляції, подолання соціальних та екологічних негараздів.

Міжнародний ринок туристичних послуг, незважаючи на наявність певних стандартів та правил, дуже складний для аналізу та прогнозування. У багатьох країнах, де ринок туристичних послуг є провідною галуззю, міжнародний туризм складає значну частку ВВП: частка туризму в економіці Франції становить 7,1%, Хорватії – 17,0%, Греції – 15,8%, Іспанії – 10,2%, Росії – 6,5% [2]. Частка туризму в економіці України складає лише 1,6% ВВП (9% – усі пов'язані сектори) [3].

За даними Travel and Tourism Competitiveness Report 2013 Всесвітнього економічного форуму (ВЕФ) (даних на 2014 та 2015 роки не було представлено Україною) у 2013 році Україна зайняла 76 місце серед 140 країн за рівнем

конкурентоспроможності туристичного сектору економіки (тоді як у 2011 році країна посідала 85 місце серед 139 країн), за якістю доріг – 135 місце, за кількістю місць у готелях – 94, а за рівнем цінової доступності в них – 110, за відкритістю для туризму – 56, за ефективністю маркетингу та брендингу – 109, за пріоритетністю туризму для держави – 126 місце [4]. Такий стан вимагає нових підходів до формування перш за все державної політики розвитку туризму та системи її забезпечення.

Таким чином, аналіз наведених даних показує необхідність посилення ролі держави у формуванні та розвитку туристичної галузі з метою підвищення ефективності її функціонування.

Законодавча база України [5;6] цілком відображає основні ідеї міжнародного законодавства стосовно переваг у становленні та розвитку туризму в країні. Однак, головною проблемою, на нашу думку, є відсутність єдиної державної цільової програми розвитку туризму з обґрунтуванням не лише переваг туристичної галузі в країні, а й чіткої стратегії з прописаним переліком дієвих заходів на державному, регіональному та місцевому рівнях. Серед інших негативних чинників, що впливають на розвиток міжнародного туризму в Україні слід відзначити:

- недосконалість дієвої нормативно-правової бази, яка б ґрунтувалася на врахуванні накопиченого світового досвіду, але з вдосконаленням відповідно до національної специфіки макросередовища туристичної галузі;
- недостатній рівень транспортного та сервісного обслуговування;
- необхідність удосконалення сучасної системи кадрового забезпечення туристичної сфери, підвищення рівня професіоналізму працівників;
- нестабільність та недосконалість податкової системи, особливо стосовно інвестицій у туристичну галузь;
- відсутність комплексності в управлінні розвитком і функціонуванням туристичної галузі, а також координації взаємодії туристичних організацій з

іншими суб'єктами господарювання (транспортними компаніями, готельними підприємствами тощо);

- відсутність чіткого механізму залучення інвестицій у туристичну галузь та регулювання цього процесу;

- недосконалість маркетингової політики та рекламно-інформаційних, іміджевих заходів, спрямованих на просування національного туристичного продукту на міжнародному ринку тощо.

Аналіз ситуації свідчить про необхідність державного комплексного підходу до вирішення проблем, що накопичилися, у сфері в'їзного і внутрішнього туризму. За умови збереження ситуації, що склалася у сфері туризму України на даний час, найближчими роками може статися зниження туристичних потоків до України, що може призвести до:

- подальшого зносу об'єктів туристської інфраструктури і зниження якості надаваних туристичних послуг, що спричинить падіння конкурентоспроможності українського туристичного продукту;

- зниження податкових надходжень від туристичної діяльності до бюджетів усіх рівнів і зменшення доходів населення;

- зниження рівня зайнятості населення і підвищення соціальної напруженості;

- зростання цін на туристичні послуги і зниження доступності туризму для широких верств населення;

- збільшення виїзного турпотоку і зростання вивезення капіталу з країни;

- зниження доходності і інвестиційної привабливості туристичної галузі;

- скорочення кількості суб'єктів малого і середнього підприємництва у сфері туризму;

- відтоку молодих і перспективних кадрів за кордон, де за рахунок українського трудового ресурсу підвищуватиметься якість туристичного продукту приймаючих країн і конкуруючих напрямів.

Дуже суперечливим є скасування ліцензування турагентської діяльності відповідно до Закону України № 2608-VI від 19.10.2010 “Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо обмеження державного регулювання господарської діяльності”, тому що, по-перше, це суперечить європейським стандартам, і по-друге, це є першим кроком до саморегуляції туристичного ринку в країні. Одним з інструментів державного регулювання в країнах Європи є використання спеціальних інструментів регулювання підприємницької діяльності організаторів (туроператорів) та продавців турів (турагенцій). В Україні до 2010 року таким інструментом було ліцензування туроператорської та турагентської діяльності, що здійснювалось на підставі Закону України від 01.06.2000 року №1775-III “Про ліцензування певних видів господарської діяльності”. Зокрема, згідно з Наказом Державного комітету України з питань регуляторної політики та підприємництва Міністерства культури і туризму України від 11.09.2007 року №111/55 для отримання ліцензії на турагентську діяльність компанія повинна відповідати кваліфікаційним вимогам щодо кадрового складу працівників:

- керівник турагента чи керівник філії, іншого відокремленого підрозділу турагента (юридичної особи) повинен мати стаж роботи в галузі туризму не менше 3 років або освіту в галузі туризму;

- у штаті турагента (юридичної особи) повинно налічуватись не менше 30 відсотків фахівців, які мають стаж роботи в галузі туризму не менше 3 років або освіту в галузі туризму;

- турагент – суб’єкт підприємницької діяльності – фізична особа повинен мати освіту в галузі туризму.

Відповідно до Закону України “Про внесення змін до деяких законодавчих актів України щодо обмеження державного регулювання господарської

діяльності” № 2608-VI від 19.10.2010 ліцензування турагентської діяльності скасовано.

На нашу думку, ліцензування турагентської діяльності в Україні було дієвим механізмом виявлення професіоналів і стримуючим чинником для проникнення на ринок неякісних компаній. Оскільки зараз альтернативної системи входу на ринок не передбачено, продавати турпродукт можуть і не професіонали туристичного бізнесу, що може призвести до хаосу в роздрібних продажах та появи великої кількості фірм-одноденок. Прикладом цього є досвід російського ринку туристичних послуг, на якому туристичні агенції, що не входили до складу роздрібних мереж крупних туроператорів, після відміни ліцензування цього виду господарської діяльності у 2007 році збанкрутіли і зникли з туристичного ринку.

Важливим аспектом у забезпеченні ефективності співпраці туроператорів і турагентів в умовах, що склалися на українському ринку туристичних послуг у зв'язку із скасуванням ліцензування туристичних агенцій, може слугувати схема франчайзингових взаємовідносин, яка є дуже популярною у багатьох світових державах (Німеччина, США, Канада, Росія тощо). Розвиток франчайзингових взаємовідносин у сфері туристичних послуг в Україні сприятиме росту мереж та появі нових учасників ринку туристичних послуг, що позитивно відіб'ється на впровадженні нових технологій, диференціації обслуговування, підвищенні якості обслуговування та вдосконаленні програм маркетингу. Іншим можливим аспектом може бути створення крупними туроператорами власної мережі (агенцій) роздрібного продажу турів.

Разом із скасуванням обов'язкового ліцензування турагентської діяльності проблема професійної підготовки та перепідготовки кадрів для туристичної сфери в країні може стати не актуальною. Однак, у провідних туристичних

країнах підвищення рівня професіоналізму кадрів розглядається як важливіший чинник створення конкурентоспроможного ринку якісних туристичних послуг.

Таким чином, оптимальним механізмом розвитку міжнародного туризму в Україні є політика забезпечення стійкого поступального розвитку шляхом активізації та впровадження ефективних заходів державного регулювання на основі, перш за все, розробки та прийняття єдиної цільової програми розвитку туризму, яка має бути збалансованою щодо чинних туристичних потоків і ресурсних можливостей України.

### **Список використаних джерел:**

1. Всесвітня туристична організація Організації Об'єднаних Націй [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.unwto.org/>
2. OECD Tourism Trends and Policies 2012. – Paris: OECD Publishing, 2012. – 426 p.
3. Державна служба статистики України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua/>
4. Blanke J. The Travel & Tourism Competitiveness Report 2013 / Jennifer Blanke, Thea Chiesa. – Geneva: The World Economic Forum Publications, 2013. – 517 p.
5. Міністерство інфраструктури України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://mtu.gov.ua/>
6. Закон України “Про туризм” (№324/95-ВР) від 15.09.1995 р. (з подальшими змінами) // Відомості Верховної Ради України. – 1995. – № 43. – С. 15-24.
7. Про внесення змін до Закону України “Про туризм” щодо надання туристичних послуг: Закон України від 09.02.2012 № 4385-VI / Верховна Рада України [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/>



ГАБА М.І., к.е.н., ас.  
НУ «Львівська Політехніка»  
м.Львів

## **РОЛЬ ІНТЕЛЕКТУАЛЬНОГО КАПІТАЛУ ДЛЯ ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ**

У сучасних умовах ринкової економіки все більшої ролі для підприємств набувають економічні трансформації, пов'язані з інтенсивним накопиченням і використанням інтелектуального капіталу. Якщо раніше визначальними для розвитку підприємництва були матеріальні та фінансові активи, то сьогодні все більшого значення набуває інтелектуальний капітал, який є актуальним і для працівників туристичної галузі.

Інтелектуальному капіталу властивий більш високий рівень розвитку в порівнянні із уже відомими функціональними формами капіталу, критерієм чого є більш стійкий рівень економічного росту суспільства, ефективності його структур. Інтелектуальний капітал, розвиваючись на основі попередніх форм капіталу, вбирає в себе їхні основні властивості й одночасно має власний зміст. Інтелектуальним капіталом у сучасних умовах можуть володіти люди будь-яких професій, здатні до творчого мислення, тому що їхнім капіталом стає здатність до неординарних вчинків і дій. Але присвятити себе науковій або будь-якій іншій інтелектуальній діяльності вони вирішують тільки тоді, коли вони можуть очікувати від цього вигоди, як грошової, так і морально-психологічної, переважаючої вигоди простих носіїв робочої сили.

Інтелектуальний капітал, - як знання, досвід, інформація, - можна використати для створення багатства. Структурно інтелектуальний капітал являє собою людський та організаційний капітал. Але зміни в сучасних умовах функціонування підприємств визначають потребу зважати ще і на такий капітал, який формується в часі взаємодії підприємств та їхніх зв'язків зі споживачами, з клієнтами та утворює властиву лише їм систему взаємовідносин. Це оновлює

структуру інтелектуального капіталу. Власники підприємств не мають змоги володіти повністю інтелектуальним капіталом свого підприємства. Адже людський капітал потребує постійного оновлення та інвестування у розвиток, а організаційний капітал може бути не спроможний відповідати вимогам ринку якщо це відсутнє у підприємствах. Необхідно брати до уваги і те, що інтелектуальному капіталу також властивими є процеси старіння, зношення. Це визначає необхідність оцінки рівня інтелектуального капіталу підприємств за певними критеріями, а також витрат на підтримку його необхідного рівня.

Людський потенціал – міра втілених у людині природних здібностей, таланту, рівня освіти, кваліфікації та їх здатність приносити дохід [4.,с.216]. Деякі дослідники включають у категорію «людський потенціал» також таке:- стан здоров'я;- якість харчування;- освіту;- професійний досвід;- фізичний стан;- здатність до виживання;- інші характеристики, що забезпечують продуктивність і самозабезпечення людей [4.,с.216]. Слід зазначити, що з розвитком людського потенціалу вкладені у нього кошти на освіту, культуру, рівень кваліфікації (кваліфікацій), охорону здоров'я дають змогу формувати нову якість розвитку людства. Багатство - це матеріальні та нематеріальні цінності в т. ч. всебічний розвиток сутнісних сил людини. Людський потенціал є основою багатства національного – сукупність створених і накопичених у країні працею всього суспільства матеріальних благ, рівня освіти, виробничого досвіду, майстерності, творчого обдарування населення [3.,с.58].

Людський капітал – набуті знання, навички, енергія людей тощо [6.,с.725]. В сучасних умовах розвитку ринку, товарів чи послуг його учасники, головні менеджери підприємств повинні приділяти вищий рівень уваги до розвитку людського потенціалу, який працює в їхніх підприємствах.

Адже нарощувати потенціал підприємства можна лише тоді, коли буде нарощуватись сукупний людський капітал у цих підприємствах, що є більш можливим через індивідуальний розвиток людського потенціалу у цих підприємствах та його об'єднання. Все це результати продуманої довгострокової

стратегії і прагнення компанії бути першою у своїй галузі[2,с.226]. Це зумовлено також тим, що в сучасних умовах розвиток ринку при його високій жорсткій конкуренції і в середині галузі, невизначеності, існує «влада споживачів» і саме споживачі, у значній мірі, є вагомою рушійною силою змін на ринку попиту, пропозиції, послуг чи товарів. Звичайно, зміни на ринку товарів чи послуг зумовлюють і інші фактори впливу, але підприємства не мають вибору: вони або реагують на нові смаки, уподобання, запити споживачів або навіть змушені припиняти свою діяльність.

Отже, для того аби якнайкраще задовольнити нові потреби, нові смаки та уподобання споживачів на ринку головні менеджери підприємств повинні розвивати людський потенціал та інвестувати у людський фактор. Це дозволить підприємствам досягати вищого рівня економічного розвитку, саморозвитку та підприємницької активності, що зумовить вищий рівень накопичення національного багатства країни.

### **Список використаних джерел:**

1. Гацький В.У. Організаційний розвиток підприємства [Текст]: Навч.посіб./ В.У. Галицький, В.В. Лавриненко; - К.:КНЕУ, 2005. – 247с.
2. Мінцберг Г. Стратегический процесс [Текст] / Кунин Дж.Б., Гошал С; - СПб: Питер, 2001. – 688с.
3. Мочерний С.В. Економічна енциклопедія [Текст] / С.В. Мочерний; - У трьох томах. Т.1. – К.: Видавничий центр «Академія», 2000. – 864с.
4. Мочерний С.В. Економічна енциклопедія [Текст] / С.В. Мочерний; - У трьох томах. Т.2. – К.: Видавничий центр «Академія», 2001. – 848с.

ГАРБАР Г.А., д.ф.н., професор  
ВП «МФ КНУКіМ», м. Миколаїв

## ТЕДЕНЦІЇ РОЗВИТКУ АГРАРНОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ

Туризм є одним з небагатьох видів бізнесу, що найбільш динамічно розвиваються. Проблема розвитку сільського туризму в Україні особливої актуальності набула в останні роки. Сучасна ситуація в сільських регіонах країни вимагає пошуку нових, перспективних напрямків розвитку господарської діяльності з метою подолання економічних і екологічних негараздів. Одним із таких напрямів може бути розвиток аграрного туризму.

Проблемам розвитку туризму як виду відпочинку та напряму бізнесової діяльності присвячено праці таких учених, як В. Герасименко, В.Кардаш, О. Любіцева, В. Пархоменко, О. Старовойтенко. Певну наукову інформацію про агротуризм можна знайти в дослідженнях вітчизняних вчених, М. Рутинського, В. Кіфяка, М. Мальської, В. Цибух. Проте багато актуальних і досить складних питань пов'язаних з агротуризмом залишається поза увагою фахівців.

**Метою** данного дослідження є висвітлення основних тенденцій аграрного туризму в Україні, розкриття специфіки поняття «аграрний туризм», визначення його місця в організації туристичної діяльності.

Сільський зелений туризм часто ототожнюють з агро туризмом. Знак рівності між цими поняттями ставити не можна, бо поняття «сільський зелений туризм» за змістом значно ширше порівняно з поняттям «агротуризм». Агротуризм – форма сільського туризму, оскільки він має тісний зв'язок саме із сільським фермерським господарством, де відпочинок пов'язаний з активним залученням його учасників до традиційних форм господарювання на селі (збір винограду, сіна, догляд за худобою тощо). У науково-популярній літературі часто використовується поняття «екологічний туризм». Суть якого зводиться до організації туризму на мало змінених людиною ландшафтах без заподіяння

шкоди навколишньому середовищу. Останнім часом навіть з'явилося нове поняття – екоагротуризм. Воно поєднує використання агроосель з використанням агротуристичних програм.

На думку дослідників М. Рутинського та Ю. Зінько: «Агротуризм – це відпочинковий вид туризму, зосереджений на сільських територіях, який передбачає використання фермерського господарства з метою рекреації, освіти та активного залучення до традиційних форм господарювання» [5]. Н. Кудла визначає агротуризм як «організоване перебування туристів у селянській родині, яка займається сільськогосподарською та іншою діяльністю» [3].

На нашу думку, агротуризм є специфічним видом туризму, який органічно поєднує в собі певні риси, притаманні сутності зеленого, сільського та екологічного туризму, з притаманними лише йому рисами. Головною ознакою є особиста добровільна участь агротуристів (відпочивальників агротуристичних господарств) у здійсненні технологічних процесів з виробництва.

Аграрний туризм розглядається нині як комплексна багатогранна діяльність, яка охоплює проведення вільного часу на природі, фермі чи приватному домогосподарстві, передбачає пішохідні екскурсії, мисливство та рибальство, оглядові поїздки тощо [2, с. 19].

Відпочинок на селі приваблює насамперед, мешканців великих міст України, які мріють пожити в екологічно чистій сільській місцевості, поласувати натуральними продуктами традиційної української кухні, контактувати з домашніми тваринами, відпочити від шаленого міського життя. Приваблює агротуризм і певною екзотикою сільської праці. Городяни хочуть показати своїм дітям, звідки береться хліб, молоко та інші продукти. Не менш важливим є і чисто економічний ефект – економія коштів на відпочинок, оскільки аграрний туризм є одним із найбільш дешевих його видів.

В Україні агротуризм почав розвиватися в 1996 р. у зв'язку зі створенням Союзу сприяння розвитку сільського зеленого туризму. Мета учасників Союзу – зробити відпочинок на селі прибутковою справою, залучити до нього селян, яких

не привертає фермерство, і дати городянам альтернативу відпочинку на заморських курортах.

Агротуризм став популярним видом діяльності не лише серед туристів, але й серед сільських підприємств з огляду на ті переваги, які веде за собою його розвиток.

Аграрний туризм поєднує інтереси трьох зацікавлених сторін:

- міських жителів – у потребі здорового, цікавого, спокійного і дешевого відпочинку;
- селян – у додаткових джерелах доходів, підтримці господарств та поповненні сімейного бюджету;
- сільської громади – у підвищенні добробуту людей, появі нових робочих місць.

Для організації агротуризму створюються спеціальні «туристські села», формуються «сільські тури», з проживанням та харчуванням у сільських родин. В Україні вже є досвід організації агротуристичних підприємств за моделями типу «пансіон», «тур з проживанням в кочовому традиційному житлі», «українське село», «VIP-село», «фермерська садиба», «агрооселя», «агротель». Набули поширення тематичні центри сільського туризму – козацькі хутори, етнографічні парки, сільські зоопарки.

Сільське населення України здатне отримувати реальні доходи у сфері агротуризму від таких видів діяльності, як:

- збут надлишків сільськогосподарської продукції;
- облаштування приміщень для прийому туристів;
- облаштування туристичних маршрутів;
- облаштування й експлуатація стоянок для туристів;
- робота гідом чи екскурсоводом;
- єгерська діяльність (полювання, аматорське та спортивне рибальство);
- послуги приймання туристів;
- кулінарні послуги;

- підготовка культурних програм;
- народні промисли;
- виробництво та реалізація туристам екологічно чистих продуктів харчування;
- реалізація туристам ягід та грибів.

Міжнародний імідж сільського відпочинку також неоднозначний. З одного боку, Україна традиційно сприймається як аграрна країна, одна з європейських житниць із збереженим сільським укладом життя, багатою культурною спадщиною, із незнищеною природою та гостинними господарями. З іншого боку, не приваблює іноземних туристів відсутність знання господарями іноземних мов, відносно низький стандарт житла і його недостатня технічна забезпеченість, а також необлаштованість сіл та досить обмежений вибір дозвілля й можливостей активного відпочинку.

З огляду на ці реалії, необхідно проводити навчання власників агроосель прийомам обслуговування та іноземним мовам. Це найсуттєвіша проблема, яка стоїть нині на перешкоді виходу аграрного туризму України на міжнародний ринок.

Гість, який приїжджає відпочити у сільську оселю, бажає оглядати красиву природу. І тому краєвиди села повинні мати привабливий вигляд. Сільська громада має дотримуватися санітарно-гігієнічних умов проживання, дбати про відсутність сміттєзвалищ, естетичний вигляд будинків, вулиць, садів, громадських закладів. Використовувати вільні території, враховуючи інтереси відпочиваючих.

У створенні цікавої відпочинкової пропозиції власник агрооселі повинен дбати про якість двох ключових аспектів агротуристичного продукту:

- матеріально-технічної якості (наприклад, розміри та умеблювання кімнати, оснащення їх побутовою технікою, оснащення гігієнічного вузла);
- емоційно-абстрактійної якості (рівень сервісного обслуговування відпочиваючих).

Власники агроосель мають усвідомлювати відповідальність, яку беруть на себе, організовуючи відпочинок у своїх оселях.

Підсумовуючи вищевикладене, можна відзначити, що розвиток агротуризму в Україні щороку набуває все більшої популярності і може стати перспективним напрямом подальшого соціальноекономічного розвитку селищ та регіонів в цілому.

### **Список використаних джерел:**

1. Бойко Є.О. Роль зеленого туризму в розвитку сільських територій / Є.О.Бойко, О.С. Бойко/ Економіка. Управління. Інновації. – 2010. – N1 (3). – С. 257-261.
2. Герасименко, В.Г. Аграрний туризм, як вид підприємництва: монографія/ В.Г. Герасименко, С.Г.Нездоймінов. – Одеса: ПАЛЬМІРА, 2011. – 178с.
3. Кудла Н. Основи сільського туризму: Науково-теоретичний аспект/ Н. Кудла. – Дрогобич, 2006 – 62 с.
4. Маєвський Я. Агротуризм: Порадник для сільського господаря/ Я.Маєвський. – Львів, 2005 – 80с.
5. Рутинський М. Й. Сільський туризм: Навч. посібник/ М.Й.Рутинський, Ю.В. Зінько. – К.: Знання, 2006. – 271 с.
6. Туризм і відпочинок в Україні [Електронний ресурс] – Режим доступу: [http //travelblog.kiev.ua](http://travelblog.kiev.ua).



**ГУМЕНЮК В.В.**, докторант  
Київський національний  
торгівельно-економічний університет,  
м. Київ

**ЕКОНОМІЧНЕ ОБҐРУНТУВАННЯ СТРАТЕГІЇ ДЕРЖАВНОГО  
РЕГУЛЮВАННЯ РОЗВИТКУ КУРОРТІВ І ТУРИЗМУ  
МИКОЛАЇВСЬКОЇ ОБЛАСТІ**

Незважаючи на гостру необхідність удосконалення механізму державного регулювання економіки, на даний час у науковому просторі спостерігається відсутність спеціальних досліджень, присвячених оцінюванню ефективності органів державної влади відносно делегованих їм повноважень забезпечувати розвиток курортів і туризму в Україні.

У контексті державного регулювання окремі аспекти використання макроекономічних моделей, і зокрема, оцінювання мультиплікативного ефекту, що забезпечує розвиток курортної рекреації, залишаються практично не розкритими й потребують окремого дослідження.

В економічній енциклопедії подається визначення мультиплікатора, побудоване на основі концепції Дж. Кейнса: «Мультиплікатор – коефіцієнт, який характеризує співвідношення між агрегатною величиною та її структурною частиною, ступінь впливу однієї величини (вхідної) на іншу (вихідну) у керованій системі» [1, с.501].

За Кейнсом, зростання коштів, які використовуються на споживання ( $C$ ), є стійкою функцією національного доходу ( $Y$ ). Тоді як схильність до споживання виражає співвідношення  $\Delta C / \Delta Y$ , функція є спадною ( $>0$ ;  $<1$ ). З ростом доходу обсяги споживання теж зростають, але меншою мірою, ніж дохід. Чим більші обсяги приросту національного доходу спрямовуються на споживання, тим краще проявиться мультиплікативний ефект. Позначивши початковий приріст національного доходу як такий, що відповідає базовому приросту інвестицій,  $k$  – гранична схильність до споживання як частка приросту, призначена для споживання, отримуємо:  $\Delta C / \Delta Y = \Delta C / \Delta k$  [2, с.314-315]

Курортно-рекреаційний туризм спричиняє так званий ефект „снігової лавини”. На тлі активізації інвестицій відбувається зростання ділової активності не лише у сфері, в яку вони спрямовуються (в даному випадку – курортно-рекреаційну), – імпульси економічного пожвавлення поширюються в економічному просторі настільки, що виявляються похідні величини доходу, а також зайнятості в інших сферах. За формулою нескінченно спадної геометричної прогресії отримаємо математичне вираження доходів за видами економічної діяльності, які пов’язані з досліджуваною сферою:

$$A + kA + k^2 A + k^3 A + \dots + kA^k = A \frac{1}{1 - k},$$

Окрім врахування граничної схильності до споживання, мультиплікатор розкриває економічну природу кореляції зміни обсягів інвестицій з динамікою доходів, які формуються за лавинним принципом, створюючи мультиплікативний ефект державного регулювання економіки. Це означає, що здійснення заходів державного регулювання, спрямованих на стимулювання інвестицій відповідно до окреслених пріоритетів інноваційного розвитку і сталого економічного зростання, певною мірою вирішуватимуть проблемні аспекти функціонування супутніх та суміжних видів економічної діяльності.

Залучення фінансових ресурсів в курортно-рекреаційну сферу спричиняє нерівномірний її розвиток в розрізі адміністративно-територіальних утворень України й по-різному відображається на динаміці показників валового регіонального продукту (ВРП) і зайнятості населення. Варто зазначити, що при формуванні результативного показника оцінюється не ізольований вплив одного чи декількох факторів, а їх взаємодія та взаємозалежність в економічному просторі. При цьому сила впливу окремих факторів може виявитися незначною і недостатньою для досягнення позитивних змін. Крім того, у випадку застосування недостатньо ефективних заходів державного регулювання, які незважаючи на те, що спрямовуватимуться на розвиток курортно-рекреаційної сфери (наприклад, будуть закріплені й реалізовані відповідно до державних та

місцевих програм), лише ускладнюватимуть кризовий стан і долучатимуться до її руйнування.

На основі результатів економіко-математичного моделювання розроблено сценарії розвитку курортно-рекреаційного кластеру Миколаївській області з 2018р. по 2027 р. з урахуванням мультиплікативного внеску у формування ВРП.

При побудові сценаріїв розвитку курортної рекреації в Миколаївській області та постановці завдань-критеріїв оцінювання ефективності публічного управління й адміністрування в цій сфері встановлено такі ключові цілі:

Ціль 1. Зростання доходів, підвищення купівельної спроможності населення.

Ціль 2. Створення робочих місць і сприяння зайнятості.

Ціль 3. Підвищення рівня суспільного здоров'я.

Ціль 4. Відновлення ділового оптимізму, сприяння розвитку підприємництва.

Ціль 5. Активізація ринку споживачів курортно-рекреаційних послуг.

Ціль 6. Інвестиції у розвиток конкурентоспроможної пропозиції курортно-рекреаційних послуг.

Ціль 7. Зростання обсягів доходів виробників курортно-рекреаційних послуг.

За інших рівних умов, при поступовому досягненні цілей за визначеними параметрами на кожен рік роботи місцевих органів влади, курортно-рекреаційний кластер Миколаївської області зможе генерувати потужні фінансові ресурси для самодостатнього, сталого розвитку.

Розроблені сценарії можуть бути використані для оцінювання впливу факторів розвитку курортної рекреації і туризму на динаміку обсягів ВРП, застосовуватись при стратегічному плануванні, моніторингових та контрольних заходах на рівні профільних департаментів Миколаївської обласної державної адміністрації.

#### **Список використаних джерел:**

1. Економічна енциклопедія: У трьох томах. Т.2. [Редкол.: С.В. Мочерний – відп. ред. та ін.]. – К.: Видавничий центр „Академія”, 2002. – 848 с.
2. Кейнс Дж.М. Избранные произведения: Пер. с англ. / Предисл., сост.: А.Г.Худокормов / Дж.М. Кейнс. – М: Экономика, 1993. – 543 с.

ДНІСТРЯНСЬКА Н.І., асистент  
Національний університет «Львівська  
політехніка», м. Львів

## **ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНІ ТУРИСТИЧНІ РЕСУРСИ МІСТЕЧОК ЛЬВІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ**

Львівська область має одну з найширших мереж малих міських поселень людністю до десяти тисяч осіб, які в демогеографічній літературі прийнято трактувати як містечка. На сьогодні в регіоні є 56 таких поселень: 34 з них мають статус селищ міського типу, а 22 – статус міста. Кожне містечко – це особливий історично-географічний феномен, який пройшов складні етапи соціального розвитку й трансформації етнонаціональної та релігійної сфери. Інерційна присутність різних історичних культурних традицій є помітною і в культурному ландшафті містечок загалом, і в поширенні історико-культурних пам'яток зокрема.

Оскільки етнічна структура більшості сучасних містечок Львівської області до Другої світової війни формувалася представниками трьох спільнот (українців, поляків та євреїв), то це своєрідно відобразилося в їхній сакральній архітектурі, яка є на сьогодні, разом з об'єктами оборонного значення, основою історико-культурних туристичних ресурсів цих поселень. Зосередження історико-культурних пам'яток на території містечок є доволі значним, оскільки багато з них мають давні міські традиції. Згідно з постановою Кабінету Міністрів України від 26 липня 2001 р. «Про затвердження Списку історичних населених місць України» [1] усі містечка Львівської області, які мають статус міста, і більше половини з тих, які мають статус селищ міського типу (Брюховичі, Великий Любінь, Гніздичів, Івано-Франкове, Краковець, Куликів, Магерів, Меденичі, Немирів, Нижанковичі, Новий Яричів, Олесько, Підкамінь,

Поморяни, Розділ, Стара Сіль, Шкло, Щирець) віднесено до історичних населених місць України.

Розміщення історико-культурних туристичних ресурсів за містечками Львівського регіону є досить диференційованим. Так, серед містечок, які на сьогодні є селищами міського типу, щодо забезпеченості історико-культурними пам'ятками особливо виділяється Олесько, де розміщений відомий далеко за межами України Олеський замок [2, с. 533]. Найбільшою в Олеську є і площа історико-культурного фонду – 15,1 га. Значні перспективи в контексті розвитку туризму мають Підкамінь (монастир домініканців XV–XVIII ст.), Поморяни (ратуша, замок XVI – XVII ст., церква 1690 р., костел 1738 р.), Розділ (монастир XVIII ст., палац Жевуських-Лянцкоронських XVIII–XIX ст., церква XVIII ст.), Стара Сіль (дерев'яна церква 1440 р., дерев'яна церква 1460 р., церква 1810 р., вілла Анна 1911 р., костел 1660 р.), Журавно (Журавнівська ратуша, палац Скшинських (початок XX ст.), дендропарк, синагога (XVIII ст.), католицька каплиця Чарторийських-Скшинських).

Ще більший потенціал історико-культурних пам'яток зосереджують містечка, які на сьогодні мають статус міста. Зокрема, майже в кожному такому поселенні є храми, які відображають різні особливості та етапи розвитку української сакральної архітектури. Наприклад, церкви XVII–XVIII ст., які мають культурну цінність, розміщені в Белзі, Буську, Комарному, Мостиськах, Радехові, Сколе, Турці, Угневі. З цими містечками пов'язані важливі події української історії, починаючи з часів Галицько-Волинського князівства. Так само широким є представництво сакральної архітектури для вірних латинського обряду, а також різних житлових будівель, які відображають загальноєвропейські тенденції розвитку культури. Це стосується, зокрема, костелів і монастирів у містах Белз, Бібрка, Глиняни, Добромиль, Комарно, Перемишляни, Рава-Руська, Судова Вишня, Угнів, Ходорів, пам'яток житлового, громадського й оборонного будівництва у Буську, Добромилі, Мостиськах, Пустомитах, Радехові, Рудках, Судовій Вишні, Хирові. Різні пам'ятки

культурної спадщини та історії єврейського народу найбільше зосереджені у містах Белз, Радехів, Старий Самбір, Турка, Угнів. З урахуванням розміщення цінних пам'яток культури різних національних традицій найбільшими вузловими центрами історико-культурних туристичних ресурсів є Белз (костел і домініканський монастир XVII ст., костел Пресвятої Діви Марії 1911 р., дерев'яна церква св. Параскеви XVII ст., каплиця Снопковських 1606 р, Белзька ратуша XVII ст., католицький та іудейський цвинтарі), Добромиль (замок Гербуртів XVI ст., монастир св. Онуфрія XVIII ст., костел Преображення Господнього XVI ст., ратуша XVIII ст.), Мостиська (костел домініканів 1596 р., костел св. Івана Хрестителя 1550 р., церква Покрови 1636 р., церква св. Юрія 1596 р., церква Вознесення, 1720 р., палац Страхоцького, XIX ст.), Угнів (костел Успіння Пресвятої Богородиці 1695 р., церква Різдва Богородиці з дерев'яною дзвіницею 1857 р., синагога початку XX ст., мурована плебанія XVII ст., млин XIX ст.). Однак багато важливих об'єктів культурної спадщини містечок Львівської області ще не віднесено до історично-культурного фонду, недостатньо облікованими є пам'ятки традиційного народного будівництва.

Резервом залучення туристів у містечка Львівської області міг би стати розвиток художніх промислів. Сьогодні деякі перспективи в цьому аспекті мають лише містечка Підкамінь, де розвинуто виробництво художньої (Гаварецької) кераміки, та Івано-Франкове, відоме вишивками та художньою дерев'яною різьбою. Намагання розвивати бойківські народні промисли і ремесла помітні у селищі Бориня, де функціонує професійний ліцей народних промислів і ремесел, а також у Турці та Сколе.

#### **Список використаних джерел:**

1. Список історичних населених місць України. Постанова Кабінету Міністрів України від 26 липня 2001 року // Електронний ресурс. Режим доступу: <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/878-2001>.

2. Петранівський В. Л., Рутинський М. Й. Туристичне краєзнавство. – К.: Знання, 2006 – 575 с.

**ДУНАЄВСЬКА О. Ф.**, к.б.н., доцент  
Житомирський національний  
агроєкологічний університет,  
м. Житомир

## **МУЗЕЇ УНІВЕРСИТЕТУ ЯК ЕЛЕМЕНТ НАУКОВО-ПІЗНАВАЛЬНОГО ТУРИЗМУ**

На агрономічному факультеті Житомирського національного агроєкологічного університету з 1960 року функціонує музей ґрунтів та мінералів. В експозиції музею представлені всі типи ґрунтів, гірських порід України та основні класи мінералів, що розглядаються у ґрунтотворчих процесах. До унікальних екземплярів колекції відносяться частини скам'янілого дерева, відбиток рослини кам'яного періоду на вугіллі, гіпсова троянда, топази, берили, бурштин, кварци. Музей має велике навчальне значення для підготовки фахівців агрономічного факультету [1].

Під керівництвом доктора ветеринарних наук, професора, завідувача кафедри, заслуженого діяча науки і техніки України Горальського Л. П. з 2008 року на кафедрі анатомії і гістології Житомирського національного агроєкологічного університету було створено анатомо-морфологічний музей. На сьогодні експозиційна площа музею складає понад 40 м<sup>2</sup>, а виставковий фонд нараховує близько 350 експонатів. Серед них вологі препарати, сухі і корозійні препарати, штучні моделі, муляжі, таблиці. Колекція анатомічного музею включає унікальні експонати: корозійний препарат сечостатевої системи свійських тварин, препарат венозної системи тулуба тварин, головного мозку свійської собаки, препарати судин нирок, легень, серця та інші. У кістковій базі музею знаходиться більше 180 черепів свійських тварин: коня, великої рогатої худоби, вівці, свиней, собак, котів тощо. У різні часи існування музею співробітники кафедри анатомії і гістології виготовили скелети свійських тварин, дикого козла, птахів, опудала орла і курки, півня, гуски, мокрі препарати

ока, ротової порожнини свині. Деякі препарати були подаровані колегами інших кафедр ветеринарної і гуманної медицини. У музеї також представлені анатомічні дефекти. Наприклад, третійріг на черепі великої рогатої худоби[2].

Музейні препарати мають наукову і пізнавальну цінність, допомагають при вивченні анатомії студентами факультету ветеринарної медицини. Розміщення їх у спеціальних музейних шафах і вестибюлі кафедри дає студентам можливість вільного доступу до них. Щорічно анатомічний музей приймає велику кількість відвідувачів, у першу чергу школярів і студентів, що сприяє популяризації наукових знань, формуванню природничого й екологічного світогляду. При відвідуванні анатомо-морфологічного музею на кафедрі анатомії і гістології студенти отримують поглиблені знання про еволюцію тваринного світу та вплив несприятливих чинників на організм тварин на органному, тканинному та клітинному рівнях.

Музеї сприяють екологічному вихованню, загальному розвитку особистості та поглибленню набутих знань. Студенти кафедри туризму вдосконалюють навички з екскурсійної та організаторської діяльності, беруть активну участь у культурно-освітній та науково-дослідній роботі.



Музейні експонати кафедри анатомії і гістології





Зразки ґрунтів та мінералів.

**Список використаних джерел:**

1. <http://www.znau.edu.ua/fakulteti/agronomichnij-fakultet/muzej-gruntiv-ta-mineraliv>
2. <http://www.znau.edu.ua/>.

**ІЛЬНИЦЬКА-ГИКАВЧУК Г.Я.**, доцент  
НУ «Львівська політехніка», м. Львів

## **СУЧАСНИЙ СТАН ТА ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ЛІКУВАЛЬНО-ОЗДОРОВЧОГО ТУРИЗМУ ЛЬВІВСЬКОЇ ОБЛАСТІ**

**Вступ.** Україна має значний потенціал для розвитку лікувально-оздоровчого туризму, зокрема наявність морських ресурсів, мінеральних джерел, лікувальних родовищ грязей, лісів тощо. Водночас розвиток лікувально-оздоровчого туризму є перспективним видом туризму України, оскільки, по-перше, спостерігається тенденція до зростання частки людей старшого віку, а по-друге, зростає потреба людей не тільки у відпочинку, задоволенні своїх пізнавальних інтересів, але і в оздоровленні. Проте, зниження реальних доходів населення, завищені ціни на санаторно-курортне лікування, застаріла інфраструктура приводять до зменшення кількості відпочиваючих і недовантаження закладів.

**Аналіз останніх досліджень і публікацій.** Санаторно-курортну діяльність досліджували такі вчені як Н. В. Чорненька, М. П. Мальська, Г. М. Заваріка, О. О. Любіцева, В. І. Стафійчук, О. О. Бейдик, Т. І. Ткаченко та ін. Однак проблеми розвитку і активізації лікувально-оздоровчого туризму потребують подальших досліджень.

**Метою статті** є проаналізувати сучасний стан розвитку лікувально-оздоровчого туризму Львівської області.

**Завданнями дослідження** є: розглянути основні санаторії Львівської області, проаналізувати показники розвитку санаторно-курортних закладів Львівщини, виявити проблеми їх розвитку, а також запропонувати шляхи вирішення проблем розвитку лікувально-оздоровчого туризму.

Єдиного визначення поняття лікувально-оздоровчого туризму немає. Так, Мальська М.П. виділяє лікувальний туризм, який здійснюється з метою

зміцнення здоров'я і передбачає перебування в санаторно-курортних установах [1]. Н.В. Чорненька зазначає, що він є тотожним такому поняттю як «санаторно-курортний туризм», що здійснюється з загальнооздоровчою і лікувальною цілями [2]. Інші науковці розглядають його як складову медичного туризму. Спільним є те, що лікувально-оздоровчий туризм здійснюється на території курорту з метою відпочинку, відновлення сил людини, оздоровлення та реабілітації.

Особливість лікувально-оздоровчого туризму є те, що у ньому важливе місце посідають медичні послуги, які базуються на природних ресурсах певної курортної зони. Тому такий вид туризму виконує лікувально-профілактичну, реабілітаційну, превентивно — валеологічну функції [3]. Ще іншими особливостями лікувально-оздоровчого туризму є тривалість перебування, яка повинна становити не менше трьох тижнів для того, щоб досягти бажаного лікувального ефекту; дорога вартість (оскільки у путівку включають різні медичні послуги, процедури); споживачами переважно є старші люди.

Львівська область має все необхідне для розвитку лікувально-оздоровчого туризму. Це сприятливі кліматичні умови, наявність природних мінеральних вод, лікувальних грязей, лісів.

Розвиток лікувально-оздоровчого туризму у Львівській області має значні перспективи, бо на її території знаходяться такі основні бальнеологічні курорти як Трускавець, Східниця, Моршин, Немирів, Великий Любінь. Розвиток даних курортів базується на мінеральній воді «Нафтуся» - це мінералізована, гідрокарбонатна, магнієво-кальцієва вода. В свою чергу курорти Немирова і Великого Любіня славляться своїми лікувальними сірководневими водами.

За період 2005-2011 роки кількість санаторно-курортних закладів Львівської області зросла з 798 до 864. Таке збільшення спричинене зростанням кількості дитячих таборів. Зокрема кількість санаторіїв та пансіонатів з лікуванням зменшилася з 66 до 55, а кількість дитячих оздоровчих таборів зросла з 684 до 763. Найбільша кількість ліжок є у санаторіях, проте у зв'язку з

зменшенням кількості самих закладів за період 2005-2011 років їх кількість зменшилася з 18,8 тис. до 16,4 тис. Хоча кількість дитячих оздоровчих таборів зросла, але кількість місць у них скоротилася за досліджуваний період з 4,1 тис. місць до 3,1 [4]. Крім того, станом на 2011 рік налічувалося 8 санаторіїв-профілакторіїв, 6 будинків і пансіонатів відпочинку, 32 бази.

На даний час спостерігається падіння попиту на санаторно-курортні послуги, що приводить до зниження показників заповнюваності ліжкового фонду санаторно-курортних установ та зменшення їх доходів.

Основними причинами такого стану є:

- високі ціни та їх невідповідність якості санаторно-курортних послуг;
- зниження реальних доходів населення та їх неспроможність оплачувати відпочинок у санаторно-курортних закладах;
- зменшення державного фінансування путівок Фондом соціального страхування у зв'язку з тимчасовою втратою працездатності для застрахованих осіб;
- відсутність ефективної державної політики як в сфері соціальної підтримки населення, так і в напрямі підтримки і стимулювання діяльності санаторно-курортних закладів;
- неефективна система управління санаторно-курортними закладами;
- застаріла інфраструктура санаторно-курортних закладів;
- недостатній рівень рекламного забезпечення;
- обмеженість асортименту туристично-рекреаційних послуг і недостатня якість додаткових послуг [3].

Розглянемо основні шляхи вирішення зазначених проблем. Так, необхідне удосконалення кадрового складу, підвищення кваліфікації кадрів закладів санаторно-курортної сфери.

Покращення інфраструктури і приведення її до європейського рівня неможливе без стимулюючої політики держави, зокрема необхідно інвестувати в санаторно-курортні заклади для їх модернізації, створити сприятливий

податковий клімат для того, щоб більше коштів залишалося в розпорядженні підприємств, які можна було б направити на їх розвиток. Створення сприятливого податкового режиму можливе за рахунок зменшення ставок податків, звільнення на певний термін від податків або відстрочення сплати податкових зобов'язань. Створення сприятливого інвестиційного клімату в державі залучить приватних інвесторів. Для доведення рівня сервісу до міжнародного, необхідно інвестувати в спортивну (побудова нових басейнів, тенісних кортів, спортивних майданчиків для можливості займатися різними видами спорту), розважальну (побудова розважальних комплексів, зокрема для дітей, дискотек та інше), лікувально–оздоровчу, конгресну бази курорту.

Необхідно також диверсифікувати туристично-рекреаційних послуги (розробляти туристичні тури, які б поєднували у собі як оздоровчий, так і пізнавальний туризм, розвивати SPA-туризм, релігійний, діловий туризм).

Ефективний розвиток санаторно-курортного бізнесу неможливий без рекламної кампанії, тому слід її проводити для залучення клієнтів. Крім того, необхідно проводити більш помірну цінову політику, щоб розширити число потенційних клієнтів.

**Висновки.** Львівська область має унікальні природні ресурси для розвитку лікувально-оздоровчого туризму. Проте через ряд причин його розвиток не є достатнім. Щоб поживавити даний вид туризму треба об'єднати зусилля державних органів і турбізнесу. Держава повинна підтримувати курортну зону шляхом залучення інвесторів, створення сприятливого інвестиційного клімату, реклами, покращення стану доріг та інше. Турбізнес також повинен диверсифікувати туристично-рекреаційних послуги, розробляти такі види турів, які популяризуватимуть санаторно-курортний відпочинок.

**Список використаних джерел:**

1. Мальська М.П. Міжнародний туризм і сфера послуг: Підручник / Мальська М.П., Антонюк Н.В. — К., 2008. — 661 с.
2. Чорненька Н.В. Організація туристичної індустрії: навчальний посібник. — К.: Атїка, 2006. — 264 с.
3. Баєва О.В. Тенденції розвитку санаторно-курортного бізнесу в Україні/ О.В.Баєва, Н.І.Новальська// Проблеми модернізації України. Науковий часопис. -Випуск 1 .-К.:ДП «Вид.дім «Персонал», 2015.- С. 52-55
4. <http://www.lv.ukrstat.gov.ua>

**КАЧАЛА С.В.**, асистент  
Івано-Франківський національний  
технічний університет нафти і газу

## **РОЗВИТОК ВОДНОГО ТУРИЗМУ В КАРПАТАХ**

Туризм є рушійною силою економічного зростання і займає важливе місце в концепції розвитку регіону [1]. Карпатський регіон пронизаний водними артеріями, тому водні ресурси становлять особливу цінність і являють собою один з основних компонентів рекреаційного потенціалу регіону. Саме тому метою даного дослідження виступає саме популяризація водного туризму на Карпатських річках.

Водний туризм (морський туризм, річковий туризм, озерний туризм) — один з різновидів туризму, в основі якого подолання маршруту водною поверхнею.

Розрізняють декілька підвидів водного туризму: сплав по річках, рафтинг, вітрильний туризм, каякінг, каньйонінг (подолання каньйонів без допомоги плаваючих засобів), віндсерфінг, вейкбординг.

Окремо варто згадати про туристичну привабливість цих місць, особливо останнім часом, з розвитком водного туризму (риболовля, хоч вона і заборонена в багатьох місцях, сплави, рафтинг).

На річках є пороги і бистрини. Це зумовлює розвиток водного туризму: спортивний гірський сплав. Щороку проходять змагання відкриті чемпіонати (Черемош, Прут, Мізунка) з техніки водного туризму. Окремо треба сказати про рафтинг, який набирає все більшої популярності. Саме через це цей регіон так туристично привабливий.

Довжина річки Прут становить 967 км (з них на території України – 272 км); відстань по прямій лінії між його витком і гирлом – тільки близько 437,5 км. При впадінні в Дунай Прут розділяється на два рукави, з яких один вливається у велике озеро Братиш, а інший – безпосередньо в Дунай за 15 км від м. Галац і за 105 км від Чорного моря.

Прут – популярна ріка у середовищі туристів-водників карпатська ріка. В умовах високої води ця річка стає подекуди вельми складною і успішне її

проходження робить честь будь-кому. От тільки шкода, що рівень води у Пруті дуже примхливий і непередбачуваний

Прут - ліва притока Дунаю. Його витoki лежать на схилах найвищої вершини Українських Карпат - гори Говерла.

Між Говерлою і першою за нею вершиною Брецул є великий і дуже високий цирк - це славнозвісний "брецкульський котел", колиска Пруту. З цих майже вертикальних схилів цирку, падають на дно гомінливі ручаї, і, зливаючись там, біжать ще не дуже широченною річкою, в яку, то з лівого боку, то з правого з шумом вливаються потоки. Так народжується Прут - найцікавіша річка для рафтингу в Україні.

Довжина цього "котла"десь близько двох кілометрів. І ось, через 2 км з'являється велике урвище. І Пруту не залишається нічого робити, як зі страшним ревом падати вниз по розмитих водою кам'яних блоках. Так утворився багатокаскадний водоспад Гук, більш як п'ятдесятиметрової висоти.

Мизу́нка (Мізу́нька) — річка в Українських Карпатах, у межах Долинського району Івано-Франківської області. Ліва притока Свічі (басейн Дністра).

Цікава для сплаву в умовах середньої або високої води ділянка ріки від Ворохти до Яремчі довжиною приблизно 30 кілометрів. Тут зустрічаються різноманітні пороги середньої складності, з-поміж яких можна виокремити Триступінчатий в кінці Ворохти, Водоспадний біля села Микуличин, Косий між Микуличиним та Яремчею. Але найскладніше місце річки — Яремчанський каньйон довжиною майже два кілометри, який починається в Яремчі коло турбази «Гуцульщина» на правому березі і закінчується через 200–300 метрів після водоспаду Пробий біля автомобільного моста через ріку [3].

Каньйон змушує майже без зупинки, з короткими перервами, долати доволі складні пороги, зокрема Прикарпатський, притиск Довбуша і, звичайно ж, сам водоспад. Слід зазначити, що за низької води сплав по каньйону важкий через мілини, а за високої — дуже небезпечний. А від проходження водоспаду варто утриматись за будь-якого рівня води.

Яремчанський каньйон за високої води стає місцем, важким для каякера. Високі зливи, косі хаотичні хвилі та бочки, необхідність постійного маневрування вимагають «викластись на усі сто» у боротьбі з рікою. Веслярам



рафтів та катамаранів дещо легше, але і їм треба бути надзвичайно уважними та обережними. Особлива уважність потрібна при підході до водоспаду. В екіпажів суден є буквально 50 метрів для причалювання до берега річки, щоб не потрапити у водоспад.

Рибальство на річці Прут не має великого значення. Рибна фауна ріки, загалом, подібна до Дунайської. Сприятливі кліматичні умови долини Прута і багатство його флори обумовлюють надзвичайно багату фауну птахів. У верхній течії річки Прут і його притоках найчастіше трапляються форель, головень, піскар, бистрянкa, щиповкa, підкаменник, дещо рідше – лосось дунайський, підуст, минь, вусань, укля, дуже рідко – рибець, бички, голец, чоп. У середній течії водяться головень, підуст, піскар, рибець, вусань, укля, щиповкa, чоп, рідше – жерех, щука, бистрянкa, голец, окунь, ще рідше – плотва, язь, густера, короп, лящ, гірчак, сом, минь, йорж. У заплавних водоймах переважають щука, лин, піскар, короп, карась, в'юн, окунь, менше – язь, плотва, голец і найбільш рідкісні – лящ, укля, гірчак, йорж, колючка. Різноманітність риби робить рибалку на Пруті захоплюючою і непередбачуваною [2].

Отже, зважаючи на стрімкий розвиток туризму у Карпатському регіоні, можна зауважити важливість і невід'ємність водних об'єктів у цьому процесі. Адже окрім водозабезпечення гідрологічні ресурси становлять і неабияку рекреаційну цінність, тому варто звернути особливу увагу на розвиток сфери водного туризму та створити всі умови для його безпечного функціонування. Адже будь яка діяльність, в тому числі і туристична чинить навантаження на навколишнє середовище, а запорукою сталого розвитку є раціональне використання ресурсів. Це й повинно стати основою стратегії розвитку регіону.

### **Список використаних джерел:**

1. Гаврилишин І.П. Туризм України: проблеми і перспективи. -К., 1994.
2. Голояд Б. Природні ландшафти Українських Карпат та їхнє використання з рекреаційно-туристською метою. // Краєзнавець Прикарпаття. - 2004. - №4.
3. Зінько Ю., Горішевський П. Історія, сучасний стан та перспективи розвитку сільського туризму у Карпатському регіоні. // Туризм сільський зелений. - 2005. - №III. - С. 5.

**КІЛІНСЬКА К.Й.**

Завідувач кафедри соціальної географії  
та рекреаційного природокористування  
Чернівецький національний  
університет імені Юрія Федьковича  
м. Чернівці

**МЕТОДИЧНІ ПІДХОДИ ДО ВИВЧЕННЯ РЕКРЕАЦІЙНО-  
ТУРИСТИЧНОГО ПРИРОДОКОРИСТУВАННЯ (НА ПРИКЛАДІ  
ТЕРИТОРІЇ КАРПАТО-ПОДІЛЬСЬКОГО РЕГІОНУ УКРАЇНИ)**

Розвиток рекреаційно-туристичного природокористування (РТП) залежить від багатьох чинників, серед яких найважливішими є природні умови (рельєф, кліматичні і гідрографічні особливості, рослинний покрив, пейзажність ландшафтів), культурно-історичні (історичні і архітектурні пам'ятники, музеї, пам'ятні місця та ін), побутові (наявність закладів сфери і туристичної індустрії, культура та рівень обслуговування, зручність транспортних засобів, тощо) умови, популярність серед населення окремих місць відпочинку, тощо. Комплексне поєднання їх формує взаємозалежну та взаємообумовлену структурну модель рекреаційного природокористування. Їх послідовне визначення створює сучасну характеристику РТП і рекреаційну природно-господарську різноманітність (ПГР) території Карпато-Подільського регіону (КПР) України.

Визначення оцінки природних умов для РТП ( $A$ ) проводиться на основі виявлення наступних показників:  $A_1$  – показник культурного освоєння території;  $A_2$  – ступінь своєрідності, екзотичності,  $A_3$  – оцінка туристичних можливостей за родом заняття,  $B$  – оцінка історико-культурних об'єктів,  $B$  – оцінка побутового обслуговування,  $G$  – ступінь популярності. Всі означені чинники ( $A+B+B+G$ ) формують комплексний показник туристичних можливостей території. За переважаючим значенням кожного чинника туристичних можливостей території можна виділити види туризму. Однак кожний показник оцінки наділений

структурними складовими, які вимагають окремих розрахунків, що мають на меті виявити для кожного окремого рекреанта індивідуальний вид РТП. Так наприклад, для рекреанта, що має бажання займатися оздоровчим туризмом, важливим є наявність чинників  $A+A_1+A_2+A_3+B$ . Для туриста, що за основний вид відпочинку обрав пізнавальний туризм –  $A_1+A_2+B$ . Значення кожного чинника зі зміною часу та запиту туриста може змінюватися. Процедура створення кількісної оцінки туристичних ресурсів за визначеними блоками наступна.

1. Визначення *оцінки природних умов (A)* зводиться до виявлення (на основі врахування властивостей компонентної структури навколишнього природного середовища (НПС) для рекреації та туризму) найсприятливіших, сприятливих, відносно сприятливих, мало сприятливих і несприятливих територій. 1) *Найсприятливіші* території (тривалий теплий період,  $t^{\circ}$  повітря  $> 10^{\circ}\text{C}$ ), наявність гідрографічної мережі та різноманітного рослинного покриву, сприятливі форми рельєфу) оцінюються в 5 балів. 2) *Сприятливими* вважаються території, що характеризуються наявністю лісових комплексів, густої річкової мережі, широколистяних і мішаних лісів і оцінюються за вибраною шкалою у 4 бали. 3) *Відносно сприятливі* (наявність одного сприятливого чинника, наприклад, густої гідрографічної мережі, рослинного покриву чи тривалого комфортного періоду) території отримують 3 бали. 4) *Мало сприятливими* територіями (2 бали) вважаються такі, в межах яких можлива організація туристичного відпочинку (до прикладу – короткотривалого). 5) *Несприятливі території* обмежені за низкою комфортних ознак, тому їм присвоюємо 1 бал.

2. *Ступінь культурного освоєння ( $A_1$ )* допомагає визначити рекреаційно-туристичні переваги території. В цьому аспекті виділяємо наступні території: а) індустріальні райони, міські агломерації (1 бал); б) райони густо заселені з інтенсивними процесами природокористування (2 бали); в) райони із пересічною щільністю населення (розорані і густозаселені, що чергуються із збереженими природними ландшафтами) – (3 бали); г) райони рідко заселені, не обжиті (4 бали);

д) території не заселені, природоохоронні території (5 балів).

3. *Ступінь своєрідності* ( $A_2$ ) території є умовно прийнятим показником. Для мешканців півдня України своєрідними ландшафтами є гірські, а для мешканців Закарпатської низовини – навпаки, південні степові комплекси. Тут значну роль відіграє суб'єктивний підхід рекреанта до території, яка, за низкою умов, підходить саме йому для комфортного відпочинку.

Території, що наділені ознаками РТР групуємо за наступними ознаками: а) місця, *не придатні* для оздоровчого відпочинку і спортивно-оздоровчого туризму (1 бал); б) *найпоширеніші* (за площею та видами природокористування є антропогенно перетвореними) ландшафти – (2 бали); в) *незвичайні* (унікальні) для основної частини населення країни ландшафти (3 бали); г) *рідкісні* місця (4 бали); д) *унікальні*, неповторні за своїм географічним положенням і за природними умовами (5 балів).

4. В основі четвертого чинника ( $A_3$ ) закладений *аналіз туристичної діяльності* та можливі заняття туриста під час походу, на турбазі, тощо. До основних видів туристичних занять відносимо: 1) туристичні походи (піші, велосипедні, автомобільні); 2) альпінізм і гірські підняття; 3) огляд природних об'єктів; 4) водні процедури; 5) водний туризм, плавання на плотах; 6) рибальство; 7) мисливство; 8) колекціонування цікавих природних експонатів; 9) фотографія і кінозйомка; 10) використання природних ресурсів (збір грибів, ягід, лікарських трав); 11) спортивне орієнтування, лижний спорт і ін.; 12) спортивні ігри.

Позначивши через  $n_i = 0, 1, 2, 3, \dots, n$  загальну кількість балів для кожного із

чинників  $A, A_1, A_2$  і  $A_3$  відповідно за формулою 
$$\sum_{i=0}^3 n_i = n_i + n_1 + n_2 + n_3$$

знайдемо їх інтегральні показники. Очевидно, що 
$$\sum_{i=0}^3 n_i < 27$$
. Такий висновок притаманний для видів, що є важливими для спортивно-оздоровчого туризму.

5. Бонітування *культурно-оздоровчих пізнавальних чинників* базується на використанні складного балу, що включає типовий перелік об'єктів туризму та рекреації з поділом кожного із них на групи за значимістю. Це основа другої групи

туристичних чинників (Б). Їх об'єкти можна поділити наступним чином: 1) історичні пам'ятники та місця історичних подій; 2) місця життя і діяльності видатних людей; 3) музеї і меморіали; 4) архітектурні пам'ятники; 5) етнографічні райони; 6) театри, концертні зали. Перелічені показники є змістовними об'єктами культурно-історичного туризму, складові адміністративних і районних центрів, окремих міст і містечок КІР, що за показниками природної різноманітності оцінюються низькими балами. Максимальний показник групи (Б) – 6 балів і він присвоюється всім адміністративно-територіальним районам КІР.

6. До третьої групи (В) включаємо один із важливих, у туристично-рекреаційному відношенні, економічний чинник – *транспорт, що належить до складових туристично-рекреаційного сервісу*. Сюди відносимо: 1) загальну протяжність автомобільних шляхів сполучення державного і міжнародного значення (А); 2) загальну протяжність автомобільних шляхів сполучення із твердим покриттям (В); 3) загальну кількість залізничних станцій (С); 4) загальну кількість залізничних вузлів (J). Їх математична інтеграція формує новий показник – *індекс*

*транспортного сервісу (і):* 
$$i = \frac{A}{B} \cdot C \cdot J.$$
 Використання традиційних і планування перспективних місць відпочинку і туризму вимагає визначення „навантаження” туристично-рекреаційного маршруту (чи району). Туристично-рекреаційне навантаження (N) – це відношення інтегрального (S) індекса РТП ( $A+A_1+A_2+A_3+B+B$ ) до (M) – кількості днів перебування на маршруті. Оптимальна кількість днів нами прийнята за 15. Це той час, який допомагає: 1) пройти маршрутом пізнавального характеру; 2) зупинитися (організувати привали) в унікальних районах відпочинку; 3) відпочити і познайомитись з природними умовами території відпочинку.

Очевидно, що маршрути пізнавального характеру будуть більш насиченими за різними видами відпочинку ніж маршрути пізнавально-оздоровчого характеру. При зменшенні терміну перебування на маршруті насиченість зростає, відповідно

зменшується час на відпочинок.

Визначення рекреаційної ПГР проводилося за допомогою на двох етапів. За *перший* слугувало виявлення РТП за адміністративними районами КПР. Наступний (*другий*) етап – це проекція розрахованих показників РТП за адміністративними районами на ландшафтну основу території дослідження. Об'єкти соціально-культурного туристично-рекреаційного спрямування в більшості випадків розміщуються у великих і малих містах та містечках. Тому їх краще виявляти та визначати за територіально-адміністративною схемою території дослідження. Природні рекреаційні об'єкти краще вивчаються та розраховуються за природними районами. Запропонована нами методика визначення ПГР (в тому числі і рекреаційної) базується на принципі проекції показників, що розраховані за територіально-адміністративними районами на ландшафтну основу. Такий підхід підсилює дослідження ПГР території КПР та слугує основою до подальшого проведення наступних операційних кроків сутність яких укладається у визначенні інтегральних коефіцієнтів просторової ПГР ( $R_{pr}$ ) та екологічного стану ( $K_{est}$ ) території КПР [1]. Однак наразі пропонуємо розглянути особливості рекреаційної ПГР КПР. У Західноукраїнському краї зони широколистяних лісів та Подільсько-Придніпровському краї лісостепової зони Подільської височинної області переважає *низька* та *пересічна* ПГР рекреаційних об'єктів. Ландшафтні райони з *пересічними* показниками рекреаційної ПГР знаходяться на півночі, північному сході та сході території. Центральна частина території характеризується *низькою* РТР.

На території Українських Карпат простежується *низька*, *пересічна* та *висока* ПГР рекреаційних об'єктів. Показники *дуже низької* та *дуже високої* рекреаційної ПГР не виявлені.

Підводячи підсумок зазначимо, що питання рекреаційної ПГР є окремим об'єктом дослідження. За характером вивчення воно багатогранне, різноманітне і потребує більш точного функціонально-організаційного озвучення основних *а)* природних та *б)* соціально-культурних туристично-

рекреаційних властивостей території. Загалом представлена методика дослідження рекреаційної ПГР вбачається за перший крок до визначення РТП території КПР.

Враховуючи світовий досвід РТП наразі важливо зберегти існуючу регіональну модель РТР, яка є продуктом природи і вікової творчості етносу, своєрідною „пам’яттю” про матеріальну і духовну культуру соціуму. Вона формує національну рекреаційну природно-господарську систему, що із покоління в покоління зберігає матеріальні та духовні цінності природного ландшафту, характерність та не повторність історичного середовища, сакральність, святість місцевих пам’яток архітектури, культових закладів, релігійних храмів.

У зв’язку із новою уявою про сучасний ландшафт, в який, крім природних і техногенних, включаються історико-культурні утворення, все більшого значення набувають ландшафтно-рекреаційні гуманістичні ресурси. Останні включають естетичну привабливість, різноманіття (різнобарвність) пейзажу, атрактивність, унікальність, мальовничість та інші ландшафтні властивості та ознаки місцевості. Їх вивчення пов’язане з рекреаційним освоєнням території, розвитком перцепційного ландшафтознавства (сприйняття ландшафтів). Загалом через сприйняття ландшафту завершується наукове дослідження НПС.

З поняттям ландшафтно-рекреаційних гуманістичних ресурсів перегукується суб’єктивна категорія гуманістичної цінності (не ціни ландшафту), що включає: археологічну значимість, історичну, етнокультурну, меморіальну, тощо.

#### **Список використаних джерел:**

1. Кілінська К. Еколого-прогнозна оцінка природно-господарської різноманітності Карпато-Подільського регіону України. – Монографія / К. Кілінська // Чернівці. – „Рута” – 2007. С. 216-223, 270-274.

**КОВАЛЕНКО Т.Л.**, к.е.н., гол. бухгалтер,  
**НЕГРАЙ В.А.**, директор  
РЛП «Гранітно-степове Побужжя»  
с. Мигія

## **АНАЛІЗ ФАКТОРІВ ТУРИСТИЧНОЇ ПРИВАБЛИВОСТІ РЛП «ГРАНІТНО-СТЕПОВЕ ПОБУЖЖЯ»**

Туризм стає сферою розвитку соціально-економічного життя нашої країни та регіонів. В умовах глобалізаційних тенденцій та перетворення сфери послуг у найприбутковішу галузь національного господарства роль туризму в економіці України постійно зростає та відповідно кожен регіон долучається до процесу розвитку туристичного бізнесу.

Для Південного регіону туризм є також пріоритетним напрямом розвитку економіки та культури. Серед усіх регіонів України, Південний регіон і саме територія РЛП «Гранітно-степове Побужжя» характеризується винятковою різноманітністю природних умов.

Успішний розвиток інфраструктури туристичного бізнесу та високі темпи росту туристичних поїздок до РЛП «Гранітно-степове Побужжя», обумовлені низкою факторів, які вплинули на формування туристичної привабливості не лише парку але і регіону в цілому.

Питаннями, пов'язаних з дослідженням туристичних послуг та їх впливу на національну й світову економіки, займалися такі вчені як: О.В. Музиченко-Козловська, М.П. Мальська, І. Смаль, О. Виноградова, І.Б. Чичкало-Кондрацька, М.В.Синиця, І.Школа, Л. Гайдукевич, Т. Ткаченко, Н.В. Комар, А.В. Уніят, К.В.Осипенко, В. Квартальнова, А.В. Антонюк. В науковій літературі недостатня кількість праць, пов'язаних із висвітленням факторів туристичної привабливості країни загалом та її регіонів.



Основною метою статті є аналіз факторів, які впливають на успішний розвиток туристичного бізнесу в РЛП «Гранітно-степове Побужжя» привабливого туристичного центру серед туристів не лише в регіоні, а й в цілому в Україні та за її межами.

Термін «привабливість» туристичного центру можна визначити як здатність об'єкта привертати до себе увагу й викликати інтерес зі сторони туристів [1]. Однак, дане явище носить в деякій мірі суб'єктивний характер, оскільки смаки потенційних клієнтів сильно відрізняються: те, що приваблює одних, залишає байдужими інших. Так, якщо певна категорія людей налаштована на спокійний відпочинок, то навряд чи її можна буде залучити пропозицією активного проведення часу з елементами екстриму [2].

Привабливість туристичного центру (району) знаходиться в прямій залежності від його туристичного потенціалу, переваг туристів та вміння місцевих органів влади й приватного бізнесу формувати бажання потенційних клієнтів й впливати на їх сприйняття. Інші фахівці у галузі туризму під привабливістю туристичного центру розуміють – сукупність природних атрактивних характеристик, не враховуючи наявності якісної туристичної інфраструктури або проведення ефективної туристичної політики [3].

Визначними основними факторами туристичної привабливості РЛП «Гранітно-степове Побужжя» є наявність туристичних ресурсів (економічних, культурно-історичних, природних, фінансових, трудових, соціальних та виробничих) та розвинута туристична інфраструктура.

На нашу думку, на привабливість РЛП «Гранітно-степове Побужжя», перш за все, впливають природно-рекреаційні фактори, такі як: сприятлива екологічна обстановка; наявність цікавих природних об'єктів й пам'яток; екологічні характеристики ландшафтів; стан природних ландшафтів; наявність рідкісних видів флори і фауни; наявність можливостей для рибалки тощо.

Не меншу значимість мають культурно-історичні фактори, які також впливають на привабливість парку, а саме: наявність пам'яток історії та

культури; наявність місць відомих історичних подій; проведення відомих культурних заходів.

До організаційно-економічних і виробничих факторів слід віднести: формування сучасної туристичної інфраструктури; наявність достатньої кількості та асортименту турів; наявність організаційних можливостей для розвитку різних видів туризму в країні; зацікавленість господарюючих суб'єктів у розвитку туризму; можливості з розміщення великої кількості туристів; наявність компетентного персоналу в галузі управління туризмом та обслуговування туристів; хороший стан транспортної інфраструктури.

Розглянемо найважливіші внутрішні фактори, які впливають на привабливість РЛП «Гранітно-степове Побужжя» як туристичного центру серед туристів як всередині регіону, так і в країні загалом.

Перший чинник – природно-географічне середовище парку, яке приваблює туристів з усіх регіонів нашої країни. Різноманітність рельєфу – дуже важлива умова розвитку різних видів туризму на території парку. Широко використовуються водні об'єкти в туризмі парку. Один із найпопулярніших водних маршрутів рафтингу проходить по річці Південний Буг.

Не менш важливий фактор, що формує привабливість РЛП «Гранітно-степове Побужжя» серед туристів – розвинута туристична інфраструктура, в тому числі транспортна. На території парку нараховується понад 35 різних підприємств та підприємців, які зайняті або мають безпосереднє відношення до сфери туризму, у тому числі за останні три роки були збудовані 4 нових готельних туристичних комплексів, 5 основних туристичних об'єктів масового та популярного відвідування; більше 40 транспортних компаній туристичного спрямування. Одночасно збільшилось працевлаштування місцевого населення зайнятого в галузі туристичної індустрії.

Багатовікова історія – інший фактор, що приваблює туристів, особливо історичні події епохи козацтва.

Отже, можна зазначити, що наведені зовнішні та внутрішні фактори впливають на туристичну діяльність РЛП «Гранітно-степове Побужжя» та встановлюють головні напрями розвитку туріндустрії. Високі темпи росту туристичних поїздок та розвиток інфраструктури туристичного бізнесу в РЛП «Гранітно-степове Побужжя» призводять до загострення конкуренції на туристичному ринку. Проте РЛП «Гранітно-степове Побужжя» готовий приймати туристів з усіх регіонів України. В контексті усіх внутрішніх та зовнішніх факторів РЛП «Гранітно-степове Побужжя» досяг високих показників в туристичній сфері та сформувався як привабливий регіональний туристичний центр серед туристів.

#### **Список використаних джерел:**

1. Бейдик О.О. Рекреаційно-туристські ресурси України: Методологія та методи аналізу, термінологія, районування: Монографія. - К.: Видавничо-поліграфічний центр "Київський університет", 2001. - 395 с. Т. 17.
2. Биржаков М.Б. Введение в ТУРИЗМ. - СПб., 2002.
3. Данилишин Б.М., Хвесик М.А., Голян В.А. Економіка природокористування: Підручник. - К.: "Кондор", 2009. - 465 с.
4. П.В. Мельник, Г.Г. Старостенко. Напрями удосконалення оподаткування туристично-рекреаційної діяльності.
5. Чичкало-Кондрацька І.Б., Синиця М.В. Конкурентоспроможність країн світу на ринку туристичних послуг /І.Б. Чичкало-Кондрацька, М.В. Синиця// Економіка і регіон. – 2012. – №5(36). – С. 46-50.
6. [www.world-tourism.org](http://www.world-tourism.org) - Всесвітня туристична організація

**КОЛЕВАТОВА А.В.**, к.е.н., ст. викладач,  
МНУ ім. В.О. Сухомлинського,  
м. Миколаїв

## **ФІНАНСОВІ АСПЕКТИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ГАЛУЗІ ТУРИЗМУ**

Туризм є діяльністю, що потребує наявності сприятливих економічних умов розвитку та залучення значних обсягів фінансових ресурсів. Тому питання розгляду фінансової складової функціонування туристичної галузі є важливими у практичному і теоретичному плані.

Важливість розвитку туризму для окремої країни виявляється тому, що він виступає як засіб валютних надходжень, забезпечення зайнятості, збільшення внеску в платіжний баланс і ВВП, диверсифікації економіки, зростання прибутків і підвищення рівня добробуту нації. Динамічний розвиток туризму здійснює мультиплікаційний ефект на інші галузі економіки, в яких активізується інвестиційна діяльність, створюються нові робочі місця, розширюється обіг коштів.

Фінансово-економічні проблеми розвитку туристичної галузі розглядаються в роботах українських вчених-науковців. Досить ґрунтовним є дослідження А. Кулінської щодо особливостей фінансового механізму в туристичній галузі, яка обґрунтовує загальні фінансово-економічні проблеми, що стосуються функціонування галузі туризму [3]. Н. Коленда розглядає механізм фінансового забезпечення з точки зору реалізації стратегічного потенціалу рекреаційної системи регіону [2].

Ряд наукових публікацій стосується фінансування курортно-рекреаційного комплексу як складової сфери туризму, це зокрема роботи О. Дубовікової [1], Онишко С. [3], Фен Я. [4].

Незважаючи на значний внесок наукових досліджень щодо фінансових аспектів розвитку туристичної галузі, ряд проблем потребує подальших досліджень, це зокрема питання щодо оптимального співвідношення обсягів різних джерел фінансування, дослідження та вироблення дієвого механізму

фінансового забезпечення цієї специфічної галузі, оцінки ефективності фінансування туризму та інші.

Необхідним засобом функціонування будь-якої галузі господарства є фінансове забезпечення. Саме тому, ми звертаємо увагу на те, що у загальнотеоретичному і практичному плані фінансове забезпечення є цілісним процесом, що охоплює власне фінансове забезпечення, можливості нагромадження і відтворення фінансових ресурсів, а також його регулятивний потенціал. Ми вважаємо, що фінансове забезпечення полягає у наданні певної суми фінансових ресурсів на розв'язання окремих завдань фінансової політики. При цьому слід розрізняти забезпечувальну (ту, що проявляється у встановленні джерел фінансування, тобто покриття повсякденних потреб і характеризує пасивний вплив фінансового забезпечення) та регулятивну дію, що здійснює вплив через виділення достатніх коштів і через конкретну форму фінансового забезпечення характеризує активний вплив фінансового забезпечення.

Таким чином, можна визнати, що завданням фінансового забезпечення туристичної галузі є створення сприятливого середовища щодо виділення, розподілу та залучення фінансових ресурсів для розвитку туризму.

Фінансове забезпечення туристичної галузі має ряд особливостей і специфічних рис, пов'язаних перш за все з механізмом її функціонування. В основному ця галузь потребує фінансування у суміжні сфери діяльності (готельне та ресторанне господарство, різні види транспорту та його інфраструктуру, заклади розваг, народні промисли та ін.), а із іншого боку, соціальний ефект полягає в тому, що модернізована інфраструктура використовується не лише туристами, але й місцевим населенням.

Провідну роль у створенні сприятливого середовища для розвитку туризму має проводити держава. В наукових роботах виділяються такі державні важелі фінансового характеру щодо розвитку туристичної галузі:

- фінансово-кредитні, спрямовані на створення сприятливого фінансово-кредитного середовища для розвитку підприємницької діяльності у туристичній галузі (мікрокредитування, пільгове кредитування, державне субсидіювання, лізинг, тренінги з фінансово-кредитних питань для працівників галузі туризму);
- податкові передбачають оптимізацію кількості податків для підприємств туристичної галузі, надання податкових пільг під конкретні проекти, які

спрямовані на вирішення регіональних і соціальних проблем, інвестування у туристичну галузь (податкове регулювання, оптимізація кількості і величини податків в туристичній діяльності; створення сприятливих умов для залучення інвестицій; бюджетне фінансування програм розвитку туризму; надання податкових пільг) [2].

Щодо державного фінансування туристичної галузі, то форми і масштаби залежать від місця і ролі туризму в національній економіці. У багатьох країнах основну роль у цьому процесі відіграє держава. Фінансування туристичної галузі може здійснюватися із різних джерел: бюджетів різних рівнів, позабюджетних цільових фондів, власних коштів підприємств та ін. Хоча в Україні останнім часом спостерігається поступове збільшення інвестицій у суміжні із туризмом сфери діяльності, але їх обсяги залишаються недостатніми для ефективної і повноцінної діяльності туризму.

Враховуючи досвід зарубіжних країн, фінансування розвитку туризму має кінцевий позитивний результат, якщо використовуються:

- державні фінансові механізми підтримки туристичної діяльності;
- обґрунтовані способи і методи статистичного обліку туризму для правильного визначення фінансових потоків і фінансової рівноваги у галузі туризму;
- позитивний досвід функціонування транснаціональних компаній на ринку міжнародного туризму і врахування їх особливостей у фінансуванні країн, що приймають;
- розвиток інформаційних технологій у туризмі як новий підхід до його інвестування.

Основними напрямками політики фінансування туризму є як прямі, так і непрямі джерела фінансування. Серед прямих джерел слід виокремити власні ресурси підприємств, місцевий бюджет і позабюджетні джерела фінансування соціального туризму. Непрямими джерелами є залучений капітал, переважно позиковий, за рахунок засобів приватного та іноземного капіталу, а також засоби громадських організацій та ін. В умовах виходу із фінансово-економічної кризи та обмеження можливостей у наданні прямої фінансової підтримки має збільшуватися роль непрямих форм фінансової підтримки (зменшення ставок окремих видів податків і зборів, встановлення пільг і т.д.).

Підсумовуючи викладене, необхідно зазначити, що в цілому проблема фінансового забезпечення туристичної галузі є особливо актуальною, оскільки розвиток туризму стимулює інші галузі економіки і сприяє авторитету держави на міжнародному рівні. Можна стверджувати, що фінансове забезпечення туристичної галузі являє собою систему взаємовідносин, що визначає принципи, джерела і форми фінансування суб'єктів господарювання, діяльність яких спрямована на створення комплексного туристичного продукту та задоволення потреб населення у туристичних послугах. Таким чином, основною метою фінансового забезпечення туристичної галузі є створення сприятливого середовища щодо виокремлення, розподілу та залучення фінансових ресурсів для ефективного і збалансованого розвитку туризму.

### **Список використаної літератури**

1. Дубовікова О. Система фінансування курортно-рекреаційного комплексу // Економіка Криму. - 2009. - № 28. - С.36-39.
2. Коленда Н. Фінансовий механізм забезпечення реалізації стратегічного потенціалу рекреаційної системи регіону // Актуальні проблеми розвитку економіки регіону : науковий збірник / за ред. І.Г. Ткачук. - Івано-Франківськ: ВДВ ЦІТ Прикарпатського національного університету імені Василя Стефаника, 2008. - Вип. IV. - Т.2. - С.274-282.
2. Кулінська А. Особливості фінансового механізму державного управління суб'єктами невиробничої сфери (на прикладі туристичної галузі України) // Ефективність державного управління: Збірник наукових праць. - 2009. - Вип. 18/19. - С.468-476.
3. Онишко С.В. Фінансове забезпечення інноваційного розвитку: Монографія / С.В. Онишко; Ін-т екон. прогнозування НАН України; Нац. акад. держ. податк. служби України. - Ірпінь, 2004. - 434 с.
4. Фен Я.О. Дослідження туристичної галузі в Україні / Я.О. Фен // Формування ринкових відносин в Україні: зб. наук пр. / Мін-во економіки України, Науково-дослід. економ. ін-т. - К., 2006. - Вип. 10 (65). - С.104-109.

**КОРОБЕЙНИКОВА Я.С.**, к.геол.н., доцент,  
Івано-Франківський національний  
технічний університет нафти і газу,  
м. Івано-Франківськ

## **ОСОБЛИВОСТІ ВПЛИВУ ТУРИЗМУ НА КУЛЬТУРУ ТА СОЦІАЛЬНИЙ РОЗВИТОК МІСЦЕВИХ ГРОМАД**

Основна ідея об'єднання територіальних громад – це регіональний розвиток та підвищення його ефективності. Практично всі повноваження буде передано на рівень територіальних громад. Вони відповідатимуть за розвиток та повне утримання місцевої інфраструктури, планування забудови територій громади та їх благоустрій, а також розроблятимуть та втілюватимуть проекти розвитку окремих галузей, які визначатимуть як пріоритетні [1].

На сьогодні імовірність «технологічного буму» в Україні є дуже низькою, тому продуктивність праці і конкурентоспроможність продукції ще довго залишатимуться низькими. Проблемним залишаються залучення крупних інвестицій в промисловий сектор. Тому необхідно врахувати можливість розвитку галузей, які не потребують значних капіталовкладень, проте дали би змогу забезпечити стійкий розвиток територіальних громад. Загальновідомими є переконливі аргументи на користь розвитку туризму в територіальних громадах Карпатського регіону. Але це ще не означає, що стимулюючи економічні процеси в даному напрямі, можна відразу ж досягти необхідних результатів. Для цього необхідні важливі рішення і продумані практичні дії протягом довгого періоду. Тому розвиток рекреації в місцевих громадах Карпатського регіону можна розглядати в контексті структурної перебудови народно-господарського комплексу, а в стратегічній моделі ця галузь повинна стати однією з пріоритетних.



Освоєння туристичного потенціалу є найбільш пріоритетним для розвитку Карпатського регіону. Проте, необхідно чітко уявляти потенційні можливості й негативні соціально-економічні ефекти, які можуть виникати при розвитку туризму, та враховувати їх при плануванні та управлінні туристичною діяльністю. Туризм призводить до пересування людей в різні географічні точки і встановленню соціальних відносин між людьми, які за інших обставин і не зустрілись би. Можуть бути культурні конфлікти в результаті розходжень в культурних, релігійних, етнічних поглядів, цінностей і стилях життя, володіння мовами і рівня достатку. Було досліджено різні рівні відношення місцевого населення до туристів. Перша стадія – ейфорія – коли гостям раді та приймають їх гостинно, друга – апатія - перехід до формалізованих відносин, коли турист розглядається виключно як джерело доходів, третя – роздратованість – місцеве населення починає сумніватись щодо користі туризму в їх місцевості («понаїхало їх тут»), неприязнь – коли всі соціальні і економічні проблеми пояснюються наявністю туристів [2]. Культурні конфлікти можуть в подальшому виникати із-за економічної нерівності (адже турист, звичайно, більше коштів витрачає в поїздці, ніж вдома чи місцевий житель). Так, наприклад, у більшості відпочинкових зон ціни зазвичай є вищими, ніж на інших територіях, що приводить до роздратованості місцевого населення. В деяких країнах туристи в силу невігластва та байдужості недостатньо поважають місцеві звичаї та моральні цінності. Так, в мусульманських країнах, де жінки зобов'язані виконувати ряд правил в одязі, європейці, американці одягаються згідно власних уявлень про одяг, що викликає негативну реакцію у місцевого населення. В соборах Риму пропонують туристам широкі шарфи, які можуть бути використані для покриття голови та спини. Туризм у багатьох асоціюється з випивкою та неналежною поведінкою, і це собі дозволяють люди, які би ніколи не шуміли на вулицях власного міста. Така ситуація також погіршує криміногенну ситуацію. Показники злочинності, як правило, зростають з розвитком туризму. Наявність великої кількості туристів з крупними сумами

грошей, цінними речами, приваблюють злочинців. На таких територіях процвітає торгівля наркотиками та проституція. Тому в багатьох країнах світу, де розвинутий туризм, організована спеціальна туристична поліція [3].

Один із негативних наслідків розвитку туризму - необхідність в великій кількості малокваліфікованих робітників (покоївок, офіціантів, садівників, працівників кухні, тощо). І хоча часто такі працівники можуть отримувати більшу заробітну плату, ніж решта місцевого населення (наприклад, середня зарплата працівників національного парку Таман Негра (Малазія) становить 120 \$, тоді як інше місцеве населення отримує біля 40\$), така ситуація унеможливорює кар'єрний ріст працівників [4]. Як правило, більш престижні та високооплачувані посади не займають представники місцевого населення. Така ж ситуація спостерігається в туристичному комплексі «Буковель» (Івано-Франківська обл.). У багатьох випадках туризм поповнює бюджети багатих верств населення, тобто збагачує багатих і збіднює бідних, посилюючи тим самим соціальну нерівність суспільства. Деякі місцеві жителі заздять очевидному добробуту туристів і заради задоволення своїх зростаючих запитів можуть здійснювати протиправні й аморальні дії, які зовсім не притаманні їх „дотуристській" культурі. Буває, що контакт із туристами породжує в місцевих жителів незадоволеність своїм життєвим рівнем, особливо, якщо вони не бачать для себе суттєвої вигоди від туристичних надходжень.

Психологічний вплив здійснює туризм на населення туристичних дестинацій, що може привести до важкого стресу. Так, внаслідок вандалізму туристів, розкидання сміття, наноситься шкода культурній спадщині території. Конфлікти можуть виникнути в результаті того, що туристична діяльність може перешкодити місцевим жителям займатись традиційним господарством, наприклад, рибальством чи збором грибів, ягід.

Хоча багато країн отримують чималі вигоди від туризму, залежати тільки від одного виду діяльності досить небезпечно. Туризм є нестабільним джерелом доходів, оскільки дуже залежить від економічної, соціальної та політичної

ситуації в країні. Яскравим прикладом можуть бути неймовірно привабливі туристичні об'єкти Ізраїлю, які через постійний військовий стан майже ніхто не відвідує.

Туризм є явищем сезонним, і тільки невелика кількість туристичних центрів у світі можуть хизуватися цілорічним потоком туристів. Як правило, більшу половину року місцеві жителі не зайняті і не отримують доходів. Прикладом може послужити Чорноморське узбережжя Криму, де особливо в зимовий період дуже гостро стоїть проблема зайнятості й доходів населення.

Підприємства, що обслуговують туристів, взаємопов'язані й будь-які зміни у величині витрат туристів призведуть до змін у рівні виробництва, доходів, зайнятості, обмінного курсу. Економічні переваги туризму в деяких країнах, особливо тих, що розвиваються, нерідко завищуються, оскільки включають істотні «відпливи» доходів із країни. Це пов'язано з використанням імпортованих товарів для забезпечення туристів, переважанням іноземних туроператорів і фірм на туристичному ринку, низькою часткою місцевого населення серед зайнятих у сфері туризму. Таким чином, хоча туризм і приносить цінну для країни іноземну валюту, значна частина її знову покидає країну.

В багатьох країнах туризм є єдиним і найважливішим способом зростання чи підтримки економіки. Така обставина зробила їх надзвичайно уразливими, так як все, що негативно впливає на розвиток туризму (наприклад, війни, тероризм, тощо) негативно впливає на економіку країни в цілому. Так, єгипетська, туніська економіки постраждали від терактів у 2014 – 2016 рр., так як різко зменшились туди туристичні потоки. Розвиток туризму може коштувати місцевим органам управління та платникам податків значних коштів, так як бізнесмени, які готові інвестувати в туристичні проекти, вимагають від місцевих органів влади удосконалення інфраструктури (наприклад, будівництво комунікацій, доріг, аеропортів, тощо). Громадські ресурси, які затрачаються на такий розвиток, не можуть бути направлені на інші важливі сфери, освіту чи охорону здоров'я. Сезонний характер туристичної галузі створює проблеми в тих місцях, які

суттєво залежать від туризму. Це нестабільність роботи працівників, і нестабільні їх доходи, нерівномірне завантаження закладів розміщення, інші проблеми, пов'язані з сезонністю.

Туризм як соціо-культурне явище також впливає на місцеве населення та його культуру, причому цей вплив є як позитивний, так і негативний. Позитивний вплив проявляється у вкладі туризму як галузі у місцеву економіку, створенні нових робочих місць (так як галузь туризму є трудомісткою), залученні інвестицій, удосконаленні соціально-побутової, транспортної інфраструктури території, прибутках у іноземній валюті, переоцінці культури і традицій, гордості місцевого населення за свій унікальний край. В той же час, місцеве населення туристичних дестинацій більше турбується тим, щоб зберегти власну унікальність, історичну та культурну спадщину від негативного впливу туризму. Традиційний туризм може стати причиною змін або втрати місцевої індивідуальності і цінностей, що може бути пов'язане такими чинниками як комерціалізація місцевої культури. Туризм може перетворити місцеву культуру в предмет споживання, якщо релігійні традиції, традиційні місцеві обряди і заходи видозмінюються, щоб відповідати очікуванням туристів. Це явище отримало назву «реконструйований етнос» та негативно впливає на розвиток місцевих культур. В процесі задоволення потреб туристів появляється ризик стандартизації всіх туристичних об'єктів, в той час як турист з однієї сторони потребує стандартних послуг, їх оформлення має бути оригінальним, зі збереженням стилю та місцевих традицій. Туристи з задоволенням купляють сувеніри, предмети мистецтва та ремесел. В багатьох туристичних районах ремісники реагують на попит на свою продукцію, вносять зміни в дизайн, що не завжди відповідають автентичному стилю, пристосовуються до потреб та смаків туристів. Це призводить до спрощення та уніфікації предметів мистецтва та ремісничих виробів. Це явище отримало назву «ерозія культури». Наприклад, викликають сумніви ідентичність «українських матрьошок», що пропонують

туристам сувенірні ринки в Українських Карпатах, які, як правило, виготовлені в Китаї.

Таким чином, туризм, даючи багато переваг для розвитку територіальних громад, може одночасно нести ризики соціально-економічного та культурного характеру. В процесі планування та реалізації інвестиційних туристичних проектів органи влади місцевих територіальних громад повинні оцінити перспективи - переваги та ймовірні ризики розвитку туризму.

### **Список використаних джерел:**

1. Закон України «Про добровільне об'єднання територіальних громад (№157-VIII від 05.02.2015 ). [Електронний ресурс] – Режим доступу <http://zakon2.rada.gov.ua/laws/show/157-19>.
2. Коробейникова Я.С. Стратегія збалансованого туризму: Конспект лекцій / Я.С. Коробейникова ; ІФНТУНГ .– Івано–Франківськ: Факел, 2011.
3. Маринин М.М. Туристские формальности и безопасность в туризме / М.М. Маринин; М.: Финансы и статистика, 2003. – 140с.
4. Петрасов И.В. Экономико-географические предпосылки устойчивого развития туризма в странах мира [Електронний ресурс] / И.В.Петрасов //Концепция устойчивого развития применительно к мировому туризму - Режим доступу[http://tourlib.net/books\\_tourism/petrasov1-3.htm](http://tourlib.net/books_tourism/petrasov1-3.htm).

**КОРОБОВ В.К.**, доцент,  
Херсонський державний університет

**ПОКАЗНИКИ РЕФОРМУВАННЯ СФЕРИ ТУРИЗМУ У  
КОНСТРУЮВАННІ КОМПЛЕКСНОГО ІНДИКАТОРУ  
РЕГІОНАЛЬНОГО РОЗВИТКУ У ВИКЛАДАННІ КУРСУ  
РЕГІОНАЛІСТИКИ**

Сучасні уявлення мети викладання навчального курсу «Регіоналістика» передбачають завдання - сформувати компетентність студентів-майбутніх географів з питань соціально-економічних реформ сучасного українського суспільства і методології вимірювання (оцінювання) успішності цих реформ з допомогою розрахунків новітніх комплексних індикаторів регіонального розвитку. Важливим завданням є формування уявлень про особливості регіонального розвитку рідного краю, особливо на прикладі успішних історій.

В умовах дефіциту ресурсів на проведення власних наукових досліджень, яких бракує периферійним університетам, надзвичайно важливе значення набуває участь викладачів і студентів у реалізації дослідницьких проектів місцевих громадських організацій, які деякою мірою компенсують цей недолік і можуть стати непоганою дослідницькою і освітньою школою для студентів.

Викладачі кафедри соціально-економічної географії Херсонського державного університету і студенти, які вивчають курс «Регіоналістика», протягом 2014-2016 р.р. долучилися до реалізації проекту «Сприяння країн Вишеградської четвірки в оцінці економічних реформ регіонів України в умовах інтеграції до ЄС», який здійснювався Поліським фондом міжнародних та регіональних досліджень (м. Чернігів) і Асоціацією регіональних аналітичних центрів за підтримки Міжнародного Вишеградського Фонду (Словаччина) у партнерстві з Центром досліджень словацької асоціації зовнішньої політики (Словаччина), Міжнародним центром демократичних перетворень ICDDT (Угорщина), Фондацією українсько-польської співпраці PAUCI (Польща), Асоціацією аналітичних центрів за відкрите суспільство PASOS (Чехія) та

Чернігівським національним технологічним університетом. Організаційна і змістовна робота, яка забезпечила участь херсонських учасників у даному масштабному всеукраїнському проєкті і розрахунки Індексу по Херсонській області велась херсонською громадською організацією, членом Асоціації регіональних аналітичних центрів України (АРАЦ) – Центром досліджень південноукраїнського прикордоння. Така співпраця університетської кафедри і громадської організації (регіонального аналітичного центру) дала можливість викладачам і студентам взяти участь у дослідженні, набутти навичок дослідницької роботи і отримати унікальну і актуальну місцеву інформацію, яка була використана у викладанні навчального курсу «Регіоналістика».

Теоретико-методологічне обґрунтування побудови Індексу Євроінтеграційного Поступу розробила Тетяна Зосименко, кандидат економічних наук, доцент кафедри теоретичної та прикладної економіки Чернігівського державного технологічного університету [1].

Розробка Індексу Євроінтеграційного Поступу стала цікавим і продуктивним підходом до оцінювання прогресу економічних реформ у регіонах України у контексті процесів європейської інтеграції. Індекс розраховано на основі даних Державної служби статистики України та Херсонського обласного статистичного управління, доводилося робити численні інформаційні запити в місцеві органи влади від громадської організації для того, щоб знайти необхідні дані.

Розрахунок Індексу здійснювався на основі положень Угоди про асоціацію між Україною та ЄС [2] і Порядку денного асоціації (ПДА) [3]. Індекс як відносну величину розраховували на основі блоків показників, які відображають пріоритетні напрями реформ в регіонах, що визначені Угодою про асоціацією між Україною і ЄС. Одним із таких напрямків безумовно є туризм.

В Стратегії розвитку Херсонської області на період до 2020 року на розвиток туристично-рекреаційної сфери робиться великий наголос, зокрема відзначається, що «туризм, відпочинок, лікування та оздоровлення набувають все відчутнішого значення в соціально-економічному розвитку Херсонщини». Велика колективна робота, яка здійснена в Херсонській області з розробки і

прийняття Стратегії розвитку Херсонської області на період до 2020 року, Плану заходів з реалізації у 2016 – 2017 роках Стратегії розвитку Херсонської області на період до 2020 року - це також і результат роботи студентів і викладачів херсонських університетів [4]. В розробці вказаних програмних документів регіонального розвитку, експертному оцінюванні запропонованих проектів регіонального розвитку у складі Робочої групи, створеної розпорядженням голови облдержадміністрації 25.07.2014 року, брали участь викладачі кафедри соціально-економічної географії Херсонського державного університету на чолі із завідувачем кафедри доктором географічних наук Мальчіковою Дарією Сергіївною (в тому числі – автор статті). Ця практична робота, яка велася і ведеться протягом 2014-2016 років, була використана у викладанні навчального курсу «Регіоналістика» студентам і магістрам 5 курсу факультету біології, географії і екології. Студенти не тільки були ознайомлені з відповідними документами, але й активно брали участь в обговоренні їх виконання на семінарських заняттях, використовували при підготовці курсових і дипломних робіт, написанні навчальних есе з проблемних питань регіонального розвитку, частина з яких опубліковані в місцевих Інтернет-виданнях, на сайтах громадських організацій Херсона. Особливо активне обговорення серед студентів і магістрів викликав резонансний напрямок розвитку туризму на Херсонщині. Зокрема, цікаве дослідження (дипломна робота) провела Інна Підберезня з теми «Сучасний стан та перспективи розвитку Таврійського туристичного кластеру».

При обчисленні показників Індексу євроінтеграційного економічного поступу враховувались наступні показники, які свідчать про «просування та розвиток туристичних продуктів і ринків, інфраструктури, людських ресурсів та інституційних структур, нарощення потенціалу в галузі туризму з метою підвищення стандартів якості надання туристичних послуг. До складу показників, що дозволяють кількісно оцінити результативність реформ у сфері туризму, нами віднесено:

– частка суб'єктів туристичної діяльності у загальній кількості суб'єктів господарювання, %;



- кількість туристів, обслугованих суб'єктами туристичної діяльності;
- питома вага експорту послуг, що пов'язані з подорожами у загальному обсязі експорту послуг, %;
- питома вага імпорту послуг, що пов'язані з подорожами у загальному обсязі імпорту послуг, %» [1].



**Рис. 1. Проміжні індекси регіонів України за напрямком «Туризм» у 2014 році. (на основі порівняння Індексу Євроінтеграційного Поступу).**

Найбільші значення проміжних індексів по туризму отримали Харківська область (1 місце,  $eF2.8 = 0,13733$ ), Тернопільська область (2 місце,  $eF2.8 = 0,13324$ ), Львівська область (3 місце,  $eF2.8 = 0,12832$ ). Високі позиції у рейтингу посіли також Івано-Франківська (4 місце,  $eF2.8 = 0,12390$ ) та Чернівецька (5 місце,  $eF2.8 = 0,10993$ ) області. (Див. Рис. 1) Найменші значення показників були у Донецької (21 місце,  $eF2.8 = 0,02972$ ), Луганської (22 місце,  $eF2.8 = 0,02468$ ), Київської (23 місце,  $eF2.8 = 0,01941$ ) та Житомирської областей (24 місце,  $eF2.8 = 0,01145$ ). В рамках блоку реформ «Туризм» у порівняльному рейтингу Херсонщина посідає 17-те місце. У порівнянні із сусідніми регіонами по цьому показнику Херсонщина програє всім сусіднім регіонам, в тому числі і Миколаївській області. Автори Індексу відмічають, що «не дивлячись на те, що Миколаївська область одна з 5-ти областей, в яких є морське узбережжя, вона займає в рейтингу за даним блоком реформ 16-те місце, що пояснюється застарілою туристичною інфраструктурою» [1].

Позиції у рейтингу були зумовлені, передусім, значеннями показників питомої ваги експорту та імпорту послуг, що пов'язані з подорожами.

Матеріали проведеного дослідження і розрахунки Індексу Євроінтеграційного Поступу регіонів України, використані у викладанні таких тем курсу «Регіоналістика», як «Структура господарства регіонів», «Регіональні відміни за структурою і спеціалізацією господарських комплексів», «Регіональні відміни рівнів соціально-економічного розвитку» та ін.[5]. Вони доповнюють методика розрахунку Індексу Людського Розвитку, яка розроблена Інститутом демографії та соціальних досліджень ім. М.В.Птухи НАН України і є ефективним методом формування професійних компетентностей майбутніх географів.

**Список використаних джерел:**

1. Індекс Євроінтеграційного Економічного Поступу в Україні. Звіт. / упоряд. М.Корявець. – Чернігів: Поліський фонд міжнародних та регіональних досліджень, 2015. – 104 с.
2. Угода про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони від 27.06.2014 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/984\\_011](http://zakon3.rada.gov.ua/laws/show/984_011)
3. Порядок денний асоціації між Україною та ЄС для підготовки та сприяння імплементації Угоди про асоціацію від 16.03.2015 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://www.kmu.gov.ua/kmu/control/uk/publish/article?art\\_id=248502634&cat\\_id=248502501](http://www.kmu.gov.ua/kmu/control/uk/publish/article?art_id=248502634&cat_id=248502501)
4. Стратегія розвитку Херсонської області на період до 2020 р. // Херсонщина. Офіційний сайт Херсонської облдержадміністрації [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://khoda.gov.ua/strategiya-rozvitku-2020/> - (Дата звернення 23.10.2016)
5. Топчієв О.Г., Мальчикова Д.С., Яворська В.В. Регіоналістика. Географічні основи регіонального розвитку і регіональної політики. Херсон: ОЛДІ-ПЛЮС, 2015.

**КРИЛОВСЬКА О. А.**

Бібліотекар відділу краєзнавства та  
соціокультурної діяльності  
Миколаївська обласна бібліотека  
для юнацтва, м. Миколаїв

## **МОЛОДІЖНА БІБЛІОТЕКА І КРАЄЗНАВЧИЙ ТУРИЗМ: З ДОСВІДУ РОБОТИ МИКОЛАЇВСЬКОЇ ОБЮ**

Бібліотечне краєзнавство — провідний напрямок діяльності бібліотек і складова частина загального краєзнавства, особливості якого обумовлено специфікою бібліотечної справи, а зміст визначається такими основними складовими: формування краєзнавчого фонду, створення довідкового апарату, популяризація краєзнавчих документів і знань.

Миколаївською обласною бібліотекою для юнацтва розроблено власну краєзнавчу програму під назвою “Про минуле в ім'я майбутнього”, яка включає такі форми роботи:

- ♣ масові заходи — цикл інтерактивних екскурсій вулицями міста “Дитинство і сучасність рідного міста”; цикл подорожей “Стежки юного туриста”; цикл foot-квестів “Історичний Миколаїв”; окремі заходи — творчі зустрічі з письменниками і поетами, митцями і краєзнавцями, спортсменами і лідерами громадських організацій;
- ♣ цикл експозицій старовини “Віхи історії” з приватних та музейних колекцій;
- ♣ щорічні обласні молодіжні конкурси есе, коміксів, плакатів, літературних творів — “Легенди рідного краю”, “Мій герой, мій кумир”, “Герої нашого часу”, “Поетичні лаври” тощо;
- ♣ видавничу продукцію — серію краєзнавчих біобібліографічних нарисів “Творча Миколаївщина”, серію біобібліографічних покажчиків “Миколаївщина: премійована література”;

- ▲ наповнення електронної повнотекстової бази даних “Краєзнавство” статтями з місцевих періодичних видань;
- ▲ наповнення краєзнавчих електронних баз даних “Молодіжний рух Миколаївщини”, “2014 — ... Герої Миколаївщини: пам'ятаймо!” бібліографічною інформацією;
- ▲ збір унікальної фактографічної інформації для електронних баз даних “Легенди рідного краю”, “Храми Миколаївщини”, “Карта творчості”, “Спортивна гордість Миколаївщини”;
- ▲ віртуальні форми на бібліотечному сайті — книжкові виставки, краєзнавчі круїзи унікальними куточками та екскурсії вулицями Миколаєва, цікавинки про маловідомих людей і події; щомісячний календар знаменних дат області; єдиний контент “Миколаївська панорама”.

Більшість складових програми доводять, що в сучасному інформатизованому світі та інформаційному суспільстві місія бібліотеки зосереджена не тільки на збиранні, зберіганні та наданні документів користувачам. Прийшов час для синтезу можливостей і вироблення нових мобільних форм взаємодії бібліотек з молодим поколінням. Приклад такого синтезу і мобільності — досвід нашої бібліотеки в ознайомленні учнів і студентів з історією Миколаєва через екскурсії, різні за місцем і формою проведення.

Цикл екскурсій окремими вулицями міста “Юність і сучасність рідного міста” запроваджено у 2008 році. Екскурсії заочні і проводяться безпосередньо в бібліотеці як масовий захід — бібліотекарі розповідають про вулицю, супроводжуючи розповідь мультимедійною презентацією. Екскурсії присвячені найстарішим вулицям міста — Потьомкінській, Адміральській, Великій Морській, Соборній. Молодь дізнається про старовинні, часів заснування Миколаєва, особняки, про перейменування вулиць у різні часи, відомих і маловідомих мешканців, про події, що розгорталися на них у різні історичні періоди, а також про нові забудови і сучасне життя вулиць, знайомиться з книгами з історії та архітектури Миколаєва відомого краєзнавця Юрія Крючкова,

альбомом миколаївського художника А. Д. Покосенка, який відтворював у своїх картинах старе місто. При створенні слайд-шоу використовується матеріал, зібраний протягом року з книг, періодичних видань, приватних колекцій, у архівах і музеях: карти, схеми, картини художників, старовинні і сучасні листівки.

Зібраний і систематизований бібліотекарями матеріал був настільки цікавим і змістовним, що ми вирішили знайомити з ним не тільки користувачів нашої бібліотеки, а всіх бажаючих. Тому у 2010 році на сайті створено новий розділ — віртуальні круїзи. Текстовий і бібліографічний матеріал доповнено авторськими фотографіями, зробленими членами Молодіжного творчого клубу “Імпульс”, Миколаївської обласної організації Національної спілки фотохудожників України. Унікальний фотоматеріал фіксує всі куточки рідного міста, яке стрімко змінюється щороку, для майбутніх поколінь миколаївців, істориків, археологів, архітекторів. Віртуальні круїзи вулицями доповнюють інші розділи сайту — цікавинки про окремих особистостей або події; матеріали про історичні та архітектурні пам'ятки, підприємства, навчальні заклади, рекреаційні зони з Миколаївської панорами.

На початку 2015 року бібліотека запросила своїх користувачів до подорожі довжиною у рік — стати учасниками краєзнавчої акції “Великий марафон Великою Морською”, де розташована і будівля бібліотеки. Під час бліц-асорті “Чи знаєш ти рідне місто?” хлопці і дівчата шукали у книгах відповіді на запропоновані їм запитання щодо історичних подій та споруд на вулиці Великій Морській; фантазували на тему “Яким буде Миколаїв у майбутньому”; розповідали про свої найулюбленіші куточки міста; читали вірші про Миколаїв; складали краєзнавчі пазли “Невідоме про відоме”.

З 2015 року розпочато і цикл foot-квестів “Історичний Миколаїв” — чудовий спосіб викликати у молоді інтерес до пам'яток рідного міста, розширити знання з історії та, до того ж, побігати і весело провести час. Учасники — студенти миколаївських ВНЗ, технікумів, учні ліцеїв та шкіл, — проходячи

певну вулицю, мають розгадати 12 загадок щодо історичних фактів та архітектурних пам'яток, знайти відповідні локації (об'єкти) на ній, біля яких зробити підтверджувальне командне селфі, отримати на кожній локації від координаторів фрагменти пазлів. Впоравшись із завданнями, повернутися до бібліотеки, правильно скласти пазл і вдало захистити перед журі свій маршрут. Ми вже маємо напрацювання проведення таких квестів вулицями Соборною, Адміральською, Великою Морською. У планах на наступний рік — маршрут Потьомкінською і Спаською, а спільно з Чорноморським національним університетом ім. П. Могили — вулицями 68 Десантників і 1 Воєнної.

Комплекс наших заходів, що популяризують краєзнавчий туризм або туристичне краєзнавство шляхом поєднання теорії і практики, реальності і віртуальності, навчання з життям та грою, сприяє формуванню у молоді стійкого інтересу до пізнання рідного міста.

**ЛОПУШНЯК Л.В.**, асистент  
Чернівецький національний університет  
імені Юрія Федьковича  
м. Чернівці

## **ТУРИСТИЧНІ ІНВЕСТИЦІЇ ТА РОЗВИТОК ТУРИСТИЧНОЇ ГАЛУЗІ – ОСНОВА ЗАЙНЯТОСТІ НАСЕЛЕННЯ (НА ПРИКЛАДІ ЧЕРНІВЕЦЬКОЇ ОБЛАСТІ)**

В останні роки спостерігається значне збільшення інвестицій у розвиток України та її регіонів. Така інвестиційна привабливість забезпечує та гарантує додаткові робочі місця, надходження до бюджету держави, покращення соціального становища в країні.

Починаючи з 2002 р. загальний обсяг капітальних інвестицій в державі почав зростати. У 2003 р. порівняно з 2002 р. обсяг інвестицій зріс на 22,3 % (з 46,6 млрд. грн. до 59,9 млрд. грн.), у 2004 р. (порівняно з 2003 р.) на 32,9 % (до 89,3 млрд. грн.), у 2005 р. – на 19,7 % (до 111,2 млрд. грн.). У той же час, різноманітність господарсько-економічного потенціалу, природних ресурсів і умов життя формує у регіонах різну інвестиційну активність. Із загального обсягу інвестицій в основний капітал за регіонами України найбільша частка у м. Києві (20,9 %) та Дніпропетровській області (8,4 %). Основними причинами, що зумовлюють невисоку інвестиційну привабливість окремих регіонів України, є вузькість внутрішнього ринку; надмірний податковий і адміністративний тиск на бізнес; слабка розвиненість ринкових інститутів – корпоративного сектора, ринку цінних паперів, ринку землі, ринку нерухомості; відсутність чіткої інвестиційної політики з відповідними механізмами реалізації на державному та місцевому рівнях [1].

Щодо Чернівецької області то основними пріоритетними напрямками залучення інвестицій є активізація внутрішнього потенціалу промисловості, розвиток ринку землі м. Чернівців, залучення інвестицій в мале та середнє

підприємництво, розвиток соціальної та туристичної інфраструктури міста та області, розвиток інноваційного інвестування підприємств.

Приріст іноземного капіталу за 2010 р. склав близько 9 млн. дол. США (29,7 % від обсягів на початок року) [3]. Провідне місце за обсягами прямих інвестицій отримали підприємства м. Чернівців (59,8 %). В області найбільші інвестиції отримали підприємства Кіцманського (16,2 %), Вижницького (10,9 %), Новоселицького (8,5 %) і Глибоцького (2,4 %) районів. Така інвестиційна діяльність відбувалась за рахунок різних джерел фінансування і була спрямована на будівництво об'єктів соціальної сфери, реконструкцію, технічне переозброєння та відновлення потужностей діючих підприємств. Отже, з кожним роком зростає зацікавленість зарубіжних інвесторів до України як інвестиційного об'єкту. Однак для більшої активізації інвестиційної діяльності потрібна інвестиційна політика з чіткими механізмами реалізації на державному та регіональному рівнях, необхідна загальна стратегія інвестиційного розвитку регіонів, яка б визначала пріоритети інвестування на основі врахування їх економічного ефекту, але не сьогоденного і одноразового, а перспективного і стабільного.

Відділ інвестицій у Чернівецькій області у своїй діяльності керується Законами України „Про місцеве самоврядування в Україні”, „Про інвестиційну діяльність”, „Про режим іноземного інвестування”, „Про зовнішньоекономічну діяльність”, іншими нормативно-законодавчими актами, які регулюють норми інвестиційної діяльності в Україні. Реалізація заходів, спрямованих на формування інвестиційно-привабливого іміджу м. Чернівців і області та покращення інвестиційного клімату сприяють позитивним тенденціям розвитку інвестиційної діяльності, створенню організаційних та економічних умов для збільшення надходжень інвестицій в економіку м. Чернівців.

Сьогодні інвестиційна діяльність відбувається за рахунок різних джерел фінансування і направлена на будівництво об'єктів соціальної сфери,



реконструкцію, технічне переобладнання та відновлення потужностей діючих підприємств.

Аналіз динаміки основних показників інвестиційної діяльності засвідчує позитивну тенденцію щодо збільшення обсягу інвестицій та покращення привабливості Чернівців і для іноземних інвесторів. Станом на 2008 р. зареєстровано 287 підприємств з іноземними інвестиціями. У цьому ж році зареєстровано 30 новоутворених юридичних осіб. Відділ інвестицій спільно з робочою групою сформував перелік інвестиційно-привабливих земельних ділянок області та обласного центру.

З метою створення конкурентно спроможного середовища у наданні якісних готельних послуг у Чернівцях проведений відкритий інвестиційний конкурс з будівництва у історичній центральній частині міста багатоповерхового готелю з підземним паркінгом. Креативне товариство з обмеженою відповідальністю (ТОВ) „Сім днів” на реалізацію інвестиційного проекту та створення інфраструктури інвестувало у будівництво 100 млн. грн. та перерахувало 200 тис. грн. на розвиток соціально-культурної інфраструктури.

Проведений конкурс із залучення інвестицій в реконструкцію внутрішніх нежилых приміщень з реставрацією фасадів пам’яток архітектури на одній із центральних вулиць міста – вул. Ольги Кобилянської, на якій „зібрані” майже всі архітектурні стилі різних суспільно-політичних епох. Головним завданням інвестора – зберегти будівлі та їх архітектурний стиль, покращити зовнішній вигляд пішохідної вулиці Ольги Кобилянської, зберегти для міста центр дозвілля. Будівлю колишнього кінотеатру „Україна” реставрує місцевий інвестор. ТОВ „Ренесанс” завершило реставрацію фасаду, першого поверху цієї історичної споруди, відкрило кафе „Карінтія”, здійснило благоустрій внутрішнього дворику. Інвестором на ці роботи освоєно 3150 тис. грн.

Наявність бази даних вільних приміщень виробничого призначення підприємств м. Чернівців, які не є комунальною власністю міста та постійне її оновлення уможливила залучити інвестора: компанія „Сумітомо Електрик”,

ознайомившись з вільними площами підприємств міста, відкрила виробництво електронних жгутів до автомобілів „Нісан” на орендованих площах ВАТ „Кварц”.

Активізувалась робота у сфері висвітлення інвестиційного потенціалу міста на семінарах, конференціях, виставках, форумах. Презентація інвестиційної привабливості Чернівців, інвестиційних пропозицій, кращих практик та досвіду міста відбулася у рамках семінарів та конференцій проекту *USAID* „Економічний розвиток міст”, міжнародної конференції „Стале самоуправління багатоквартирних будинків”, Міжнародного інвестиційного форуму Буковини.

На основі вивчення досвіду залучення інвестицій у готельний сектор міст України (Київ, Львів, Одеса) підготовлено аналітичний звіт з рекомендаціями „Інвестиційна привабливість готельного сектору”, який наданий робочій групі з підготовки проекту Програми розвитку готельного господарства у м. Чернівцях.

З метою залучення технічної допомоги до міста налагоджена співпраця з агентством США з міжнародного розвитку *USAID*, з Німецьким Технічним Співробітництвом *GTZ* та Кредитною установою для розбудови *KFW*.

Чернівецька область лишень починає розвивати свій туристичний потенціал, що є потужним: це Буковинське передгір'я та низькогір'я Українських (Буковинських) Карпат, гірські села зі своїми автентичними принадами, тисячолітня Хотинська фортеця, комплекс печер на кордоні з Молдовою, включно зі 100-кілометровою печерою „Попелюшка” (третя за розміром у світі гіпсова печера). Серед науковців Чернівецького національного університету імені Юрія Федьковича побутує гіпотеза про те, що є доступні печери, які проходять під річкою Дністер. Однак коштів на детальні дослідження немає.

Чернівецька область – регіон функціонування зеленого туризму, бізнес-туризму. На її терені будуються невеликі готелі на 40-50 місць, які придатні для клімато-фіто-грязетерапії, проведення різних зустрічей та семінарів. На користь туризму в останні роки з'явився регулярний авіарейс Чернівці-Київ-Чернівці.

У програмі „Туристичні інвестиції у Чернівецькій області” здійснено спробу познайомитися із особливостями інвестування у сферу туризму Чернівецької області; відзначено, що туристична галузь є пріоритетом у розвитку економіки цього регіону завдяки територіальному поєднанню багатих туристично-рекреаційних ресурсів, сприятливого географічного положення; показано, що розвиток туристичної галузі регіону, який має показники економічного розвитку нижчі від пересічного по Україні, може сприяти створенню нових робочих місць і наповненню місцевих та обласних бюджетів.

Проте матеріально-технічна база не відповідає потенційним можливостям регіону і європейським стандартам, уся туристична інфраструктура вимагає оновлення і розвитку завдяки інвестиціям. Встановлено, що сучасний стан інвестиційного процесу в рекреаційно-туристичну сферу характеризується незначними обсягами, повільними темпами зростання, відсутністю середніх та крупних інвесторів. У програмі звернено увагу на особливості вивчення інвестиційної привабливості Чернівецької області у рамках проекту „Підвищення конкурентоспроможності Чернівців на туристичному ринку України через утвердження його ідентичності та впровадження європейських традицій відпочинку”, наведено типовий план складання інвестиційного проекту для туристичного інвестора, представлений опис конкретного інвестиційного проекту, акцентовано увагу на важливості розробки і впровадження в життя програми залучення інвестицій у туризм, яка обов’язково включатиме систему заходів із створення сприятливого інвестиційного клімату, вивчення туристичної та інвестиційної атракційності території, розробки туристичних інвестиційних проектів.

Проведений аналіз ринку туристичних послуг свідчить, що туристична галузь Чернівецької області має перспективний розвиток: сучасний стан засвідчує позитивні процеси зросту інвестиційної привабливості. В області спостерігається поступове збільшення туристів та оновлення туристичної інфраструктури. Зростає інвестиційна привабливість через поступові дії влади для покращення

інвестиційного клімату. Програми прийняті Чернівецькою обласною радою в поєднанні з туристичними ресурсами регіону створили привабливі умови залучення інвестицій. Розвиток туризму у подальшому сприятиме збільшенню надходжень в бюджет всіх рівнів.

### **Список використаних джерел**

1. Балабанов И.Т. Экономика туризма: Учеб. пособие. - / И.Т. Балабанов, А.И. Балабанов // Финансы и статистика, М.: - 2000. - 176 с.
2. Бедзір В. Реалії туристичної мрії / В. Бедзір // Зелені Карпати. - 2002. - 1-2 (15-16).
3. Економічна енциклопедія: У трьох томах. Т. 2 / Редкол.: С.В. Мочерний (відп. ред.) - К.: - Видавничий центр „Академія”, -2001. - 848 с.
4. Кифяк В.Ф. Організація туристичної діяльності в Україні / В.Ф. Кифяк - Чернівці: Книги – ХХІ, 2003. - 300 с.
5. Розміщення продуктивних сил України: Підручник / За ред. проф. Є.П. Качана. – К.: ВД „Юридична книга”, - 2001. - 552 с.

**КУЛАКОВА С.В.**, провідний бібліотекар  
Миколаївської обласної бібліотеки для дітей  
ім.В.О.Лягіна

## **ТУРИСТИЧНА МАНДРІВКА ЛІТЕРАТУРНИМИ СТЕЖКАМИ МИКОЛАЇВЩИНИ**

Історія та сучасне життя Миколаївщини багате традиціями, подіями, фактами, славетними і визначними іменами. Неповторною красою оповитий кожний куточок рідного краю. Миколаївська ОДБ ім. В. О. Лягіна ще з 2005 року працює в рамках цільової комплексної програми «Туристична Миколаївщина запрошує!». Перший етап цільової комплексної програми «Туристична Миколаївщина запрошує!» діяв протягом 2005-2010 рр. Основною метою програми на цьому етапі було створення в бібліотеці центру вичерпної інформації про рідний край та широке ознайомлення з його історією, визначними історичними пам'ятками, мальовничими куточками і заповідними місцями. Нашими партнерами у виконанні програми на цьому етапі були Обласне управління з питань зовнішніх зносин, зовнішньоекономічної діяльності, європейської інтеграції, туризму, курортів Миколаївської облдержадміністрації та Миколаївська філія Національної туристичної організації України.

Цільова комплексна програма включала комплекс заходів, серед яких основними було інформаційно-бібліографічне забезпечення туристично-краєзнавчого напрямку шляхом створення низки бібліографічних посібників та інтернет-ресурсів, а також широкий спектр пізнавальних заходів для дітей. Ефективною формою є інформування читачів за допомогою веб-сайту бібліотеки, де розміщується найактуальніша та найцікавіша інформація. Майже всі краєзнавчі бібліографічні видання представлені на сайті Миколаївської обласної бібліотеки для дітей (ОДБ) ім. В.О. Лягіна у розділі «Моя Миколаївщина» в електронному вигляді (<http://labinlib.org.ua/mykolaiv/index.php>)

Цільова комплексна програма «Туристична Миколаївщина запрошує!» була продовжена на 2011-2015 рр. На другому етапі тематична наповненість програми, окрім туристичної складової, включала і проблематику багато національності Миколаївського регіону. Зокрема, було впроваджено проект «Миколаївщина багатонаціональна», адже на території Миколаївської області проживають представники понад 100 національностей і народностей. До наших партнерів на цьому етапі приєдналися Відділ у справах національностей МОДА і Рада національних товариств Миколаївської області.

Третій етап цільової комплексної програми «Туристична Миколаївщина запрошує!» – 2016-2021 рр. має літературне направлення. Розпорядженням Миколаївської обласної державної адміністрації від 29.01.2016 р. N 26-р 2016 рік на Миколаївщині проголошено Роком ювілеїв літераторів-краян.

З метою національно-патріотичного виховання дітей та молоді, вшанування пам'яті та популяризації творів літераторів-краян, Миколаївська обласна бібліотека для дітей ім. В. О. Лягіна розробила і впровадила віртуальний проект «Письменники Миколаївського краю», спрямований на ознайомлення дітей, підлітків та учнівської молоді міста і області з життям та творчістю письменників нашого краю.

Віртуальний проект «Письменники Миколаївського краю» постійно оновлюється і доповнюється новою інформацією.

До уваги читачів проект пропонує переглянути:

- План ювілейних заходів Миколаївської ОДБ ім. В. О. Лягіна протягом 2016 року;
- «Літературний краєзнавчий календар» (Додаток до наказу управління культури, національностей та релігій облдержадміністрації від 12.02.2016 № 24);
- Буктрейлери Миколаївської ОДБ ім. В. О. Лягіна та Районних бібліотек для дітей;
- «Інтерв'ю з письменниками». Наразі це інтерв'ю з дитячою письменницею Л. Я. Чижовою;

- Прочитати on-line книги миколаївської дитячої письменниці Людмили Яківни Чижової «А вже весна», «А у нас такі новини», «Із глибини народної криниці», «Казка на канікулах» та «Новорічна казка»;

- «Книги з автографом автора». Багато миколаївських письменників є друзями бібліотеки і з задоволенням дарують нам свої книги з автографами. Одну зі своїх книг Еміль Январьов підписав: «Областной детской библиотеке имени В. А. Лягина, где я был активным читателем после войны. 7. 2. 2001»;

- «Бібліографічні новинки»;

- Розділ «Обласна літературна акція – День читання» пропонує інформацію про акцію «Читай – пізнай свій рідний край!», організатором та координатором якої є ОДБ ім. В. О. Лягіна. Представлено порядок проведення акції, програму. А також можна переглянути відеоролики, про те, як проходить акція;

- До кожного Дня читання – підбірка електронних ресурсів, які допоможуть більше дізнатися про життя та творчість миколаївських письменників-ювілярів. Якщо ви не маєте можливості прочитати твори літераторів-краян у друкованому вигляді, до вашої уваги – електронний варіант цих видань.

- Розділ «Заходи бібліотек Миколаївської області» – перехід на сторінку блогу Миколаївської ОДБ ім. В. О. Лягіна «Бібліомаячок», де висвітлюються заходи щодо популяризації творчості літераторів-краян районних бібліотек для дітей області. Тут представлено заходи ОДБ «Мандрівник країни Скіфія. Борису Мозолевському – 80 років» та РДБ «Вірші торкаються серця» (до 85-річчя від дня народження Емілія Январьова).

- «Музична Миколаївщина» пропонує прослухати пісні – на слова та музику миколаївських поетів та композиторів.

- Розділ «Книжкові виставки та перегляди» дає можливість віртуально познайомитися з книжковим фондом обласної бібліотеки для дітей ім. В. О. Лягіна. До уваги читачів:

- виставка-знайомство «Література рідного краю»;
- книжкова виставка «Відкриваємо імена дитячих поетів і письменників рідного краю» (краяни-ювіляри 2016);
- книжкова виставка-персоналія «Поезії чарівні звуки» (до ювілею Еміля Январьова).

Розділ «Імена письменників на карті Миколаївщини» дає уявлення про вшанування пам'яті українських та зарубіжних письменників у місті Миколаєві та Миколаївській області. Це спроба зібрати відомості з книг, статей та періодичних видань, які надійшли до Миколаївської обласної бібліотеки для дітей ім. В.О.Лягіна та ресурсів мережі Інтернет з відповідної теми. Цей ресурс пропонує інформацію не тільки про письменників-ювілярів, але й про письменників, які пов'язані з нашим краєм. Широко висвітлити інформацію про вшанування пам'яті письменників у районах області стало можливим завдяки наданій районними бібліотеками інформації та фотоілюстративного матеріалу.



**ЛЯШЕНКО В.В.**, ст. викладач,  
Миколаївський міжрегіональний  
інститут розвитку людини ВНЗ  
Відкритий міжнародний університет  
розвитку людини «Україна»  
м. Миколаїв

## **МАРКЕТИНГОВІ СТРАТЕГІЧНІ НАПРЯМИ СТАЛОГО РОЗВИТКУ РЕГІОНАЛЬНИХ ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНИХ СИСТЕМ**

Однією із складових національної економіки та одним із основних пріоритетів соціально-економічного розвитку є туристично-рекреаційний комплекс, який має в Україні унікальні потенційні можливості для свого динамічного розвитку.

Саме туристично-рекреаційна галузь в багатьох країнах світу є провідним сектором економіки та розвивається досить швидко, забезпечуючи приріст ВВП, створення нових робочих місць, покращення платіжного балансу, інвестування галузі.

За даними Всесвітньої туристичної організації (ЮНВТО) темпи зростання туристичних потоків в у світі щорічно становлять понад 4%, а частка туризму у світовому ВВП становить 9%.

Однак, в Україні туристичний ринок характеризується набагато нижчими показниками порівняно з розвинутими країнами світу. Частка туристичної галузі у ВВП України становить близько 1,9%, суттєво знизилась обсяги в'їзного та внутрішнього туристичних потоків, туристично-рекреаційний потенціал використовується не повною мірою.

В умовах економічної кризи, нестабільності виникає необхідність формування стратегічних напрямів сталого розвитку туристично-рекреаційного комплексу, в тому числі з використанням та на основі комплексу маркетингових заходів.

Стратегія сталого розвитку «Україна-2020» за вектором гордості передбачає реалізацію програми розвитку туризму.

Вибір стратегії розвитку туристично-рекреаційної системи регіону та реалізації її стратегічного потенціалу, формування відповідної програми та заходів, у тому числі реалізація відповідної маркетингової стратегії. Соціально-економічний, екологічний розвиток регіонів обумовлює, його територіальна структура, суттєві відмінності у функціонуванні сучасних туристично-рекреаційних систем. Ефективний розвиток даних систем, спираючись на власні конкурентні переваги потребує використання маркетингових стратегій різного рівня. Так при виборі базової стратегії слід враховувати те місце яке прагне зайняти туристично-рекреаційна система в структурі регіону [1].

Соціально-економічними аспектами що відображають сучасний стан територіальної туристично-рекреаційної системи України є:

- погіршення результативності функціонування, зниження (особливо протягом останніх двох років) показників охоплення населення різними видами рекреаційно-туристичних послуг;
- зростання структурної незбалансованості ринку рекреаційно-туристичних послуг у регіонах;
- втрата значної частини потенціалу сфери (Крим і Донбас);
- хронічне недовантаження об'єктів інфраструктури та значна зношеність основних засобів підприємств;
- недостатність ресурсів для покращення якості послуг та інвестування;
- зниження рівня доступності для значної частини населення рекреаційно-туристичних послуг у результаті погіршення рівня життя і зменшення доходів;
- зниження частки рекреаційних послуг у структурі платних послуг унаслідок загального зубожіння населення та переміщення витрат на обов'язкові статті;
- різке зменшення споживання туристичних послуг сільським населенням;

– скорочення витрат на рекреаційно-туристичні послуги в загальних витратах і заощадженнях [2].

Миколаївська область володіє потужним рекреаційно-туристичним потенціалом, вигідним географічним розташуванням, багатою історико-культурною спадщиною та має перспективні умови для успішного розвитку туризму і відпочинку [3].

Основними проблемами розвитку туризму Миколаївської області є:

- недостатня кількість якісних туристичних продуктів;
- відсутність курортів місцевого та державного значення;
- відсутність інформаційної платформи розвитку туристичної сфери області;
- відсутність мережі об'єктів індустрії розваг;
- нерозвиненість у більшості районів області готельної інфраструктури та придорожного сервісу;
- необхідність інформаційної підтримки об'єктів історико-культурного та природно-рекреаційного значення;
- недостатня кількість осередків сільського (зеленого) та екологічного видів туризму.

Подолання даних проблем повинні вирішитись реалізацією наступних завдань як створення та підтримка туристичних продуктів; популяризація туристичного потенціалу області; розвиток рекреаційно-туристичних територій області та використання природних лікувальних ресурсів.

Однак, на нашу думку, для сталого розвитку регіональних туристично-рекреаційних систем необхідно реалізувати певний комплекс маркетингу туристично-рекреаційних продуктів:

- створення та популяризація кадастру туристично-рекреаційних й курортних ресурсів області;
- проведення міжнародних та міжрегіональних форумів, виставок, фестивалів з популяризацією туристично-рекреаційного потенціалу регіону;
- цільове маркетингове використання ЗМІ та соціальних мереж;

- здійснення прямого та інтерактивного маркетингу;
- застосування нових каналів просування й продажу туристично-рекреаційних та курортних послуг, включаючи Інтернет (туристичні й курортні сайти, соціальні мережі, мобільні додатки тощо);
- підготовка та поширення інформаційно-довідкових матеріалів;
- створення та просування календарів туристичних подій Миколаївської області.

Подальше дослідження питання використання маркетингових стратегічних напрямів сталого розвитку регіональних туристично-рекреаційних систем заслуговує розгляд моделювання в управлінні регіональною туристично-рекреаційною системою як складною соціально-економічною системою.

### **Список використаних джерел:**

1. Ляшенко В.В. Маркетингові стратегії розвитку туристично-рекреаційного потенціалу на регіональному рівні/В.В. Ляшенко//Освіта як перспективна сфера економіки: Матеріали міжвузівської науково-практичної конференції, Миколаїв, 25 березня 2014 р./ММІРЛ ВНЗ «Університет «Україна». – Миколаїв: ММІРЛ ВНЗ «Університет «Україна», 2014. – С. 211-215.
2. Ляшенко В.В. Соціально-економічні аспекти розвитку туристично-рекреаційних систем на регіональному рівні/В.В. Ляшенко// Стан та перспективи розвитку туризму та готельно-ресторанної справи в Україні. Матеріали II Круглого столу (м. Миколаїв, 10 червня 2016 р.)/ММІРЛ ВНЗ «Університет «Україна». – Миколаїв: ММІРЛ ВНЗ «Університет «Україна», 2016. – С. 32-38.
3. Стратегія розвитку Миколаївської області на період до 2020 року [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://economy-mk.gov.ua/social-economics-development/strategiya>.

**МАРЧИНСЬКА О. О., с.н.с.**

Національного природного парку

«Білобережжя Святослава»

м. Очаків

## **РОЗВИТОК ТУРИЗМУ В РЕКРЕАЦІЙНІЙ ДІЯЛЬНОСТІ НПП «БІЛОБЕРЕЖЖЯ СВЯТОСЛАВА»**

Кінбурнській півострів, ще відомий під назвою Кінбурнська коса, являє собою витягнуту між морем, Ягорлицькою затокою і Дніпро-Бузьким лиманом піщану косу (довжиною до 40 км та шириною від декількох метрів до 10 км). У XV ст. турки збудували на півострові фортецю Килбурун (що в перекладі «кіл» – волос та «бурун» – мис»), звідки і пішла сьогодення географічна назва півострова і коси.

Територія Кінбурнського півострова має цікаве історичне минуле. Тут розміщуються археологічні пам'ятки доби ранньої та пізньої бронзи, історичні пам'ятки, пов'язані з козацьким минулим, обороною Кінбурнської фортеці під командуванням О. Суворова і періоду Кримської війни в 1855 р.

На території коси збереглися природні комплекси пісків нижнього Дніпра з цілою низкою властивих лише їм видів флори і фауни. Тут росте 600 видів вищих судинних рослин. Загалом на території НПП зростає 30 видів рослин раритетів, які в результаті одночасного включення в різні природоохоронні списки.

Фауна налічує близько п'яти тисяч видів тварин. З них 45 видів ссавців, 300 видів птахів, 8 видів плазунів, 7 видів земноводних, 74 види риби, близько чотирьох видів – комахи, 160 видів павукоподібних, 55 видів – ракоподібні, 63 види – молюски. Цікавими як для науковців, так і для відвідувачів коси є такі рідкісні види, як сліпак піщаний, ємуранчик фальцфейна, полоз сарматський, гадюка степова. Серед морських ссавців – дельфіни.

Різноманітність рослинного тваринного світу дозволяє використовувати територію як плацдарм для польових практик студентів вищих навчальних закладів або пізнавального туризму.

«Кінбурнська стрілка» – вузька смуга Кінбурнської коси вздовж прилеглих акваторій Чорного моря та Дніпро-Бузького лиману. Площа – 270 га. Довга і звивисто-витягнута динамічна територія в результаті відкладання твердого матеріалу річкових наносів – з одного боку, розмивання берега – з іншого боку, коса час від часу змінює свою конфігурацію. У природоохоронному відношенні «Кінбурнська стрілка» дуже важлива ланка приморського екокоридору, місце концентрації птахів під час сезонних міграцій. У літку це одне з місць відведеного під коростроковий відпочинок.

Урочище «Бієнкові плавні» – водно-болотне угіддя, площею 760 га. Ключове природне нерестовище коропа (сазана) і карася на нижньому Дніпрі. Добре прогріті та багаті рибою мілководдя приваблюють величезну кількість рідкісних водоплавних птахів, що утворюють скупчення, особливо рожевого пелікана, чапель. Це одне з ключових об'єктів, з обладнаною оглядовою вежею. Місце пізнання навколишнього світу – орнітологічний туризм.

«Орхідне поле» – це ділянка площею 63 га, розташована на унікальних природних комплексах пісків нижнього Дніпра, в районі с. Покровка, де знаходиться найбільше місце виростання диких орхідей в Україні та Європі. Воно являє собою приморську рівнину, густо вкриту сімома видами орхідей (зозулинцями). Відвідування «Орхідного поля» включено у весняний туристичний маршрут з метою екологічної освіти туристів.

Природні лікувальні ресурси Кінбурнського півострова – це м'який клімат, чисте повітря з підвищеним вмістом кисню, насичене фітонцидами степових трав і аерозолями морських солей, морські піщані пляжі. Кінбурнську косу, завдяки виростанню безлічі цілющих рослин, часто називають аптекою під відкритим небом. Маючи невимовно багатий природно-лікувальний ресурс, питанню про розвиток медичного туризму і використання ресурсів з

лікувальною метою приділяється недостатньо уваги. Грязьові та солевидобувні озера, ропа лиманів та озер, пласти глин, підземні мінеральні води – це перелік природних лікувальних ресурсів на території півострова, якими користуються не тільки місцеві жителі, а й активний інтерес проявляють туристи з різних міст і країн.

На жаль, потенційні можливості цього курортного півострова не вивчені та практично не освоєні. На сьогодні ми тільки можемо оперувати первинними польовими результатами досліджень деяких озер, а також відгуками про позитивний вплив на фізичний стан людського організму з динамікою покращення. Грязьові ресурси в межах Кінбурнського півострова обмежуються лише кількома озерами, але мають значний попит. Результати моніторингу, проведеного співробітниками наукового і рекреаційного відділів парку, показують, що 50 % туристів відвідують парк виключно з метою візиту соляних озер і прийняття грязьових ванн. У 2011 р. попередні дослідження, проведені фахівцями Одеського інституту курортології, підтвердили, що грязьові відкладення за складом мулові сульфідні, а якість фізико-хімічних показників відповідають вимогам лікувальних грязей (пелоїдів). Хочеться відзначити, що до складу земель національного природного парку «Білобережжя Святослава» увійшли 375 га земель Березанського лиману (озеро Солонець-Тузли, біля с. Рибаківка). Згідно з літературними джерелами, його грязьові відкладення теж наділені лікувальними властивостями.

У межах Кінбурнського півострова також виявлені підземні мінеральні води. Водонесні мінеральні горизонти каптуються свердловинами до глибини 200 м, водовмісні породи – вапняки, іноді пісок. Населені пункти, а їх на території три (с. Покровка, с. Василівка, с. Покровське), використовують ці свердловини для водозабезпечення. Згідно з результатами досліджень сімох свердловин, що виділяють мінеральні води з широким спектром мінералізації (від малої до високої мінералізації: 0,9–15,3 г/дм<sup>3</sup>), за хімічним складом –

переважно хлоридні натрієво-кальцієві. Якісні властивості води дозволяють використовувати їх з лікувальною метою.

Враховуючи значний попит людства до санаторного оздоровлення, розвідані та вивчені природні ресурси півострова, дозволили проводити профілактику захворювань населення не тільки району, а й області. Наявні в районі оздоровниці (курорт «Очаків», санаторій «Борисфен») цілком могли використовувати їх у своєму спектрі послуг.

Аналізуючи територію Кінбурнського півострова, розглядаючи її природно-лікувальний потенціал, географічне розташування й інші позитивні сторони, доходимо до висновку, що для розвитку медичного туризму, а також для використання території з курортно-рекреаційною метою необхідно провести комплекс досліджень для документального підтвердження медико-біологічних властивостей. Інструкція щодо практичного використання дозволить розширити спектр рекреаційних послуг, експонованих парком, раціонально використовувати ресурси за призначенням, популяризувати парк, і так само залучити інвесторів для перспективного розвитку району та Миколаївської області загалом.

#### **Список використаних джерел:**

1. ЕРМИЛОВ В. С. Курорт Очаків. Краєзнавчі і курортологічні нариси. — Миколаїв : Видавництво І. Гудим, 2010. — 96 с.
2. РУДЕНКО В. П. Географія природно-ресурсного потенціалу України. — У 3-х ч. : підручник. — Чернівці : Чернівецький нац. ун-т, 2010. — 552 с.
3. ЕКОМЕРЕЖА СТЕПОВОЇ ЗОНИ УКРАЇНИ: принципи створення, структура, елементи / Ред. д-р біол. наук проф. Д. В. Дубина, д-р біол. наук проф. Я. І. Мовчан. — Київ : LAT&K, 2013. — 409 с.
4. МАТЕРИАЛЫ ПРЕДВАРИТЕЛЬНЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ // ДУ «УНДИ медицинской реабилитации и курортологии МОЗ Украины». — 2011.



**МАШКОВА О. В.**, к.геогр.н., доцент,  
**ПОДБЕРЕЗНЯ І.В.**, магістр,  
Херсонський державний університет,  
м. Херсон

## **ГЕОПРОСТОРОВИЙ АНАЛІЗ ТУРИСТИЧНИХ РЕСУРСІВ ТАВРІЙСЬКОГО ТУРИСТИЧНОГО КЛАСТЕРУ**

**Постановка проблеми.** Визначення туризму як однієї з галузей пріоритетного розвитку багатьох регіонів України робить необхідним всебічне оцінювання ресурсної бази, можливостей широкого використання територій для туристської діяльності. Ця діяльність належить до видів суспільної практики із яскраво вираженою ресурсною орієнтацією. Завдяки своєму географічному положенню та природно-ресурсному потенціалу Херсонська область визначається активним розвитком туризму та рекреації, у той же час, актуальними залишаються комплексні суспільно-географічні дослідження туристсько-рекреаційних ресурсів регіону та особливості їх розподілу по території області.

На сьогоднішній день проблемам кластеризації в туристичній галузі приділяється недостатньо уваги, тому питання сучасного стану і перспектив розвитку туристичних кластерів взагалі в Україні та зокрема в Таврійському краї є актуальним і потребує подальшого вивчення.

**Мета статті:** вивчення геопросторового аналізу туристичних ресурсів Таврійського туристичного кластеру.

Особливості створення, функціонування і розвитку туристичних кластерів досліджувались у роботах таких науковців, як: А. Ю. Александрова, Л. І. Гонтаржевська, В. А. Зінченко, А. Т. Матвієнко, Г. П. Науменко та ін.

**Виклад основного матеріалу.** Кластер об'єднує виробників кінцевої продукції і сервісні організації, що їх обслуговують, постачальників сировини, матеріалів та напівфабрикатів, фірми, що надають інформаційне і технічне

забезпечення, канали розподілу інвестиційних ресурсів, торгівельні структури та науково-освітні заклади, здатні забезпечити підготовку фахівців, перевірку стандартів і маркетингові дослідження.

Кластер – це добровільне об'єднання вже існуючих суб'єктів ринкової діяльності, не регламентоване ні кількісно, ні якісно. Мета його створення – підвищення конкурентоздатності продукції чи послуг членів кластеру на ринках різних рівнів.

Основний принцип, що створює перевагу кластера, звучить таким чином: співпрацювати на місцевому рівні, щоб конкурувати на глобальному.

Туристичний кластер — це концентрація на певній території підприємств індустрії туризму, які взаємодіють між собою з метою створення туристичного продукту. Групи підприємств спільно використовують туристичні ресурси, інфраструктуру, ринок праці та взаємодоповнюють один одного [2].

Таврійський туристичний кластер являє собою групу географічно локалізованих підприємств, які сформувались на базі туристичних активів регіону і пов'язані з обслуговуванням туристів, наприклад, туристичних операторів, готелів, сфери громадського харчування, виробників сувенірної продукції, транспортних підприємств та інших.

Упродовж 2014-2015 рр. забезпечено сприяння реалізації ряду інноваційних проектів, зокрема проекту створення «Таврійського туристичного кластеру» на базі Таврійського об'єднання територіальних громад, до складу якого входять міста Каховка, Нова Каховка, Берислав, Таврійськ, а також Бериславський та Каховський райони. Проект спрямований на промоцію потужних туристичних можливостей розвитку екологічного, сільського зеленого, водного, історично-пізнавального та інших різновидів туризму центральної Таврії [7].

Класифікація О. О. Бейдика, який об'єднав РТР в три великі групи: природно-географічні, природно-антропогенні та суспільно-історичні.

До природних ресурсів Таврійського туристичного кластеру можна віднести: зона Дніпровських плавнів; зона Олешківських (Нижньодніпровських) пісків.

Серед природно-антропогенних ресурсів Таврійського туристичного кластеру необхідно назвати:

- Дендропарк Каховського лісгоспзагу – місто Каховка;
- «Малокаховський бір» – село Мала Каховка;
- Каховське водосховище;
- Вікові платани – місто Нова Каховка;
- Меморіальні дуби – місто Нова Каховка;
- «Дендропарк Ботанічний» – місто Нова Каховка;
- Джерело Шилової балки – Бериславський район;
- Козацьке джерело – автошлях біля с. Веселе, на землях Козацької сільської ради Бериславського району.

За даною класифікацією розглянемо суспільно-історичні туристичні ресурси Таврійського туристичного кластеру: *Введенська церква*, 1726 р. (м. Берислав); *Кам'янська Запорозька Січ*, 1709-1711 роки, 1730-1734 рр. (село Республіканець); *Кірха Св. Петра і Павла*, 1885 р. (с. Зміївка); *Кладовище воїнів Кримської війни*, 1855 р. (м. Берислав); *Корсунський монастир*, XVIII - XX ст. (с. Корсунка); *Любимівське пізньоскіфське городище*, III ст. до н.е. – III ст. н.е. (село Любимівка) [6].

Гордістю Бериславського району вважається «Виноробне господарство князя П. Н. Трубецького», що успішно продовжує виноробні традиції, закладені в 1896 році. У маєтку Козацьке в 1896 році були закладені Перші виноградники «Виноробного господарства Князя П. Н. Трубецького». У 2003–2011 рр. була проведена повна реконструкція виноробні Князя П.Н. Трубецького, висаджені нові виноградники площею 200 га із саджанців європейських сортів винограду.

У Таврійському туристичному кластері упродовж року відбувається багато різноманітних фестивалів, конкурсів, шоу-програм, проте вони не завжди відомі

широкому загалу. Саме з метою інформування жителів та гостей області, розширення рамок туристичного сезону Департаментом зовнішньоекономічної діяльності, туризму та курортів обласної державної адміністрації було сформовано Подієвий календар Херсонщини на 2016 рік.

До календаря увійшли найвизначніші культурно-мистецькі та спортивно-туристичні, розважально-атракційні заходи, які будуть цікаві жителям та гостям Херсонщини. Кожен бажаючий зможе дізнатись де і коли буде відбуватися та чи інша подія, запланувати її та відвідати.

Створення календаря ініційовано Департаментом зовнішньоекономічної діяльності, туризму та курортів Херсонської обласної державної адміністрації спільно з районними державними адміністраціями, міськвиконками міст обласного значення. Також до формування календаря долучились представники громадських організацій, бізнесу, організатори заходів.

Однією з особливостей Нової Каховки є близькість із заповідником Асканія-Нова, який знаходиться в Херсонській області в 75 км від Нової Каховки. Залізничного сполучення із селищем Асканія-Нова на сьогоднішній день немає. Десятки тисяч туристів їдуть в Асканію-Нову, щоб побувати в заповідному степу, а також відвідати зоопарк і красивий дендропарк.

Біосферний заповідник Асканія-Нова – унікальний куточок природи, який знаходиться на півдні України, в Херсонській області. Цей біосферний заповідник став переможцем всеукраїнського конкурсу «Сім природних див України», також він належить до сотні великих заповідників і парків. Площа заповідника складає 33 тисячі гектарів, третина з яких – абсолютно заповідна степова зона, незаймана територія, якої ніколи не торкався плуг.

Асканія-Нова по праву є найстарішим степовим біосферним заповідником планети і найбільшим серед європейських степових заповідних територій. У тутешніх степових екосистемах налічується більше 500 видів вищих рослин і понад 3 тисяч видів тварин. Усі вони є представниками не тільки різних континентів, але і різних кліматичних поясів. У заповіднику продовжують

спокійно рости багато рослин, які зникли за останні два століття на величезних просторах колишніх степів Євразії. Вражають своїм різноманіттям птахи, що гніздяться на території Асканії-Нова, або зупиняються тут під час сезонних міграцій.

Окремої уваги заслуговує Асканійський дендрологічний парк, створений у кінці XIX ст. на площі близько 200 га. Парк розбитий відповідно до строгого плану і суттєво відрізняється від дикої степової зони. По всій території прокладена складна система зрошення, кожне дерево живить артезіанська вода. У парку близько 150 видів дерев і чагарників. В центрі композиції парку знаходиться ставок, у якому плавають качки, лебеді та інші водоплавні птахи.

На території Асканії-Нова вам запропонують кілька видів екскурсій: пішохідні двогодинні маршрути ботанічним садом та зоопарком, а також відвідування заповідника у супроводі наукового співробітника.

Затишний і комфортабельний готель «Канна» розташований в безпосередній близькості від біосферного заповідника «Асканія-Нова» [5].

Для того, щоб привабити туристів до відвідування Каховки та Нової Каховки, необхідно звернути увагу на ті місця, які заворюють своєю гостинністю. До них відносяться: Готель «Maxim Marine» Yacht Club, База відпочинку «Славутич», культурно-розважальний комплекс «Premier», Готель Holiday Village Katrin, мережа «My Coffee» [3].

До найвідоміших туристичних баз Нової Каховки відносяться:

- 1) база зеленого екотуризму «Славутич»;
- 2) туристична база «Находка»;
- 3) туристична база «Рибацький хуторок».

Протягом останніх років було проведено ряд організаційних та управлінських заходів, спрямованих на створення належних умов становлення туризму як провідної галузі економіки області та позитивного іміджу Таврійського краю.

Сучасність диктує свої умови. Новітні технології, особливо в системі комунікацій, рухливий туристичний попит, що значно змінився, та підвищені вимоги туристів до всього комплексу, що зветься туристичним продуктом, вимагають від всіх учасників цього бізнесу консолідації та об'єднання зусиль для просування туристичного бренду «Нова Каховка – туристична» на загальноукраїнський та міжнародний ринки. Саме для цього і пропонуються зміни до вищезгаданої програми в частині створення інтерактивного туристичного інформаційного центру на веб-порталі Таврійського об'єднання територіальних громад з метою розвитку інфраструктури міста. Цей інтернет-ресурс має розміщувати інформацію про такі складові туристичної сфери Нової Каховки, як: туристичні об'єкти; готелі; розважальні заклади для проведення дозвілля; загальноміську інформацію, що може знадобитися туристам під час відвідування та відпочинку в нашому місті [1].

25 вересня 2015 року в м. Нова Каховка Херсонської області відбувся VIII Міжнародний інвестиційний форум «Таврійські горизонти: привабливість, співпраця, інвестиції, економічний розвиток». Роботу Форуму було організовано в рамках теми: «Херсонщина – привабливий регіон для нових інвестицій». Основними напрямками даного заходу було визначено: перспективи розвитку туристичної індустрії; транспортно-логістичні можливості Таврійського краю; новітні технології енергоефективності; агробізнес як фундамент економічного зростання регіону; сфера ІТ-технологій.

13-15 травня 2016 року у Новій Каховці пройде III Таврійський туристичний Конгрес. Програмою конгресу передбачаються ділові зустрічі, обмін досвідом, воркшопи, екскурсії. Також буде проведено цільовий презентаційно-ознайомчий тур «Відкриваємо невідому, захоплюючи Таврію. Туристичний продукт «Таврійського туристичного кластеру» для туроператорів внутрішнього туризму України, представників туристичного бізнесу.

Сьогодні є нагальна потреба проведення подібних ділових зустрічей, на яких обговорюються найважливіші питання перспектив туристичної галузі,

пропонуються рішення та демонструються ефективні приклади досвіду, практики сьогодення, презентується регіональний туристичний продукт, що в цілому сприятиме модернізації та розвитку туристичної галузі України в найближчому майбутньому.

### Список використаних джерел

1. Василевська Я. Оцінка природно-рекреаційних ресурсів Херсонської області / Я. В. Василевська / Регіон – 2013: стратегія оптимального розвитку: матеріали науково-практичної конференції з міжнародною участю (м. Харків, 7-8 листопада 2013 р.) / Гол. ред. В. С. Бакіров. – Х.: ХНУ ім. В. Н. Каразіна, 2013. – 459 с. – С. 399 – 401.
2. Гонтаржевська Л. І. Ринок туристичних послуг в Україні: Навч. посібн. / Л. Гонтаржевська. – Донецьк: Східний видавничий дім, 2008. – 180 с.
3. Машкова О. В. Аналіз суспільно-історичних туристичних ресурсів Херсонської області / О. В. Машкова // Регіональні проблеми України: Географічний аналіз та пошук шляхів вирішення. Зб. наук. праць за матеріалами VI Міжнар. наук.-практ. конфер. (8-9 жовтня 2015 року, Херсон) / [За ред. І. О. Пилипенка]. – Херсон: ПП Вишемирский, 2015 – С. 243-248.
4. Машкова О. В. Організація туристичних подорожей в межах Херсонської області / О. Машкова // Часопис соціально-економічної географії: зб. наук. пр.- Харків : ХНУ ім. В. Н. Каразіна. – Вип. 17(2)., 2014. – С. 124-128.
5. Оберіг Херсонщини // за ред. О. Башмакової. – Херсон, 2009. – 15 с.
6. Каталог Херсонщина Туристична [електронний ресурс] **Ошибка! Недопустимый объект гиперссылки.**
7. Календар туристичних, культурних, спортивних подій Херсонщини-2016 [електронний ресурс] [http://www.visitkherson.gov.ua/sites/default/files/kalendar\\_buklet\\_ukr\\_2.pdf](http://www.visitkherson.gov.ua/sites/default/files/kalendar_buklet_ukr_2.pdf)

**НЕДЗВЕЦЬКА О.В.**

ст. викладач кафедри туризму

Національний університет «Львівська  
політехніка», м. Львів

## **РОЗВИТОК АНІМАЦІЇ У ТУРИСТИЧНІЙ СФЕРІ В УКРАЇНІ**

Зміна соціально-економічної обстановки в Україні, перехід країни до нової моделі економічних відносин в умовах жорсткої конкуренції збільшили значимість різнобічного розвитку кожної людини. Таке суспільство уможлиблює створення суспільства різноманітних особливостей, де багатогранність кожного стане запорукою розбудови інноваційного суспільства в цілому. “Досвід історичного розвитку переконливо показує послідовно зростаючу роль культурного дозвілля в духовному доєднанні, залученні людини до соціуму, в соціалізації і соціальній адаптації особистості, у зміцненні суспільних зв’язків між людьми” [7, с. 31].

В Конституції України зазначено, що “Усі люди є вільні і рівні у своїх правах, ...”, “Кожна людина має право на вільний розвиток своєї особистості, ..., та має обов’язок перед суспільством, в якому забезпечується вільний і всебічний розвиток її особистості” [4, статті 21 і 23].

В сучасному світі великої популярності набуває туризм та туристична анімація, що вважається чи не найважливішим елементом туристичного продукту. У туристському термінологічному словнику «анімаційне обслуговування» визначено «... як поживлення програм розваг, відпочинку і дозвілля туристів». До анімаційної діяльності в туризмі належать малі і великі форми дозвілєвої діяльності. Зокрема, розважальні заходи, конкурсні ігрові програми спортивно-ігрового та культурно-пізнавального характеру, дегустація спиртних напоїв, перевтілення у відважних героїв різних історичних епох із залученням елементів театралізації та різних жанрів мистецтва.



Теоретико-методологічною базою дослідження стали фундаментальні педагогічні праці, в яких розглядається дозвілєва культура особистості (М. Аріарський, А. Воловик, О. Жарков, С. Іконнікова, В. Кірсанов, І. Петрова, М. Поплавський, О. Сасихов, Ю. Стрельцов). Різнобічні аспекти закономірностей анімаційної діяльності досліджували вчені: С. Байлик, І Булигіна, Г. Вишневська, М. Гаранін, А. Даринський, С. Килимистий, Л. Курило.

Використання вільного часу людини було темою для обговорення чи не в усіх філософських школах та у їх послідовників. Римський філософ Сенека, осмислюючи значення часу у соціальному середовищі, відповідальність кожної людини за його використання у своїх настановах писав Луцилію: “...то виривають у нас той час, то беруть його потай, то сам він пливе з-під рук. Але найганебнішою є втрата, якої знаємо через нашу недбалість ” [6, с.38].

Проблематика вільного часу все частіше привертає увагу вчених у сьогодення, виділяється як об’єкт міждисциплінарного вивчення. На думку В. Пічі, за способом використання свого вільного часу люди поділяються на вісім типів. Перший тип представляють люди, що прагнуть у вільний час максимально задовольнити свої духовні проблеми у творчості; другий тип – пов’язаний з пошуком у вільний час насамперед розваг; третій тип – репрезентують люди, які віддають значну частину свого вільного часу домівці, до четвертого типу належать люди, які основну частину свого вільного часу присвячують спорту; п’ятий тип охоплює соціально активних людей, які увесь свій вільний час віддають бурхливій громадській роботі; до шостого типу належать представники, що присвячують свій вільний час передусім придбанню матеріальних благ; сьомий тип об’єднує людей, діяльність яких носить відверто виражений негативний характер (проституція, хуліганство, наркоманія, п’янство); восьмий тип поєднує тих хто розглядає свій вільний час, як “втечу від життя” (члени нетрадиційних вірувань, релігійні фанатики) [5, с.31]

Педагогічний підхід в організації дозвілєвої діяльності хвилює світових та вітчизняних вчених. Формування цінностей та ціннісних орієнтацій людини є одним із відправних теоретичних посилянь будь якої теорії виховання у дозвіллі. “Цінності – це специфічні соціальні визначення об’єктів навколишнього світу, що виявляють їх позитивне або негативне значення для окремої людини або суспільства” – вважає дослідник проблематики дозвілля Г. Єскіна. Суспільні цінності формуються поступово, через відбір певних видів поведінки і досвіду людей, з’являючись як сукупність звичок, прийомів людського побуту, в комунікації людей. З часом вони закріплюються в таких нормативних утвореннях як традиції, обряди, звичаї, ритуали [3, с. 17-18 ].

Туристична анімація – це туристична послуга, під час реалізації якої туриста залучають до активної діяльності. Це різновид туристичної діяльності, що здійснюється в туркомплексі, готелі, круїзному судні, поїзді, що залучає туристів у різноманітні заходи через участь у спеціально розроблених програмах дозвілля. Значення туристичної анімації полягає у:

- підвищенні якості та різноманітності туристичного продукту;
- збільшенні попиту на продукт та появі постійних клієнтів;
- рентабельності та прибутковості туристичної діяльності.

Українські вчені С. Байдик, О. Кравець досліджуючи різнобічність анімаційних послуг у туризмі визначають орієнтовно розподіл анімаційної діяльності за видами у процентному відношенні.

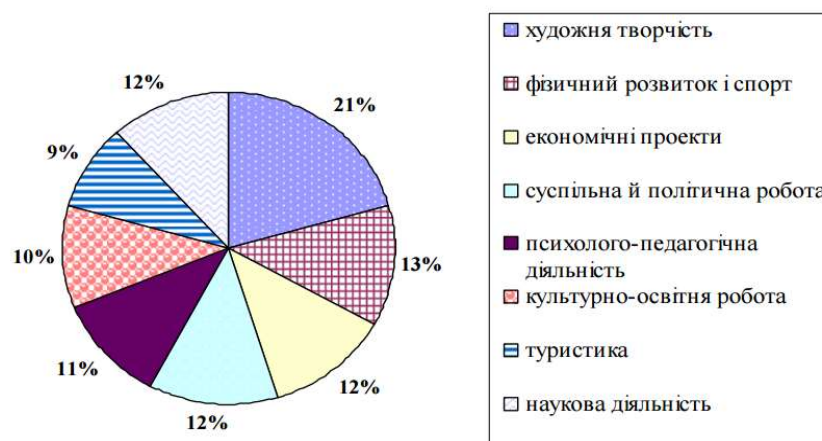


Рис. 1

Вітчизняні вчені визначають наступні основні функції туристської анімації: адаптаційна, компенсаційна, стабілізуюча, оздоровча, освітня, інформаційна, рекламна.

Погоджуємось з дослідниками М. Гараніним та І. Булигіною, що анімаційну діяльність туристів можна поділити у проведенні за програмами з певними особливостями. До таких відносимо:

- анімаційні програми культурно-пізнавального характеру;
- пригодницько-ігрові анімаційні програми;
- аматорські (творчо-трудова) анімаційні програми;
- видовищно-розважальні анімаційні;
- анімаційні програми за типом "спілкування за інтересами".

Якісна анімаційна діяльність в туризмі сприяє не тільки відновленню сил людини а й її формуванню, що потребує зміни ціннісних орієнтирів туриста. Фахово організована анімаційна діяльність в туризмі слугує відновленню української національної культури та її популяризації серед інших народів світу.

Вступ нашої країни в глобальне економічне та інформаційне суспільство обумовлює зміну типових зацікавлень людини, формує відтворювачів інтелектуального потенціалу суспільства орієнтованих на інноваційність і творчість. Фундаментом інноваційного мислення – вважає вчений Н. Балабанова – стає «просвітництво» інноваційних цінностей закладене в сім'ї, в садочку, в колі друзів, освітніх та виховних закладах. Дозвілєву діяльність розглянуто як складову формування інноваційної культури людини. "...Культурний ґрунт такого суспільства – ідейний і світоглядний плюралізм, який співіснує з основними цінностями гідності людини, які забезпечували б високий моральний авторитет нації в цілому" [1, с.69].

**Список використаних джерел:**

1. Балабанова Н. В. Суспільство знань та інновацій: шлях до майбутнього України. – К.: Арістей, 2005. – 104 с.
2. Байлик С.І., Кравець О.М. Організація анімаційних послуг в туризмі: Навч. посібник. – Харків: ХНАМГ, 2008. – 197с.
3. Єскіна Г. О. Формування ціннісних орієнтацій молоді засобами аматорського театру: Дис. канд. пед. наук: 13.00.06. – К.; 2002. – 183 с.
4. Конституція України. Відомості Верховної Ради (ВВР), 1996, N 30, ст. 141
5. Піча В.М. Культура вільного часу. – Львів: “Світ”, 1990.- 237с.
6. Сенека, Луцій Антей Моральні листи до Луцілія (Пер. з латин. А. Содомора) – К.: Основи, 1995. – 603 с.
6. Соціологія культури: Навч. посібник. Видання 2-ге, стереотипне // О. М. Семашко, В. М. Піча, О. І. Погорілий та ін..; за ред. О. М. Семашка, В. М. Пічі. – Львів: «Новий світ – 2000», 2004. – 334 с.
7. Стрельцов, Ю. А. Культурология дорсуга: Учебное пособие. – М.: МГУКИ, 2003. – 296 с.

**ОПАНАСЮК Н.А.**, к.ю.н., доцент,  
Національного університету  
фізичного виховання і спорту України,  
м. Київ

## **ПРОБЛЕМИ ФОРМУВАННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПРАВА УКРАЇНИ**

Формування нової галузі права – досить складний процес. Теоретичним підґрунтям для даного дослідження стали загальнотеоретичні праці С. Алексєєва [1], А. Венгерова [2], С. Лисенкова та В. Копейчикова [3]. Більшість науковців слушно зауважують, що при виокремленні галузі права слід керуватися особливостями сфери суспільного життя, якій притаманна яскраво виражена якісна специфіка та соціальна значимість і діє велика кількість правових норм, які не вписуються в жодну з традиційних галузей права. Сфера туризму, безумовно, є тією сферою людської діяльності, якій притаманні означені специфічні особливості.

Правова регламентація туристичних відносин здійснюється за допомогою відповідних нормативно-правових актів, спрямованих на врегулювання відносин між органами державної влади та суб'єктами туристичної діяльності; між суб'єктами туристичної діяльності як такими в процесі формування туристичного продукту; між суб'єктами туристичної діяльності та туристами.

Поступово нагромаджуючись, ці нормативно-правові акти утворюють певний масив – сукупність чинних нормативно-правових актів (законів, указів, постанов, розпоряджень, наказів, інструкцій тощо), які, у свою чергу, є формою вираження й закріплення правових норм (загальнообов'язкових правил), спрямованих у даному випадку на врегулювання відносин у сфері туризму. Сукупність (система) правових норм і є правом.

За загальною теорією право має об'єктивну структуру – систему права, яка, у свою чергу, визначається в поділі права на галузі. У теорії права розрізняють

фундаментальні (основні, самостійні), спеціальні та комплексні галузі права [1, с. 247-259]. Особливу юридичну цілісність складають норми комплексних галузей права (господарського, житлового та інших). Норми цих галузей не пов'язані єдиним методом і механізмом регулювання, майже всі вони містяться в основних галузях, але не порушують їх архітекτονіку, не виключають зі складу фундаментальних галузей жодної правової норми і, разом з тим, утворюють своєрідне органічне об'єднання.

Згідно з усталеними положеннями теорії права основними критеріями поділу системи права на галузі є предмет і метод правового регулювання.

Так, предметом правового регулювання конкретної галузі права становлять однорідні суспільні відносини. Тобто, кожна галузь права має власну відносно відокремлену сферу регулювання. Водночас, сукупність правових норм, спрямованих на врегулювання порівняно відокремлених однорідних відносин, і становить галузь права.

Щодо методу правового регулювання як однієї з підстав виділення окремої галузі права, слід зауважити, що для регулювання відносин у сфері туризму характерні особливі методи, що застосовуються тільки для регулювання відносин у цій сфері. Загалом при регулюванні суспільних відносин найчастіше використовуються такі методи як: імперативний (передбачає владний вплив на учасників суспільних відносин без права вибору) та диспозитивний (передбачає варіанти поведінки учасників суспільних відносин як рівноправних сторін). Співвідношення та особливості застосування цих методів до відносин у сфері туризму і є особливими методами, що притаманні туристичній галузі права. Так, *методом правового регулювання* в туристичному праві України виступає поєднання (сукупність) прийомів і способів правового впливу на суспільні відносини.

*Предметом туристичного права* є суспільні відносини, що виникають у процесі провадження туристичної діяльності, реалізації конституційного права громадян на свободу пересування, відпочинок тощо.

Крім того, норми туристичного права мають тісний зв'язок з нормами фундаментальних та інших галузей права, що є істотною характеристикою правової системи й правової науки в цілому, а також підтверджують нашу наукову тезу щодо виокремлення нової комплексної галузі – туристичного права.

Підсумовуючи викладене, *туристичне право* можна визначити як комплексну галузь права, що є сукупністю правових норм, які регулюють суспільні відносини, пов'язані з організацією (формуванням), просуванням, продажем (реалізацією) туристичного продукту та наданням окремих або комплексних туристичних послуг.

### **Список використаних джерел**

1. Алексеев С.С. Общая теория права : в 2 т. – М. : Юрид. лит., 1981. – Т. 1. – 361 с.
2. Венгеров А.Б. Теория государства и права : учеб. для юридических вузов. – 3-е изд. – М., 2014.
3. Теорія держави і права : Навч. посібник / А.М. Колодій, В.В. Копейчиков, С.Л. Лисенков та ін.; За ред. С.Л. Лисенкова, В.В. Копейчикова. – К. : Юрінком Інтер, 2013. – 368 с.

**ОРЛОВА О.В.**, кандидат культурології,  
старший викладач ВП «МФ КНУКіМ»  
м. Миколаїв

## **CULTURAL TOURISM AS MODERN MEANS OF EDUCATION**

Prominent scholars G. Smith and C. Cooper stated that the globalization impacted the sphere of tourism greatly in general but influenced the educational tourism, in particular [6]. Other researchers outline two tendencies – tourism for the purpose to learn the culture of the host country and academic tourism in the context of educational tourism [4].

Nowadays, those trends are added by the other forms of educational tourism such as child-youth (linguistic, historical, biological, geographical, ecological and others) and the development of different forms of additional education for adults (business tourism, family tourism and etc).

Basing on the tendencies, we shall follow the definition given by E. Lunin who identifies “educational tourism” as “a trip for the period from 24 hours till 6 months to get education (general, special, additional), to raise level of proficiency attending courses and practicing training, not gaining incomes in the country (place) of temporary staying” [2]. For the first time it was defined by I. Zorin and V. Kvartalnov in “Tourism Encyclopedia” and was quite ambiguous: “...tourist trips, excursions with the view of education, intellectual curiosity satisfaction, and other cognitive interests [1]. Foreign scholars identify “educational tourism” as “activities of staying for the night visitors and tourists for whom education and training is main or secondary aim of the trip” [7]. Although there are some other definitions such as “tourist programs for students and schoolchildren to learn cultural heritage of Greece” [3], “exchange programs for students” [8], “acquaintance with lifestyle, main occupations and produced products” [7].



Thus, it should be stated that modern educational tourism can be determined as an integral product including tourism itself and educational component in the context of educational infrastructure.

As such, tourism has an educational component as it involves intercultural exchange and understanding between people of different races, religions, cultures. Educational motivation of tourism includes: participation in summer schools, winter schools, courses on culture, traditional festivals, local celebrations, different events such as craft festivals and exhibitions. It is an opportunity meeting people from different countries, different cultures, and exposure and promotes their traditions. On this occasion, representatives of city hall lectures, architects, historians, scholars on topics of interest to students. Foreigners attend classes and workshops through which teaches folk dances, crafts (pottery, carved wood, painted icons, etc.)

Beneficiaries during the studies are taught to apply the principles, norms and values of professional ethics within the company where they will be employed to develop its relational stock in a positive way and to continuous training in order to ensure a viable career in tourism field. Tourism education can be both traditional and online education market because there are institutions offering educational programs and traditional on-line. Practicing some forms of tourism: cultural tourism, religious tourism, meetings, etc., are all ways of educating individuals. Thus, a definition of cultural tourism emphasizes just that tourists learn about the history and cultural heritage of others or way of life, about their thinking. The "learning" element is the central feature of cultural tourism. "Cultural" reasons of tourism include also search "novelty" and "education". The learning reason permits making differences between accidental tourists visiting tourist sites and tourists with specific cultural reasons that may be considered "culturally motivated tourists." As such, cultural tourism is not just a way to educate the masses (tourists and residents), but also a way to growth and promote the image of places and localities. Involving local people and the business community has become so crucial, and stimulating educational initiatives and cultural networks.

These days there have been identified three major trends in the educational tourism development: rapid growth of the students' segment in tourism; entering the educational tourism to the stage of maturity; hybridization of educational and leisure tourist services [5].

Educational tourism has emerged from the need to know several languages, familiarity with different cultures, cultural borrowing. This form of tourism aims of improving education, to improve the educational experience by offering scholarships abroad, offers tourist packages that include camps, excursions and language courses for all levels and specialization. The desire to assimilate the concepts, techniques, technologies, strategies and implementing them in their environment of origin and development of new technologies has generated not only the development of tourism education and tourism but creative. There are different programs offered by European universities and colleges, based on daily language practices organized in the form of participation in shows, theaters, cultural visits and activities They also offer education for Spanish, French, Italian, German, Russian, Portuguese and Chinese, but also to develop skills in other fields: fashion, riding, extreme sports, wine industry, tennis, arts (dance, drama, music, etc.).

Thus, the role of educational tourism is that the places, people and events in fields such as literature, history, culture, religion, based on complete theoretical school through practical applications and welding education fulfilling the child and adult. Therefore, some entities acting in tourism with state institutions have developed educational tourism projects, encouraging teachers to make practical applications to museums, memorial houses, but also to visit various natural resources.

#### **Список використаних джерел:**

1. Зорин И. В., Квартальнов В. А. Энциклопедия туризма. – М.: Финансы и статистика, 2003. – С. 267.

2. Лунин Э. А. Совершенствование управления образовательным туризмом в РФ: автореф. дис. .... канд. эконом. наук. – СПб., 2009. – С. 13.
3. Evelpidou N. The Environmental Educational Tourism in Greece // URL: <http://www.2bparks.org>.
4. Habu T. The Irony of Globalization: The experience of Japanese women in British Higher Education // Higher Education. – 2000. – №39. – P. 43-66.
5. Smith C., Jenner P. Market segments: Educational tourism. Travel and Tourism Analyst. – Economist Intelligence Unit. – №3. – P. 60-75.
6. Smith G., Cooper C. Competitive approaches to tourism and hospitality curriculum design // Journal of Travel Research. – August. – 2000. – № 39 (1). – P. 90; cp.: Sinclair M. T. Tourism and Globalization: Economic Impact in Indonesia//Annals of Tourism Research. – 2003. – № 30 (3). – P. 683-701.
7. Trišić V., Jovanović V. Child and youth educational tourism. – Beograd: National tourism organization, 2011.
8. Wolfire E. G. An exploratory study to determine the status of academic degree program as related to the professionalization of the field of tourism. Doctoral dissertation, The George Washington University. — Foggy Bottom: University Press, 1988; AbuSamah A., Ahmadian M., Gill S.S., Hendijani R.B. Factors Affecting Educational Tourism Development among Local Communities in the Klang Valley, Malaysia // Life Science Journal. – 2012. – № 9(4). – P. 298-303.

ОРЛОВА Н. В., доцент

Херсонський державний університет

## ЖУРНАЛ «NATIONAL GEOGRAPHIC УКРАЇНА» (2013-2015 РР.): ЖАНРОВО-ТЕМАТИЧНА СВОЄРІДНІСТЬ

Тревел-журналістика пройшла довгий шлях становлення і нині є перспективним напрямом сфери медіа і туризму. Це обумовлено стрімким розвитком туристичного бізнесу і необхідністю інформування потенційних клієнтів про ту чи ту країну. На відміну від путівників та гідів, журналістські матеріали не лише ознайомлюють зацікавлену аудиторію із зовнішньою стороною життя і побуту країни, але також показати її «зсередини». Відтак проекти тревел-журналістики набувають усе більшої популярності у читацького загалу.

Яскравим свідченням успішного тревел-видання є американський журнал «National Geographic». Його було засновано як офіційний друкований орган Національного географічного товариства США у Вашингтоні 27 січня 1888 року [1]. За стилем це був суто науковий журнал, без ілюстрацій, орієнтований на дослідників та учених. На сьогодні «National Geographic» – міжнародний науково-популярний часопис, що має 38 мовно-регіональних версій (станом на квітень 2013 р.) та кілька журналів-«сателітів», орієнтованих на певні вікові категорії ( «National Geographical Kids», «National Geographical Little Kids») або на потенційних туристів («National Geographic Traveler»).

**Метою** нашої розвідки є жанрово-тематичний аналіз національної версії журналу «National Geographic Україна» за весь період його існування (від квітня 2013 р. до січня 2015 р.).

«National Geographic Україна» – науково-популярне, країнознавче видання. Періодичність виходу: у 2013 році – 9 чисел, у 2014 році – 12 чисел, а у 2015 році – 1 число. Наклад: 25000 примірників. Ціна: 25 грн. Обсяг: 148 сторінок.

Головний редактор української версії видання – Ольга Вальчишен. Видавець – ТОВ «Видавничі ініціативи». Засоби для видання журналу та здійснення різних досліджень надходили від реклами, внесків членів Товариства та спонсорів.

Українська версія журналу мала такі рубрики: «*Від редактора*» – вступне слово від головного редактора Кріса Джонса та головного редактора української версії журналу Ольги Вальчишен; «*Листи*» – листи з відгуками про видання та побажаннями від читачів; «*Погляд*» – великі фото, що займають дві шпальти з коротким коментарем-поясненням від фотокореспондента; «*Твій кадр*» – рубрика, яку започатковано з другого номера журналу від травня 2013 року. Вона вміщувала фотографії, надіслані в редакцію читачами/фотографами або запозичені з соціальних мереж з коментарями авторів. Згодом «Твій кадр» став підрубрикою рубрики «Погляд»; «*На часі*» – невеликі матеріали (переважно замітки), що висвітлюють актуальні проблеми сьогодення, наприклад, проблеми екології чи цікаві факти; «*Нова доба*» – рубрика, що вміщувала великі статті, написані в науковому стилі та присвячені науковим відкриттям або проблемам довкілля. Тут друкувався переклад праць відомих закордонних учених та спеціалістів певної наукової галузі; «*Історія*» – статті з історії країн, людей чи об'єктів, написаних у науковому стилі; «*Інструкція з виживання*» – історії людей, які виживали в складних умовах, наприклад, у пустелях чи в горах; «*За лапштунками*» – невеликі за розміром розповіді фотокореспондентів про те, як вони робили свої фотоілюстрації; «*Пульс планети*» – рубрика, в якій йшлося про новітні технології; «*Спогад*» – певний історичний факт, що супроводжувався фотоілюстрацією.

У 2014 році, починаючи з квітневого випуску, «National Geographic Україна» започатковано рубрику «*Унікальна Україна*», що періодично з'являлась у виданні. Вона вміщувала розповіді та фото українських мандрівників або кореспондентів. Автори описували маловідомі та вельми цікаві факти про країну, її жителів, традиції тощо. Також у 2014 р. у журналі з'явилися

рубрики: *архів, фотожурнал, основні інстинкти, палеонтологія, етнографія* тощо.

Серед жанрових форм у «National Geographic Україна» переважають *статті* науково-популярного характеру. Наприклад, це матеріал «Моря виходять з берегів», що був надрукований у номері 6 (6) від вересня 2013 р. у рубриці «На часі». Автор – Тім Фолгер, фото – Джордж Стейнмец. Обсяг статті – 31 сторінка. Тема – глобальне потепління на Землі. Проблема – причини та наслідки глобального потепління. Композиційно матеріал складеться із заголовка, ліду, невеликого фотофакту, власне тексту статті, що має 5 розділів [2].

Незважаючи на досить складний жанр, який обрав автор, мова матеріалу проста та зрозуміла для читачів. Текстовий виклад пожвавлюють 5 великих кольорових фото на весь розворот та невеликі фотографії льодовиків, прибережних міст, що перебувають під загрозою затоплення. Також матеріал супроводжують знімки Землі з космосу та інфографіка підвищення рівня води по континентам.

При написанні статті автор користувався такими джерелами інформації: інтерв'ю, робота з документами, спостереження. Тут використано правила наближення інтересів за географією, за рідкістю та специфікою.

Доволі часто у журналі трапляються *фотозамітки*. Наприклад, це матеріал «Володар небес», що надрукований у номері 2 (11) від лютого 2014 року в рубриці «На часі» на сторінці 28. Автор – Дмитро Жеребцов, фото – Тетяна Жеребцова. Тема – відродження рідкісного виду птаха. Проблема – ріст популяції чорного грифа [4].

Композиційно матеріал складається із заголовка, ліду та тексту замітки. Заголовковий комплекс представлений заголовком «Володар небес» та лідом «Силует чорного грифа, який справедливо вважається символом Кримських гір, можна побачити дедалі частіше». Мова матеріалу проста та лаконічна. Замітку супроводжує велике кольорове фото чорного грифона з підписом під ним. При

написанні цього матеріалу автор використав такі джерела інформації, як спостереження, інтерв'ю, робота з документами. Правило наближення інтересів – за специфікою та за географією.

Специфіку тревел-продукту найкраще відображає жанр *фоторепортажу*. У номері 1 (10) від січня 2014 р. на сторінці 106 у рубриці «На часі» розміщено репортаж «Неприступні скелі». Автор – Марк Сіннотт, фото – Джиммі Чін. Тема – незвичайне хобі молодих екстремалів із Кумраза. Проблематика – скелелазии випробовують свої сили у підкоренні високих та гострих скель [3].

Композиція матеріалу складається з заголовка, ліду та основного тексту. Заголовковий комплекс: заголовок «Неприступні скелі» та лід «На півночі Оману молоді скелелазии випробовують себе у протистоянні з ножеподібними узбережними скелями».

Текст написаний у розмовному стилі. Автор від першої особи описує події, які побачив та людей, із якими зустрівся. Матеріал супроводжують три великі кольорові фотографії на розворот з підписами від автора, 13 невеликих кольорових фото з архіву головного героя та велика кольорова схема гір із позначенням на ній маршрутом.

При написанні матеріалу автор використала такі джерела інформації, як спостереження та інтерв'ю. Тут використано правила наближення інтересів за рідкістю та специфікою.

Також жанр *репортаж* представлений у рубриці «Інструкція з виживання», де публікують історії людей, які опинились у тяжких умовах та все ж змогли подолати їх. Таким прикладом є репортаж «Крижаний перехід» у номері 1 (10) від січня 2014 року на сторінці 140 у рубриці. Автор – Грег Трайніш, молодий дослідник National Geographic, розповідає про свою експедицію по Південній Америці. Тема – похід у Чилійські гори. Проблематика – складність підкорення снігових вершин Чилі [3].

Композиційно матеріал складається з заголовка та тексту (історії). Мова матеріалу досить проста та зрозуміла. Розповідь ведеться від першої особи в

розмовному стилі, що відповідає вимогам жанру репортаж. Матеріал супроводжують кольорова ілюстрація, автором якої є Іштван Баняй, та чорно-білий фотопортрет автора. Джерела інформації – спостереження та власні емоції автора. Правило наближення інтересів – за специфікою.

Отже, найбільш популярним жанром видання «National Geographic Україна» є стаття, також широко вживаними жанровими формами є фоторепортаж, репортаж, фотозамітка. Останні відповідають призначенню тревел-проекту: видовишно й цікаво подати країну.

На нашу думку, національна версія «National Geographic Україна» є дуже вдалим проектом української тревел-журналістики. Тут трапляються науково-популярні статті про дику природу, географію, історію, археологію, культуру, природу, про маловідомі та найвіддаленіші куточки світу. Текстова інформація супроводжується приголомшливими фотографіями, захоплюючими інфографіками та оригінальними ілюстраціями. На жаль, національна версія журналу «National Geographic Україна» в силу економічних проблем проіснувала недовго, але той внесок, що зробили українські дослідники, журналісти та фотографи, є неоціненим скарбом вітчизняної тревел-журналістики.

### Список використаних джерел

1. National Geographic (журнал) [Електронний ресурс] // Вікіпедія. – 2015. - Режим доступу: [https://uk.wikipedia.org/wiki/National\\_Geographic\\_\(журнал\)](https://uk.wikipedia.org/wiki/National_Geographic_(журнал)) – Назва з екрану.
2. National Geographic Україна: № 6 (6) вересень / упорядкув., ред. О. Вальчишен. – К. : ТОВ «Видавничі ініціативи», 2013. – 148 с.
3. National Geographic Україна: № 1 (10) січень / упорядкув., ред. О. Вальчишен. – К. : ТОВ «Видавничі ініціативи», 2014. – 148 с.
4. National Geographic Україна: № 2 (11) лютий / упорядкув., ред. О. Вальчишен. – К. : ТОВ «Видавничі ініціативи», 2014. – 148 с.



**ПЕНДЕРЕЦЬКИЙ О.В.**, доцент  
Івано-Франківського національного  
університету нафти і газу

## **ЕКОЛОГІЧНІ РИЗИКИ В КАРПАТСЬКОМУ РЕГІОНІ**

Наявність промислового виробництва є одним із найважливіших чинників який впливає на екологічні ризики, тому проблема управління природокористуванням є найактуальнішою в народногосподарському комплексі регіону. Використання рекреаційних ресурсів впливає на екологічний стан території – чистота або забруднення вод, повітря, ґрунтів, порядок чи безлад у соціально-політичному житті суспільства, економіці країни. Для організації відпочинку необхідне поєднання певних умов та ресурсів, а також вдосконалення методологічних підходів у сфері управління екологічними ризиками, що викликано низькою ефективністю природоохоронної діяльності на підприємствах.

Політика раціонального природокористування це, на сам перед, цілеспрямована діяльність законодавчих і виконавчих владних структур, громадських організацій, працівників виробничо-господарської сфери та безпосередньо пересічних громадян щодо реалізації ними екологічних, економічних та соціальних відносин, спрямованих на мінімізацію негативних і в першу чергу екологічно згубних наслідків життєдіяльності людини. Це може бути досягнуто за умов організації в економіці країни маловідходного господарського механізму, його спрямованості на виключно раціональне природокористування та уникнення надзвичайних ситуацій [1, с.3].

Сьогодні тенденції відстежуються згідно з умовами розвитку соціально-економічних систем (зміни в навколишньому природному середовищі і відповідні трансформації його ресурсної складової), потребують конкретних кроків щодо підсилення розвитку не тільки національної, але й міжнародної страхової справи. Йдеться про підтримку вирішення нагальних завдань, а саме:

- впровадження екологічно орієнтованої техносфери, що спрямована на суттєве зменшення антропогенного впливу на навколишнє середовище і, згідно з міжнародними угодами, потребує більшої уваги до розширення страхування ризиків негативних впливів на довкілля;

- раціональне використання природних ресурсів, сприяння розширенню використання у світовому масштабі поновлювальних ресурсів і заміна ними непоновлювальних, що вимагатиме страхування з метою збереження якості ресурсів, як основи для одержання в перспективі товарного продукту і відповідного прибутку;

- підвищення значення в економіці саме трудових ресурсів потребує нових підходів, які зосереджуватимуть увагу не тільки на страхуванні здоров'я, а й передбачатимуть весь комплекс заходів щодо підвищення якості трудових ресурсів та їх відтворення – в першу чергу інтелектуальної складової тощо.

Внаслідок видобування, збагачення та переробки корисних копалин, нагромадження порожньої породи та відходів виробництва відбувається концентрація шкідливих елементів і важких металів, радіонуклідів тощо, що призводить до важких захворювань і навіть масової загибелі рослин і тварин. До важких соціоекологічних наслідків призводить транспортування вантажів, бурових установок по бездоріжжю, пересування важких самохідних агрегатів, тракторів. Значний негативний вплив на природне середовище має будівництво й експлуатація різноманітних будівель та інженерних споруд. Нині дедалі частіше техніко-будівельній діяльності на родючих землях передують знімання, переміщення та зберігання ґрунтів, які потім використовуються для покриття інших територій з гіршими ґрунтами чи для рекультивації кар'єрів, териконів. Слід передбачити чіткі еколого-економічні відносини між власником та користувачем надр, які б враховували плату за землю, надра, штрафні санкції за порушення природоохоронного законодавства [4, с.147].

Як на глобальному, так і регіональному рівнях (у межах типового природно-територіального комплексу) під час господарської діяльності виникають природні, техногенні і соціальні ризики. Їх визначення вже стало

найактуальнішим із завдань, розв'язання якого дасть змогу ефективно попереджувати певну кількість негативних процесів. У випадках, коли ці процеси неможливо попередити, доцільно застосовувати механізм страхування від негативних наслідків. Практика застосування вивіреного механізму оцінок ризиків дасть змогу проводити ефективну роботу з попередження або відвернення цілого ряду небажаних ситуацій і викликаних ними негативних наслідків. Як відомо, витрати на попередження негативних наслідків у 15 разів менші витрат на ліквідацію цих наслідків.

Аналіз формулювань поняття “ризик” та його класифікації дозволяє систематизувати існуючі підходи і сформулювати визначення ризику як імовірність настання небажаної випадкової події; втрати, пов'язані з настанням небажаної випадкової події; небезпека помилкового рішення і втрат; діяльність, пов'язана з подоланням невизначеності; стимул для отримання додаткового прибутку дозволив виявити причини, що обумовлюють її динамічність, відсутність єдиної думки відносно систематизації ризиків. Серед класифікаційних ознак, за якими проведено систематизацію є: джерело виникнення; масштаб впливу; природа екологічного ризику; вплив екологічного стану та характеру діяльності; терміновість впливу; терміновість виникнення; імовірність збитку; вплив на людину. Класифікація дозволяє стратегічно визначити ефективні напрями зниження екологічного ризику. Аналіз кризових ситуацій, що склалися в екологічній сфері, частота таких ситуацій і їх тягар дають підставу акцентувати увагу на виділенні екологічних ризиків із загальної системи ризиків. У визначенні й оцінці екологічних ризиків потрібно виділити ряд особливостей: цей вид ризиків пов'язаний з іншими ризиками; знання, що є на цей час, є недостатніми, для визначення рівня небезпеки; динамічність нормативно-законодавчої бази; розвиток технологій, які призначені для розв'язання екологічних проблем; збільшення активності громадськості щодо захисту навколишнього середовища. Під управлінням екологічними ризиками потрібно розуміти методи, що дозволяють виявляти рівень невизначеності, прогнозувати настання ризикових подій і вживати заходи щодо запобігання або

зменшення негативних наслідків їх реалізації з урахуванням соціально-економічних, екологічних і інших аспектів діяльності підприємства. Методологія передбачає виявлення основних джерел і чинників екологічної небезпеки (оцінка ризику) [2]; дослідження закономірностей, принципів і основних напрямів подальшого розвитку (прогнозування ризику); визначення найбільш ефективних шляхів скорочення екологічної напруженості.

Оцінка ризику передбачає виконання ряду етапів. Першим з них є ідентифікація небезпек, результат якої – перелік небажаних подій, що призводять до аварії. Другий етап – це оцінка імовірності настання аварійної ситуації. На цьому етапі використовуються статистичні дані з аварійності та надійності технологічної системи, застосовуються логічні методи аналізу так званих "дерев подій" і "дерев відмов", а також експертна оцінка думки фахівців у даній сфері. На заключному етапі аналізу ризику проводять оцінку впливів наслідків аварії на людей, майно і навколишнє середовище. Оцінка ризику може бути диференційною і комплексною. Диференційну оцінку пропонується проводити за допомогою одиничних, або часткових показників, які дають характеристику тільки однієї із властивостей безпеки. У той час як комплексну оцінку можна проводити з використанням комплексу показників, що відображають властивості декількох рис безпеки як середовища мешкання людини, так і обладнання або технологічного процесу. При проведенні комплексного аналізу імовірнісних втрат, визначенні оцінки ризику важливо не тільки встановити всі джерела ризику, але і виявити, які джерела домінують. При цьому доцільно класифікувати всі можливі втрати за ознакою впливу на діяльність фірми на ті, що визначають і побічні (непрямі). До визначальних втрат можуть бути віднесені такі втрати, які при своєму виникненні безпосередньо впливають на діяльність підприємства, а до побічних ті, вплив яких на фірму здійснюється опосередковано.

Найбільш об'єктивною оцінкою рівня екологічної безпеки, що об'єднує різні її аспекти (технічний, економічний, екологічний і соціальний), є оцінка сумарного ризику, під яким розуміється виникнення і розвиток несприятливих

природно-техногенних процесів, що супроводжуються, як правило, істотними екологічними наслідками. Нами виділені якісний і кількісний види аналізу ризику, причому результати якісного аналізу служать базовою інформацією для здійснення кількісного аналізу, на основі якого проводиться оцінка ризику і здійснюється його прогнозування.

В основі концепції управління екологічним ризиком покладено такі принципові положення: повністю виключити екологічний ризик неможливо, завжди зберігається імовірність його виникнення; ризику можна запобігти, знизити або прийняти; управління ризиком, досягнення його результативності передбачає застосування різних за формою, дієвістю законодавчо-правових, організаційно-економічних, техніко-технологічних методів; незалежно від форм вияву екологічного ризику найбільш ефективним є здійснення системних, охоплюючих усі рівні можливих виявів, заходів. Зниження ступеня ризику може відбуватися або зовнішніми, або внутрішніми методами, пов'язаними із зменшенням несприятливого впливу тих або інших чинників на виробництво (превентивні заходи). Екологічний менеджмент відноситься до внутрішніх, а екологічне страхування як до внутрішніх, так і до зовнішніх методів зниження ступеня екологічного ризику. Задачею екологічного менеджменту є запобігання негативному впливу виробництва на навколишнє середовище, а екологічне страхування дозволяє здійснити передачу, перекладення ризику. Це обумовлює можливість їх використання як підсистем управління екологічними ризиками.

Узагальнюючи різні підходи щодо екологічного менеджменту, а також ураховуючи сучасні переконання, можна дати таке визначення: екологічний менеджмент – частина загальновиробничої системи менеджменту, яка направлена на безперервне вдосконалення екологічних характеристик і реалізує цілі охорони навколишнього середовища при плануванні, проведенні й контролі виробничих дій для забезпечення зниження негативного впливу на навколишнє середовище і з метою підвищення конкурентоспроможності продукції, що випускається. Екологічний менеджмент запропоновано розглядати складовою частиною цілісної системи менеджменту підприємства, у зв'язку з цим він

повинен виконувати функції планування, організації, мотивації, моніторингу і контролю.

До задач, що пов'язані із екологічними ризиками додатково відносяться: оцінка впливу виробничих процесів на навколишнє середовище; розробка власної екологічної політики; перевірка стану навколишнього середовища в районі розташування підприємства з метою виявлення слабких місць [3]; навчання персоналу питанням охорони навколишнього середовища.

Основною проблемою для практичного застосування екологічного ризику у сфері страхування є початкова різноспрямованість інтересів: з одного боку, виробників із максимізації прибутку, з іншого – суспільного інтересу щодо збереження сприятливого навколишнього середовища.

#### **Список використаних джерел:**

1. Пендерецький О. В. Промисловий туризм в Україні: стан, перспективи розвитку / О. В. Пендерецький // Український географічний журнал. – 2010. – № 3. – С. 48 – 51.
2. Пендерецький О. В. Екологічні аспекти розвитку промислового туризму в нафтогазовидобувних регіонах України. / О. В. Пендерецький// – Івано-Франківськ: Науковий вісник ІФНТУНГ. – 2009. Вип.4(22). – С.148 – 152.
3. Рудько Г. І. Екологічна безпека та раціональне природокористування в межах гірничопромислових і нафтогазових комплексів / Г. І. Рудько, Л. Є. Шкіца // Монографія. – К., ЗАТ «НІЧЛАВА». – 2001. – 528 с.
4. Джигирей В. С. Екологія та охорона навколишнього природного середовища. / В. С. Джигирей // Навч. посіб. – 5-те вид. випр. і доп. – К.: «Знання», КОО. 2007. – 422 с.
5. Буравльов Є. П. Безпека навколишнього середовища / Є. П. Буравльов. // Монографія. – К. 2004. – 320 с.

**ПІНЧУК А.С.**, к.е.н., доцент  
ВП «МФ КНУКІМ», м. Миколаїв

## **ДОСЛІДЖЕННЯ ВПЛИВУ НЕСТАБІЛЬНОСТІ ЕКОНОМІЧНОГО СЕРЕДОВИЩА НА СТАН ТУРИСТИЧНО-РЕКРЕАЦІЙНОГО БІЗНЕСУ УКРАЇНИ**

Туристична галузь є однією з найбільш залежних від зовнішніх факторів. Кліматичні катаклізми, військові та політичні конфлікти, зміна законодавства, епідемії, фінансова криза мають визначальний вплив на стан і розвиток туристично-рекреаційного комплексу, його інвестиційну привабливість. За умови світової економічної кризи та необхідності подолання її наслідків виникає потреба у виявленні факторів, що можуть виявитись сприятливими для розвитку даного напрямку діяльності.

Відповідно до економічної ситуації має здійснюватися управління на макро- та мікрорівнях. Наразі весь світ потерпає від фінансової кризи, яка торкнулася всіх галузей економіки. Проте вплив кризових явищ у різних сферах господарської діяльності й у різних країнах різний, а отже, очікування фахівців щодо перспектив туристичної галузі в Україні та за кордоном відрізняються. Туризм як вид діяльності має мультиплікативний ефект, і тому його вплив на розвиток економіки України та складову частку у ВВП слід розглядати з урахуванням суміжних галузей.

Відсутність дієвого механізму підтримки бізнесу під час кризи призвела до закриття ряду підприємств чи зменшення обсягів надання послуг.

Проте деякі експерти вважають, що за умови здешевлення в'їзного туризму вплив світової економічної кризи на дану галузь може бути подоланий. Саме здешевлення та максимальний баланс «ціна-якість» мають та можуть відіграти рушійну роль у становленні туристично-рекреаційного комплексу на тлі економічної кризи [1]. Наразі рівень відповідної інфраструктури в нашій країні

задовільний, але ще далекий від ідеального. Головна проблема полягає у високих цінах та відсутності адекватного сервісу з точки зору ціни.

Таким чином, глобальна фінансова криза за умови ефективних та своєчасних управлінських дій не матиме визначального впливу, адже наша країна не надто інтегрована у світову фінансову систему. Дана ситуація може мати позитивний характер як для в'їзного, так і для виїзного туризму. Криза може мати позитивні наслідки для українців, які прагнуть відпочивати за кордоном: у всьому світі знижуються ціни на готелі, авіап перевезення, відпочинок стає більш доступним; падіння рівня доходів європейців може зробити привабливими для них більш близькі, більш доступні, більш безпечні курорти та пам'ятні, історичні, рекреаційні місця України.

За прогнозами експертів туристичного ринку, значна криза та падіння очікують такі види туризму, як сезонний (особливо зимовий), екзотичний, діловий. Згідно з експертними оцінками, в даний час в усьому світі здійснюється 610 млн. ділових поїздок на рік на суму від 430 до 600 млрд. дол. За останні роки ринок ділового туризму зріс приблизно на 30% на рік [2]. Проте фінансова криза може серйозно відкоригувати ці цифри. Духовний, освітній та оздоровчолікувальний види туризму залишаться на тому ж рівні, чи навіть прогнозується зростання їх обсягів.

Майбутній розвиток туристично-рекреаційного бізнесу головним чином має залежати від таких факторів:

1. Соціальні: демографічні тенденції та соціальні зміни (збільшення середнього віку, зменшення частки молоді, зростання кількості бездітних сімей).

2. . Політико-економічні: головним прикладом є Європейський Союз – із спрощенням чи повним усуненням туристичних формальностей кількість подорожей зростає.

3. 3. Культурно-екологічні: основним чинником розвитку рекреаційної частки туристичної галузі є потяг до здорового способу життя та прагнення до відновлення організму.



4. 4. Технологічні: туристична галузь завжди була й залишається рушійним фактором для розвитку та масового використання новітніх технологій у сфері технічних засобів і не лише.

5. Одним із перспективних напрямів виходу вітчизняного туризму з кризової ситуації та поліпшення економічного стану в країні є розвиток рекреаційного туризму, який є потужним джерелом попиту, а отже, привабливим для інвестицій. Даний напрям має величезний потенціал і широкі можливості для інвесторів, оскільки лікування та профілактика захворювань є першочергово необхідними для кожної людини незалежно від економічної ситуації в країні та світі.

За умови правильного розвитку цей вид туризму може стати самостійною галуззю туристичного ринку, здатною приносити високий рівень прибутків.

Серед двох найцінніших пріоритетів для українців при виборі місця відпочинку є добре співвідношення «ціна/якість» (93%) та можливість оздоровитися(90%).

Особливу увагу слід приділяти розробці нових методів лікування, заснованих, перш за все, на рекреаційних ресурсах. Основним завданням розвитку туристично-рекреаційного комплексу в Україні є створення конкурентоспроможного турпродукту і курортних послуг на основі ефективного використання рекреаційного потенціалу, а також забезпечення соціально-економічних інтересів та екологічної стійкості в регіонах. На сьогодні в Україні, з одного боку, існує традиція академічної школи фізіотерапії, курортології та відновлювальної медицини і великий науково-практичний досвід у галузі санаторно-курортного лікування, з іншого – починається розвиток нових напрямів оздоровчої та профілактичної медицини, в які інвестуються значні кошти.

Таким чином, світова економічна криза вносить визначальні корективи у функціонування тих чи інших галузей економіки різних країн. Однак вчасна переорієнтація та концентрація необхідних ресурсів відповідно до факторів, що

сприяють розвитку туризму, матиме позитивний вплив. Створення інвестиційної привабливості рекреаційної частки туристичного бізнесу є одним із пріоритетних завдань вітчизняної економіки.

### Список використаних джерел

1. Крачило М.П. Економічні аспекти розвитку туризму в Україні в контексті світового досвіду / М.П. Крачило // Проблеми розвитку туризму в Україні і завдання відновлення історичної пам'яті народу засобами туризму: тези до Всеукр. наук.-практ. конф.: [ у 2 ч.]. - К., 2008. – С. 234-252.
2. Савченко О.Ф. Аналіз тенденцій ринку туристичних послуг в умовах економічної кризи / О.Ф. Савченко, Л.Ю. Писаренко // Вісник Донецького національного університету. Сер.: Економіка і право. – Донецьк: ДонНУ, 2009. – Вип.1.
3. Забалдіна Ю.Б. Економічна діагностика та прогнозування розвитку регіонального ринку туристичних послуг: автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.10.01 / Ю.Б. Забалдіна; Науково-дослідний економічний ін-т Міністерства економіки України. – К., 2006. – 20 с.
4. Фоменко Н.В. Рекреаційні ресурси та курортологія: навч. посіб. / Н.В. Фоменко. – К.: Центр учбової літератури, 2007. –312 с.

**СЕМЕНКОВ А.В.,**

голова Співки сприяння розвитку  
сільського туризму

**ПРИНЦИПОВА ЗМІНА ТУРИСТИЧНИХ ВПОДОБАНЬ  
УЧАСНИКІВ ВНУТРІШНЬОГО ТУРИЗМУ В УКРАЇНІ:  
РИЗИКИ, ОЧІКУВАННЯ, МОЖЛИВОСТІ**

Під впливом кардинальних змін в політичній перебудові України після 2014 року спостерігається зміна туристичних вподобань, запитів і потреб громадян країни, в тому числі у "внутрішньому туризмі".

Відомо, що внутрішнім туризмом, поки досить непрезентабельним, щорічно 10% населення країни готові користуватись, за умов 5-зіркового обслуговування.

Реально ж у 2013 році в категорію "учасник туристичного потоку внутрішнього туризму України" можна віднести не більше 3,2% населення країни. Іншими словами, потенціал учасників внутрішнього туризму далеко не вичерпаний. Разом з тим, якщо в перший, 2014 рік, була помітна тенденція ослаблення туристичного потоку під впливом очікувань зміни добробуту в українських сім'ях (у цілому близько 15% зменшення потоку від 2013 року), то у 2015 році, "падіння" внутрішнього туристичного ринку реально склало більше, ніж наполовину від 2014 року в абсолютному вигляді (кількість туристів). У 2016 році тенденція катастрофічно продовжується. Тільки за перше півріччя загальне зниження кількості учасників внутрішнього туризму досягла 60% від торішнього результату за цей же період.

Частково цьому сприяла політична складова: нестабільність у Криму, на Закарпатті, у Східних регіонах країни. Ризик опинитися в "гарячій точці" у спокійному стані в Кирилівці, Бердянську та т.д.

У той же час, внутрішній турист іноді нехтує загальноприйнятими установками і серйозною рекламою, вважаючи за краще повернення на "старі" місця для отримання позитивних емоцій і ефекту від відпочинку. Крім того, на коливання ринку в 2015-2016 роках істотний вплив справив реальний стан курортів країни і туристичних регіонів. Так, практично незавантаженими в 2016 році залишилися багато курортних об'єктів у Херсонській області (екологія, екстремізм), Запорізькій та Донецькій областях (близькість фронту, наявність певного "контингенту" що безкоштовно обслуговуються).

Інтерес представляє динаміка "включення" традиційного туристичного регіону – Криму, у загальноукраїнський туристичний процес. Якщо у 2014 році ринок за участю українського туриста в Криму склав трохи більше 30% від показників 2013 року. То у 2015 році від насили подолав рубіж 15% від еталонного 2013 року. Однак в 2016 році, не звертаючи увагу на певні складнощі на кордоні Херсонської області та Криму, півострів відвідало понад 1200000 відпочиваючих і туристів, у т.ч. своїм автотранспортом – понад 400000 туристів, громадян "материкової" України.

Вивчаючи динаміку туристичного потоку, можна зробити наступні спостереження. У цілому ринок внутрішнього туризму має явно виражену тенденцію до скорочення як числа учасників, так і до обсягу залучених фінансових коштів, які туристи готові витратити (вкласти в галузь) в ході подорожі. Криза, що розростається в країні і далі буде знижувати кількість учасників галузі.

У той же час, кмітливі туроператори і турагенти, власники об'єктів обслуговування туристів, і в цих непростих умовах можуть "наростити" обсяги і доходи від внутрішнього туризму.

Неодмінною умовою збереження обсягів в кількісному і фінансовому вимірах, є баланс між кількістю і якістю пропозиції готового туристичного продукту. Простою експлуатацією місцевих краєвидів, туристичних об'єктів або

бальнеологічних факторів вже не обійтися. Необхідно робити істотний стрибок у створенні нових, якісно і кількісно нових пропозицій на ринку.

Простої організації кінних прогулянок місцевістю вже не буде достатньо. Але в поєднанні з новими послугами, наприклад, доглядом за кінями або організацією розважальних боїв, змагань для глядачів або гонок на конях, можливо, з елементами циркової вистави, використанням поні, віслуків і ослів, і т.д. є шанс на залучення відпочиваючого на цілий день, створюючи йому позитивний настрій і відчуття фінансової стабільності для власників бізнесу.

Аналогічна картина в "пляжному туристичному бізнесі", агротуризмі, екотуризмі і при організації турів або локальних туристичних проектів у Карпатах і Прикарпатті, плавнях Придніпров'я і т.д.

Є десятки вражаючих прикладів стабільно прибуткового бізнесу на ринку надання туристичних послуг у 2016 році, що дозволяють розширювати галузь як територіально так і за асортиментом послуг. Але є і не менш значна цифра об'єктів з надання туристичних послуг, яка змушена була призупинити в ці роки свою діяльність.

**СКВІРСЬКА О. Є.,**  
керівник арт-проекту  
«Спаський трамвай»

## **ЛІТЕРАТУРНО-КРАЄЗНАВЧИЙ ФЕСТИВАЛЬ «СПАСЬКИЙ ТРАМВАЙ»**

Арт-проект «Спаський трамвай» – літературно-краєзнавчий фестиваль, який було засновано 2015-го року членом Національної спілки письменників України, поетом Ольгою Сквірською.

Мета проекту:

- привернути увагу городян і гостей міста до історії Миколаєва за допомогою трамвайних екскурсій із залученням досвідченого екскурсовода-краєзнавця;
- об'єднати городян навколо ідеї «гарного Миколаєва», а саме міста, в якому вирує літературне життя, і в якому люди не байдужі до історії і сучасного стану свого міста;
- продемонструвати об'єднуючу роль мистецтва, зокрема, літератури. На одну сцену виходять автори з різними політичними вподобаннями, але є дещо, у чому вони дуже схожі, – створення прекрасного. Важливо показати, що мистецтво здатне лікувати і рятувати від ворожнечі і ненависті;
- створити якісний культурний продукт і, таким чином, змінити в свідомості городян стереотип про літературні читання, як про нудні «посиденьки» у бібліотеках; показати, що може бути інакше;
- об'єднати різні напрямки мистецтва: літературу, музику, танець, живопис, а також такі сучасні жанри, як фایер-шоу, боді-арт, стріт-арт та інші;
- урізноматніти культурне життя Миколаєва.

Особливу увагу організатори фестивалю приділяють рівню авторів, що беруть участь у читаннях, оскільки лише справжня поезія здатна зробити слухача співучасником творчого процесу. А це – також одна із цілей фестивалю.

Учасники фестивалю:

Миколаївські автори: Аркадій Суров, Олег Духовний, Олег Палам, Ксана Коваленко, Ольга Сквірська, Сергій Зубець, Олег Дорош, Ніна Паламарчук, Євген Півень, Артем Куцолабський, Ірина Павленко, Юлія Шокол, Тетяна Мілевська, Сергій Коломієць, Максим Постніков, Євген Уманов.

Євгенія Красноярова, Одеса.

Юлія Баткіліна, Харків

Анжела Богаченко, Київ.

Структура фестивалю

Частина 1. Екскурсія на трамваї.

Частина 2. Літературні читання.

Хронологія проекту (кожен захід проекту має свою назву)

23 серпня 2015 року. Арт-пікнік «Спаський трамвай». Трамвайна екскурсія розпочалася біля дитячого містечка «Казка», включила в себе подорож повз парку «Народний сад» (колишній парк імені Петровського), по Спаському узвозу і завершилася на зупинці «Яхт-клуб». Літературні читання проходили на відкритій естраді колишнього будинку відпочинку «Комунар». Завершився захід поетичним слемом – битвою поетів. На фестивалі звучала гітарна і електронна музика (Сергій Карабут, Олег Палам, Олександр Балашов).

3 жовтня 2015 року. Арт-прогулянка «Із депо – у «Депо». Цього разу екскурсія стартувала від трамвайного депо №1 і завершилася біля «Народного саду». Читання проходили в кафе-музеї «Депо». Спеціальним гостем була поет з Одеси Євгенія Красноярова. У фестивалі також взяло участь джазове тріо.

14 лютого 2016 року. Арт-діалог «Зимовий маршрут». Спеціальним гостем фестивалю стала поет із Харкова Юлія Баткіліна, яка не лише виступила з віршами, а й провела майстер-клас по книговидаванню. Музика – саксофоніст

Станіслав Комарницький. У рамках фестивалю відбулася благодійна «сушка» акварельних листівок художника-аматора Жанни Величко. На отриманні кошти було придбано інгалятор для дівчинки-астматика з малозабезпеченої родини.

23 травня 2016 року. Арт-вечірка «Весняна хвиля». Літературні читання були присвячені миколаївському поету Катерині Голубковій, яка 2016-го року відзначає своє 70-річчя. На фестивалі було продемонстровано відпоетичний ролик – поетичний альманах «Позвонки», підготовлений групою київських поетів.

8 жовтня 2016 року. Арт-територія «Місто поетів». Трамвайній екскурсії передувала екскурсія по території трамвайного депо №1. Літературні читання проходили в арт-клубі «Освод». Відкрив їх танець у виконанні гурту «Pasadena». Автори-учасники фестивалю презентували свої творчі проекти: анонсували і представляли книжки, музично-поетичні програми, демонстрували відеопоезію.

Фінансування проекту відбувається за рахунок родини організатора Ольги Сквірської. Останній фестиваль «Арт-територія «Місто поетів» знайшов партнерів, які допомогли з організацією.



**СМИРНОВ І. Г.**, д.геогр.н., проф.  
КНУ імені Т.Шевченка,  
м. Київ

## **НАЦІОНАЛЬНО-ПАТРІОТИЧНА СПРЯМОВАНІСТЬ У ПРОФЕСІЙНІЙ ОСВІТІ (НА ПРИКЛАДІ ВИКЛАДАННЯ ТУРИСТИЧНИХ ТА ЛОГІСТИЧНИХ ДИСЦИПЛІН У КОНТЕКСТІ ЗЕД)**

Реалізацію національно-патріотичного та виховного аспектів розглянемо на прикладі викладання туристичних та логістичних дисциплін у контексті ЗЕД, зокрема, логістики туризму. У складі цього курсу звертається особлива увага до використання тих туристичних ресурсів, що слугують основою для розвитку військового, військово-патріотичного, мілітарі та інших видів туризму. Відповідні туристичні ресурси у багатьох випадках пов'язані з логістичними особливостями подій військової історії – світової та української. Так, з подіями I Світової війни, сторіччя якої відзначається власне зараз, пов'язаний розвиток відповідних видів туризму, зокрема, це стосується ностальгійного (сентиментального) туризму, військово-музейного тощо. Тут можна послатися на польський досвід, який базується на використанні у туризмі цвинтарів з часів I Світової війни, зокрема, після битв під Танненбергом та Лодзю у 1914-1915 рр. Ці битви відбувалися між німецькими, австрійськими арміями та російською, після чого і залишилися цвинтарі, де поховані загиблі солдати. Нині ці цвинтарі знаходяться на території Польщі, стараннями місцевих влад вони відновлені, приведені до ладу, отримали інформаційне забезпечення, зокрема, у вигляді комплекту карток (Лодзька битва) та використовуються для приваблення туристів – як польських, так і іноземних (особливо з Німеччини). Логістичний складник цих битв полягав у кращій організації логістично-транспортного забезпечення з боку німецьких та австрійських військ (зокрема, використанні залізниць), у результаті чого росіяни програли ці битви і отримали величезні людські втрати. Оскільки іменних медальйонів у них не було, то їх ховали у

великих братських могилах, на яких робили написи типу «500 невідомих російських вояків» тощо. Натомість, у німецькому та австрійському війську кожний солдат і офіцер мав іменний медальйон, тому на їхніх могилах вказане прізвище, ім'я, військове звання тощо. Цим цвинтарям, які зосереджені, зокрема навколо міста Лодзь, вже виповнилося біля 100 років, але стараннями польської влади та відповідних амбасад у Польщі вони відновлені та нині користуються великою увагою туристів. У той же час, Верденська битва, яка відбулася на Західному фронті I Світової війни між німцями та французами у 1916 р., показала логістичну перевагу останніх, які вперше масово застосували автомобільний транспорт для пересування та забезпечення військ. Французи виграли цю битву, але втрати були великі з обох боків. Відповідний музей у м. Верден (Франція) відображає цю подію і користується значною популярністю у туристів, що приїжджають сюди з багатьох країн Європи та світу. У цій битві, що тривала з лютого до грудня 1916 р., загинуло понад 300 тис. французьких та німецьких вояків, тому вона увійшла в історію під назвою «Верденська м'ясорубка». Біля м. Вердена існує військовий цвинтар, а також осуарій Дуамон де знаходяться відповідні поховання. У травні 2016 р. тут був урочисто відкритий меморіал в присутності канцлера Німеччини А. Меркель та президента Франції Ф. Олланда, які підкреслили, що нині м. Верден став символом миру та франко-німецької дружби і притягує багатьох туристів.

Військові події I Світової війни не оминули і Україну, яка тоді була поділена між Російською (схід) та Австро-Угорською (захід) імперіями. У 1916 р. у м. Стрий був створений Легіон українських січових стрільців (УСС), який відзначився у битвах на горах Маківка та Лисоня. Зокрема, на останній у серпні-вересні 1916 р. відбулися запеклі бої Легіону УСС з переважаючими силами російської армії. Найкривавіший бій відбувся 2 вересня, коли перемогу було здобуто ціною втрати більш як половини особового складу українського легіону: 81 вояк убитий, 293 – поранені, 285 – потрапили у полон. Такою ціною Легіон УСС зупинив наступ російського агресора на Бережани і його бойову операцію «Брусилівський прорив». Ушанування століття подвигу Січових

стрільців відбулося цього року у новому, значно ширшому масштабі, основними складниками якого стали: проведений вперше Мілітарний фестиваль українського стрілецтва, у межах якого у с. Посухів, що біля підніжжя Лисоні, з'їхалося близько 5 тис. учасників і гостей; з Тернополя до Посухова прибув спеціальний «Потяг українських звитяг»; відбулося освячення стрілецького цвинтаря, де спочивають учасники того столітнього бою, та перепоховання останків Січових стрільців, а також урочисте сходження учасників заходу на г. Лисоню алеєю, обсадженою червоною калиною. Ще у 1994 р. на вершині Лисоні був встановлений Хрест скорботи і слави, а на мармурових плитах – викарбувані імена полеглих героїв. Поруч з Хрестом збудовано капличку, яку до століття бою реконструювали та розписали новими іконами, на яких зображено як Січових стрільців, так і новітніх героїв, які уже в наш час віддали своє життя за Україну. У заходах з вшанування століття бою на г. Лисоні взяли участь сивочолі ветерани УПА, 91-річна дочка Січового стрільця Надія Ярема, хлопці і дівчата з патріотичних молодіжних організацій, відомі громадські діячі, туристи та прочани з усієї Галичини та України. На гостей чекали різноманітні заходи, серед яких: реконструкція пам'ятного бою, урочисте погашення спеціальної марки та поштового конверта, виставка світлин і художніх творів, концерт гуртів та мистецьких колективів. Очільники Тернопільщини відзначили нагородами усіх, хто долучився до створення пам'ятного меморіального комплексу, – художників, артистів, будівельників, волонтерів.

З подіями I Світової війни пов'язане і виникнення гасла «Слава Україні!», що потрапило до українського лексикону в 1920-х рр. минулого століття, як стверджує український історик, голова Українського інституту національної пам'яті В. В'ятрович. Так, з історичних джерел відомо, що заклик «Слава Україні!» виник у кінному полку «Чорних запорожців». Це була збройна формація армії УНР, яка, виборюючи незалежність, діяла упродовж 1918-1920 рр. на теренах України. Щоправда, тоді вислів звучав дещо інакше: «Слава Україні!» – «Козакам слава!». Кажуть, так віталось козацтво за часів II Гетьманату Павла Скоропадського. У відповідь промовляли «Гетьману слава!».

а з відповіддю «Героям слава!» це було традиційне привітання кубанського козацтва, яке розглядалося як частина України. Адже у 1918-1920 рр. існували спроби включення Кубанської народної республіки до складу УНР. Також подібним чином вітали один одного повстанці Холодного Яру. Так, 24 вересня 1920 р. у Медведівці на Черкащині, де колись спалахнула Коліївщина, відбулася нарада холодноярських отаманів, у якій взяли участь командири Степової дивізії та ватажки збройних формувань з інших регіонів. На ній криворізького отамана Степового-Блакитного (Кость Пестушко) було обрано Головним отаманом усіх повстанських загонів Холодного Яру і околиць. Власне Степова дивізія, яка налічувала від 12 до 18 тис. бійців, і поширила вітання «Слава Україні!» – «Україні слава!». А найгучніше воно зазвучало з появою ОУН. Гасло «Слава Україні!» – «Героям слава!» стало символом УПА. Промовляли його пошепки, криючись від ворога, під страхом смерті, оскільки совети за нього катували, вбивали. Але нескорені патріоти готові були терпіти всі муки і віддаючи життя, на останньому видиху все одно проказували: «Слава Україні!»

II Світова війна перевагу логістики показує на прикладі операції з висадки військ союзників у Франції 1944 р. Ця операція відома під назвою “Overlord” і є ілюстрацією ретельної логістичної підготовки цієї операції з боку союзницьких військ, що забезпечило її успіх та мінімальні людські втрати. Як результат, терміни II Світової війни були істотно скорочені. У 2014 р. відзначалося 70-річчя операції “Overlord”, на якому були присутні не тільки керівництво країн ЄС, але й численні туристи, до послуг яких були підготовлені екскурсії під гаслом «Шляхи звитяги», відповідні музейні експозиції тощо.

#### **Список використаних джерел:**

1. Смирнов І.Г. Маркетинг у туризмі: навч. пос./І.Г.Смирнов. – К.:КНУ імені Тараса Шевченка, 2016. – 251 с.
2. Смирнов І.Г. Логістика у туризмі: навч. пос./ І.Г.Смирнов. – К.: Знання, 2009. – 444 с.
3. Стадницький Ю.І. Просторова організація систем послуг. Словник-довідник / Ю.І. Стадницький, М.П. Мальська. – К.: ЦУЛ, 2013. – 270 с.

**СТИЦЕНКО О.В.**, асистент

Миколаївський міжрегіональний інститут  
розвитку людини

ВНЗ «Університет «Україна»

## **ГАСТРОНОМІЧНИЙ ТУРИЗМУ ЯК ПЕРСПЕКТИВНИЙ НАПРЯМОК РОЗВИТКУ РИНКУ ТУРИСТИЧНИХ ПОСЛУГ В УКРАЇНІ**

Сучасний розвиток глобальної економіки та загальносвітова тенденція розвитку сфери послуг характеризуються переходом більшості національних економічних систем до значного зростання невиробничого сектору. А тому, туризм, стає важливою сферою світової економіки, однак на фоні конкуренції споживчих уподобань виникає все більше необхідності в урізноманітненні видів туризму.

Одним з перспективних напрямків розвитку ринку туристичних послуг є гастрономічний туризм – спеціалізований вид туризму, пов'язаний з ознайомленням і дегустацією національних кулінарних традицій країн світу, що є синтезом екології, культури і виробництва. З точки зору організаторів туризму, гастрономічний тур передбачає ознайомлення з оригінальними технологіями виготовлення місцевих харчових продуктів, традиціями їх споживання, опанування навичок кулінарного мистецтва, участь у фестивалях та тематичних культурно-масових заходах [1].

У 1998 році науковцем державного університету Bowling Green (США) Люсі Лонгом вперше введено в обіг термін «гастрономічний туризм». У 2003 році Еріком Вольфом була заснована Міжнародна асоціація гастрономічного туризму, перейменована у Всесвітню Продовольчу Туристичну Асоціацію (World Food Travel Association) [3].

Гастрономічні туристи представлені наступними категоріями населення:

- туристи, яким набрид звичайний туризм;
- туристи, які хочуть внести різноманітність у свій раціон;

- гурмани;
- туристи, чия робота пов'язана з приготуванням та вживанням їжі;
- представники туристичних компаній зацікавлені в організації власних гастротурів.

Сучасного мандрівника стає все складніше здивувати білим піском, блакитними узбережжями, пам'ятниками архітектури та гірськолижними курортами. Тому гастрономічний туризм як можливість спробувати щось нове і випробувати яскраві емоції набирає все більшої популярності. І не дивно, адже знайомство з місцевою кухнею є невід'ємною складовою будь-якого відпочинку.

Гастрономічний туризм має декілька напрямків:

- *тур по сільській місцевості* включає в себе перебування туристів у сільській місцевості з метою дегустації регіональної місцевої кухні і продуктів;
- *ресторанний тур* включає відвідування найбільш відомих та популярних ресторанів, що відрізняються високою якістю, ексклюзивністю кухні, а також національною спрямованістю;
- *освітній тур* – це тур із навчанням у спеціальних освітніх установах з кулінарної спеціалізацією, а також курсів та майстер-класів;
- *Подієвий тур* орієнтований на відвідування місцевості в певний час з метою участі у культурно-масових заходах із гастрономічною тематикою.

Гастрономічний туризм не можна віднести до масового, оскільки цей вид туризму відносно молодий і нерозвинений, тому більша частина поїздок представлена у форматі саме індивідуальних турів, що впливає на їх ціноутворення.

До специфічних рис гастрономічного туризму відноситься:

- умови для розвитку гастрономічного туризму мають всі країни світу, що є унікальною відмінною рисою даного виду туризму;
- даний вид туризму не є сезонним, а отже у будь-яку пору року можна підібрати відповідний тур;

- гастрономічний туризм є складовим елементом усіх видів турів, але на відміну від інших видів туризму ознайомлення з етнічною кухнею стає головним мотивом та елементом подорожі;

- просування місцевих господарств і виробників продовольчих товарів є невід'ємною складовою будь-якого гастрономічного туру;

- надає можливість ознайомитися не тільки із кулінарними традиціями певної країни, а також з елементами її фольклору, традиційними способами виробництва продуктів харчування та історичним минулим.

Кулінарна спадщина є частиною туристського досвіду. Крім того, існує шлях поглибленого вивчення традиційної кухні в розумінні та інтерпретації соціальних, культурних, комерційних, технологічних, економічних і оздоровчих контекстів. Також слід зазначити, що аспект харчування в туризмі має яскраво виражений етногеографічний підхід, адже їжа цікавить туриста не стільки з точки зору технології її приготування, скільки як явище побутової культури, що розвивається за певних географічних умов. Національна кухня знаходиться в тісному взаємозв'язку з іншими аспектами життя, які відображають взаємини людей у суспільстві, норми і форми поведінки, традиційні для даної нації. Кулінарний туризм є важливим чинником позитивної глобалізації сучасного соціуму, який сприяє перетворенню протистояння культур у їх діалог, збереженню природної та культурної спадщини [2].

Сьогодні гастрономічний туризм добре організований у Чехії, Угорщині, Шотландії, Франції, Італії, Іспанії, де існує розвинена мережа турів національних ресторацій. Найпопулярніші гастрономічні тури у французьких Шампань, Бордо, Прованс. Любителі віскі їдуть у Шотландію, а цінителі пива обирають Чехію. Винний маршрут тягнеться від Франції до ПАР, а в екзотичних африканських країнах вас нагодують м'ясом диких тварин.

Сьогодні в Україні спостерігається стрімкий розвиток гастрономічного туризму. Підтвердження тому є велика різноманітність кулінарних фестивалів з приготуванням та дегустація страв різних народів світу: «Фестиваль полуниці на

Харківщині»; «Львів на тарілці», «Фестиваль тушкованого півня на Закарпатті», «Фестиваль голубців на Закарпатті», «Золотий гуляш», «КоропФест» на Тернопільщині, «Сливовий фестиваль на Закарпатті» тощо [4].

Резюмуючи все вище сказане, слід констатувати, що гастрономічний туризм набуває особливої актуальності, адже цей вид туризму має значні перспективи розвитку, а організація гастрономічних турів сприяє відродженню національних кулінарних традицій. Саме тому, гастрономічний туризм, має всі можливості стати сучасним трендом української сфери гостинності.

### Література:

1. Басюк Д.І. Інноваційний розвиток гастрономічного туризму в Україні / Д.І. Басюк // Наук. пр. НУХТ. – 2012. – № 45. – С. 128 – 132.
2. Вишневська Г.Г. Потенціал культурно-пізнавального туризму у збереженні культурної спадщини України / Г.Г. Вишневська // Українська культура: минуле, сучасне, шляхи розвитку. – 2013. - Вип. 19(2). – С. 192-196. – Режим доступу: [http://nbuv.gov.ua/UJRN/Uk\\_msshr\\_2013\\_19\(2\)\\_43](http://nbuv.gov.ua/UJRN/Uk_msshr_2013_19(2)_43)
3. Стешенко Д.О., Парфіненко А.Ю. Гастрономічний туризм як чинник розвитку туристичної сфери України / Д.О. Стешенко, А.Ю. Парфіненко // Матеріали VI міжнародної науково-практичної конференції «Туристичний бізнес: світові тенденції та національні пріоритети» (м. Харків, 9 листопада 2012 р.). – Х.: ХНУ імені В.Н. Каразіна, 2012. – С. 239 – 241.
4. Топ-7 літніх гастрономічних фестивалів в Україні [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://kava.lviv.ua/ua/article/5210/~top-7-litnikh-hastronomichnykh-festyvaliv-v-ukraini>.



**УЛІГАНЕЦЬ С.І.**, к. геогр. н., доцент,  
**МЕЛЬНИК Л.В.**, к. геогр. н., н.с.,  
**БАТИЧЕНКО С.П.**, к. геогр. н., м.н.с.,  
Київський національний університет  
імені Тараса Шевченка, м.Київ

## **ФУНКЦІОНАЛЬНІ ЗМІНИ МІСЬКОГО ПРОСТОРУ ЛУЦЬКА**

У сучасних умовах існування «місто» займає одно з найважливіших місць в системі адміністративно-територіального устрою не тільки в Україні, але і в усьому світі. У містах відображаються економічні, соціальні, політичні, екологічні та господарські процеси, які мають місце у суспільстві. Вони мають визначені закономірності розвитку й функціонування. У цілому, місто є центром життя людини у різних його аспектах.

Луцьк – одне із найдревніших міст у Західній Україні, яке має свою давню історично-культурну спадщину, та вигідне географічне положення, являє собою адміністративний, економічний та культурний центр. Входить до складу «Єврорегіону Буг». Розкинувся на берегах судноплавної річки Стиру, залізнична станція, сформований вузол автомобільних шляхів.

Вперше згадка про Луцьк з'явилася у 1085 році в Іпатіївському літописі. Вже тоді місто мало дерев'яну фортецю-дитинець і навколишні посади. Проте археологічні дослідження дають підстави вважати виникнення граду близько 1000 року. У давньоруські часи на території міста існувало городище, а згодом там було побудовано фортецю замок князя Любарта.

Місто було центром Луцького удільного князівства, яке до середини XII століття входило до складу Київської Русі, після її роздроблення відійшло до складу Володимир-Волинського, а згодом з 1199 р. до Галицько-Волинського князівства. На той час Луцьк займав друге місце по Волині, населення займалося сільським господарством, ремеслами, торгівлею. На кінець XIX ст. почали брукувати вулиці, прокладали електрифікації, працювали над благоустроєм.

Сучасний Луцьк – обласний адміністративний центр Волинської області, займає площу понад 39 кв.км., кількість мешканців станом на 1 січня 2016 року становить 217,4 тис.чол., прикордонне розташування Волині робить Луцьк центром міжнародної торгівлі, та важливим транспортним вузлом. Розвиненою інфраструктурою, сприятливий для бізнес клімату приваблює прямі іноземні інвестиції.

Місто Луцьк мешканці умовно поділяють на Старе і Нове місто. Старе місто позиціонується як історико-архітектурний заповідник, де розміщені пам'ятки архітектури XII-XVIII століття, одна з цих пам'яток, верхній Луцький замок, що входить в десятку найдавніших фортифікаційних споруд Західної Європи. Також сюди відносять католицький собор Святих Петра і Павла, православна Свято-Покровна церква, європейська синагога, лютеранська кірха.

Нове місто яке розкинулося в мірорайонах 33-й, 40-й, 50-й який активно розбудовується в якому мешкає основна частина населення, у цих районах переважають житлові забудови 70-80-90-років. Тут розвинута мережа продовольчих магазинів, супермаркетів, аптек, ресторанних закладів.

Значна розбудова міста спричинила необхідність розділити його на житлові райони, на теперішній час їх налічується одинадцять: Вереснєве, Вишків, Гнідава, Гуца, Дубнівський, Завокзальний, Старе місто, Кічкарівка, Красне, Теремно, Центр, більшість з них зберегли свої давні історичні назви.

Проблема з дефіцитом землі під житлову забудову в місті вирішується шляхом зведення житла на колишніх заводських землях. Так, в місті нові житлові мікрорайони будуються на території непрацюючих підприємств, колишніх складів і військових містечок. Зокрема, великий житловий мікрорайон площею 50 га по вулиці Стрілецькій, практично в центральній частині міста (район військової частини та промислові підприємства). У межах вулиць Івана Франка, Винниченка та Яровиця, у центрі Луцька, на території комбінату хлібопродуктів, збудовано житловий квартал площею 3 га. Заміна промислової функції на житлову характерна для ділянки площею 3,2 га, яка обмежена вулицями

Рівненська, Дубенська і Авторемонтна. Великий житловий масив площею 40 га з'являється неподалік центральної частини міста, на проспекті Свободи, вулицях Шопена, Кліма Савура, Задворецької, вздовж річки Сапалаївки. Нові житлові багатоповерхівки витісняють приватні будинки більшість з них побудовані в 60-70-ті роки ХХ століття.

У зв'язку із змінами в житті суспільства останнім часом набула поширення садибна забудова, за індивідуальними проектами в Центральному мікрорайоні та на його околицях, де виникають цілі вулиці з такими будинками. У найрізноманітніших куточках міста можна зустріти використання художнього металу.

Один з найкрасивіших і найдовших центральних проспектів міста є Проспект волі, він бере свій початок від Театрального майдану і закінчується на Київському майдані. Проспект є головною внутрішньою магістраллю, він служить для проведення розважальних заходів та відпочинку містян. Історія нинішньої головної вулиці міста досить цікава, документально засвідчено час її виникнення в 1870 році. Також тут розташовані: універмаг «Луцьк», головний корпус університету ім. Лесі Українки і редакція обласної газети «Волинь».

Головною визначною пам'яткою та великою гордістю є замок Любарта.

Багато споруд того часу на сьогодні є чудовими пам'ятками архітектури: Волинський краєзнавчий музей, «Дім офіцерів», глав поштамт, будинок з Меркурієм.

Добре розвинута інфраструктура банківських установ, страхових компаній, аудиторських фірм. Так, у місті налічується більше 90 відділень та філій банків, розвинута мережа торговельних об'єктів (більше 1000 об'єктів), а також 277 об'єктів ресторанного господарства 10% з них розташовано на центральній вулиці міста пр. Волі. Один з найбільших в Україні автомобільних ринків знаходиться у Луцьку по вулиці Євшора.

Старовинне і водночас сучасне місто уособлює в собі європейську вишуканість, декларуючи європейські стандарти життя.

**Висновки.**

Для м. Луцька характерні наступні риси трансформацій міського простору:

- заміна промислових функцій території на житлову. На території закритих підприємств, військових частин, складів будуються житлові комплекси;
- у центральній частині міста активно розвивається сфера послуг, у вигляді зростання кількості закладів громадського харчування, торгівлі, закладів послуг;
- позитивні просторові трансформації тяжіють до важливих в адміністративному і туристичному відношенні вулиць, економічно розвинутих районів;
- туристична привабливість спричинює специфічні просторові трансформації. З одного боку, об'єкти туризму зумовлюють появу і модернізацію характерних об'єктів (закладів громадського харчування, готелів). Разом з тим розвиток інфраструктури підвищує цінність туристичних об'єктів.

**Список використаних джерел:**

1. Волинська область. Адміністративно-територіальний поділ на 1 липня 1981 року. – Львів: Каменяр, 1981. – 134 с.
2. Дністрянський М.С. Галицько-Волинська держава // Кордони України / М.С. Дністрянський. – Львів: Світ, 1992. – 17-20.
3. Лаппо Г.М. Города на пути в будущее / Лаппо Г.М. - М.: Мысль, 1987 – 126 с.
4. Перцик Е. Н. География городов (геоурбанистика) : [учеб. Пособие для геогр. спец.вузов] / Е.Н. Перцик. – К.: Высш. шк., 1991. – 319 с.
5. Поручинський В.І. Активізація місто утворюючих функцій в умовах транскордонного співробітництва (на прикладі Волинської області) / В.І. Поручинський, М.Р. Влах // Наук. вісн. Волин. нац. ун-ту ім. Лесі Українки, 2012. – № 18 (243). – С. 76-80.

**ЧИЧКАЛЮК Т.О.**, к.е.н., доцент  
Чорноморського державного  
університету імені Петра Могили

## **ОСОБЛИВОСТІ СТВОРЕННЯ ТУРИСТИЧНОГО ПРОДУКТУ НА ТЕРИТОРІЯХ ТА ОБ'ЄКТАХ ПРИРОДНО-ЗАПОВІДНОГО ФОНДУ**

Концепція національних парків та збереження природи є більш прийнятною для суспільства, так як особливий статус цих територій не настільки жорстко асоціюється з обмеженнями. Для ширшого розкриття суті об'ємної функції і визначення цілей та завдань територій і об'єктів природно заповідного фонду (далі – ПЗФ) у сфері туризму і відпочинку, ми робимо спробу визначити слабкі і сильні сторони можливостей розвитку туризму в ПЗФ.

Розглядаючи сильні сторони ми маємо на увазі, насамперед, ті характеристики ПЗФ як території, які дають йому певні конкурентні переваги в плані сталого розвитку. Відповідно під слабкими сторонами ми маємо на увазі ті характеристики, які перешкоджають сталому розвитку туризму і територій природно-заповідного фонду в цілому. Створення умов для регульованого туризму і відпочинку являє собою комплексну задачу та вимагає високого рівня менеджменту в цій сфері економіки [4].

На наш погляд, туризм у процесі управління діяльністю територій і об'єктів ПЗФ має розглядатись іще як одна з найбільш перспективних галузей місцевої економіки, у сталому розвитку якої зацікавлені різні сторони, а саме: органи влади і управління різних рівнів, спеціалізовані комерційні структури, а також місцеве населення. Тільки таке розуміння туризму має передбачати необхідність більш високої координації дій з його розвитку між залученими в цей процес сторонами. Метою організації цього процесу має стати реальна можливість максимально реалізувати туристський потенціал території і досягти сприятливого соціально-економічного результату.

Об'єкти ПЗФ мають можливість впливати на процеси розвитку туризму як напрямку своєї діяльності через:

- створення умов для розвитку відповідної інфраструктури;
  - професійний підхід до формування туристської пропозиції національних парків;
  - гостинність та забезпечення високого рівня обслуговування відвідувачів;
  - активізацію підприємницької активності, насамперед, місцевого населення,
  - побудова партнерських відносин зі спеціалізованими комерційними структурами, а також з місцевими і регіональними органами влади та управління.
- [5]

Оскільки розвиток туризму і відпочинку пов'язаний з більш інтенсивним природокористуванням, цей процес вимагатиме від національних парків більш ефективного використання існуючих правових та інших механізмів регулювання своєю діяльністю. Регульований туризм і відпочинок в національних парках має цілий ланцюг сильних і слабких сторін, загроз і можливостей. Зробимо спробу виокремити слабкі і сильні сторони організації туризму в ПЗФ.

Сильними сторонами ПЗФ є: наявність державних установ дає території певні переваги в плані сталого розвитку, так як існуючі правові механізми регулювання туристичної та іншої господарської; хороша вивченість у відношенні біологічного, ландшафтного та культурно-історичного різноманіття служить надійною основою для прийняття рішень при плануванні, розвитку та моніторингу туризму; туристичні продукти сприяють диверсифікації туристської пропозиції регіону, формуванню центрів регіональної індустрії туризму, а при наявності відповідної інфраструктури – розвитку в'їзного туризму; мають штат висококваліфікованих фахівців у сфері науки, охорони природи та екологічної освіти; їх знання і досвід, безперечно, є затребувані при формуванні турів; окремі території та об'єкти мають великий практичний досвід в сфері планування туризму, обслуговування туристів, а також безпосередньо у

сфері туropolерейтинга; формують екологічну складову іміджу території і країни в цілому [3].

Слабкі сторони: Відсутній механізм координації дій з розвитку туризму між об'єктами, органами місцевого самоврядування і місцевими жителями, що прямо впливає на процеси планування і управління; слабка нормативно-методична база туризму і відпочинку позначається на ефективності управління у цій сфері, що створює проблеми при територіальному плануванні зон туристичного обслуговування, регулювання туристських потоків, видачі ліцензій, дозволів і посвідчень, підписання договорів оренди, екологічному моніторингу і т.д.; відсутність або незадовільний стан туристської інфраструктури на територіях та об'єктах ПЗФ є одним з найбільш серйозних перешкод для розвитку туризму, через нездатність адекватно контролювати процес відвідування туристами та відпочиваючими; незадовільним є як кількість об'єктів інфраструктури, так і їх низькі споживчі якості, що робить їх малопривабливими і практично неконкурентоспроможними порівняно з національними парками Європи, Америки і Африки; низький рівень регіонального і національного маркетингу при формуванні турпродукту і їх сусідніх територій; відсутність договірної культури знижує можливості територій та об'єктів ПЗФ регулювати туристську діяльність і діяльність інших господарюючих суб'єктів на своїй території [1].

Окремі позитивні результати в сфері організації туризму, відпочинку та оздоровлення ми вже спостерігаємо на територіях та об'єктах ПЗФ, а саме: природоохоронна робота стає більш широко відомою як на національному, так і на міжнародному рівні; збільшується громадська підтримка охорони природи; туризм сприяє більш чіткому розумінню суспільством суті охорони природи; туризм сприяє просуванню концепції національних парків та популяризації їх цілей в суспільстві, підвищує важливість і потрібність всіх природоохоронних установ в очах суспільства [2].

**Список використаних джерел:**

1. Воробйова О.А., Дишловий І.М., Харічков С.К. Проблеми природокористування та сталого розвитку в рекреаційно-туристичній сфері: Монографія. – Одеса: ІПРЕЕД НАН України, 2009. – 374 с.
2. Електронне джерело: zakon.rada.gov.ua>laws/show/1056/2009.
3. Екологічний туризм як компроміс використання і збереження природно-заповідних територій / Чичкалюк Т.О. // Матеріали Всеукраїнської науково-практичної конференції «Стан та перспективи розвитку заповідної справи та екологічного туризму в Україні» (м. Миколаїв, 21-22 березня 2013 р.) / Чорноморський державний університет імені Петра Могили / Колектив авторів. – Миколаїв: Дизайн та Поліграфія, 2013. – С. 247-250.
4. Концептуальні основи та організаційно економічні механізми екологізації управління природоохоронними територіями / Полякова І. В. //Електронне наукове фахове видання “Ефективна економіка”. Інститут проблем ринку та економіко-екологічних досліджень. Дніпропетровськ, 2012.
5. Розвиток рекреаційно-туристичної сфери Миколаївської області: проблеми та перспективи /Чичкалюк Т.О.// Туризм і гостинність в Україні: стан, проблеми, тенденції, перспективи розвитку: матеріали І Міжнародної науково-практичної конференції (1-2 листопада 2012 р., м. Черкаси). – Черкаси: Брама-Україна, 2012. – С. 622-627



**ФЕДОТОВ І.А.**, аспірант  
КНУКіМ, м. Київ

**ПЕРСПЕКТИВИ РОЗВИТКУ ІСТОРИКО-КУЛЬТУРНИХ  
ТУРИСТИЧНИХ РЕСУРСІВ ТА ЇХ ВПЛИВ НА ІМІДЖЕВУ  
ПРИВАБЛИВІСТЬ ПІВДНЯ УКРАЇНИ**

В умовах ринкової та економічної інтеграції України до світової спільноти важливого значення набуває туристична галузь. Як свідчить світова практика, туризм має високу ефективність, за темпами зростання, в кінці другого тисячоліття туристична галузь випередила автомобілебудування та видобуток нафти. Одним з базових та більш перспективних напрямків розвитку туристичної галузі в Україні є історико-культурні ресурси, які мають широкий спектр для розбудови свого потенціалу.

Історико-культурні туристичні ресурси – це сукупність об'єктів матеріальної і нематеріальної культури, що історично зафіксовані на певній території, відображають її неповторність і є мотивом для здійснення подорожі[1]. Складна та багатогранна історія південних регіонів, зокрема Миколаївської та Херсонської областей, обумовила формування самобутньої багатонаціональної культури. Різноманітність та неповторність історико-культурного надбання відображається в численних пам'ятках історії та культури, самобутніх культурних традиціях, народних промислах та ремеслах.. Розвиток історико-культурних ресурсів та їх ефективне використання впливає на формування рекреаційно-туристичних регіонів, їхню економічну ефективність, та сприяють підвищенню іміджевої привабливості.

На дослідження проблем регіонального розвитку, в тому числі історико-культурних ресурсів приділили свою увагу науковці: А.В.Бакурова, О.О.Бейдик, Л.Д.Божко, А.В.Діденко, В.І.Цибух, В.Г.Явкін. Насправді, історико-культурний потенціал України важко оцінити, бо країна має такі величезні об'єми туристичних ресурсів, що могли стати поштовхом для швидкого розвитку, а не гальмувати цей процес, як це відбувається сьогодні.

Досліджуючи туристичну галузь можна зробити висновки які виявляють фактори що стримують розвиток саме історико-культурних ресурсів. Самі фактори ми поділили на економічні, правові та комунікативні. Саме на дослідженні комунікативних факторах було зосереджено увагу. Комунікативні фактори – це умови, рушійна сила, або чинники які пов’язані або мають вплив на розвиток комунікацій та формують іміджеву привабливість регіону[4]. Негативними комунікативними факторами, що гальмують розвиток історико-культурного ресурсу є:

- відсутність системи рекламно-інформаційного забезпечення,
- відсутність системи залучення історико-культурної спадщини до туристичної галузі,
- недостатнє дослідження та популяризація феномена культурного туризму, взаємодії туризму і міжкультурного діалогу,
- відсутність сучасної маркетингової стратегії на історико-культурних об’єктах,
- низький рівень туристичного продукту на історико-культурних об’єктах, який не відповідає сучасним потребам туриста,
- дефіцит висококваліфікованих, авторитетних фахівців, менеджерів на історико-культурних об’єктах

Звертаючи увагу на вище зазначене, можна запропонувати певний алгоритм дій, які послугують поштовхом для вдосконалення та модернізації туристичної галузі. А саме застосування Event- технологій, тобто подієвих заходів в роботі для історико-культурних об’єктів, як маркетингового інструменту для підвищення привабливості історико-культурного продукту[5]. На сам перед мова йдеться про активізацію роботи історико-культурних комплексів з залученням елементів відтворення історично-знакових, побутових, подій та традицій. Залучення іноземних фахівців з досвідом роботи з популяризації туристичних об’єктів. Використання іноземного досвіду та практики побудови іміджевої привабливості різного роду об’єктів.

На сьогодні розвиток історико-культурних об'єктів України є одним з найважливіших та перспективних для формування позитивного іміджу туристичної галузі. Цей напрямок є перспективною базою для розвитку національної економіки та культури, створення позитивної репутації та іміджу на міжнародній арені, одним з джерел соціально-економічного розвитку не тільки країни в цілому, а й окремих регіонів. Історико-культурний туризм, або культурний туризм покликаний слугувати ідеям інтелектуальної й моральної солідарності людства, затвердженню ідеалів терпимості в суспільстві, тобто повазі, прийняттю й правильному розумінню різноманіття культур нашого світу[6].

#### **Список використаних джерел**

1. Бейдик О.О. Рекреаційно-туристські ресурси України: Методологія та методика аналізу, термінологія, районування: [Монографія] / О.О. Бейдик. – К.: Видавничо-поліграфічний центр „Київський університет”, 2001. – 395 с.
2. Гайдук А. Дослідження розвитку світової туристичної індустрії з використанням методу сценаріїв / А Гайдук // Регіональна економіка. - 2008. - №3. - С 152-159.
3. Закон України „Про охорону культурної спадщини” від 8 червня 2000 р. №1805-III // Відомості Верховної Ради. – 2000. – №39. – ст.333.
4. Науково-методичні засади реформування рекреаційної сфери / [Кравців В.С., Гринів Л.С., Копач М.В., Кузик С.П.]. – Львів: Інститут регіональних досліджень НАН України, 1999. – 78 с.
5. Школа І.М. та ін. Менеджмент туристичної індустрії: Навчальний посібник / За ред. проф. І.М. Школи. – Чернівці: Книги-XXI, 2005. – 596 с.
6. Декларація терпимості ЮНЕСКО, 1995Р. – М., 1996.

ГАВРИЛОВА О.В., к.п.н., доцент  
ВП «МФ КНУКіМ», м. Миколаїв

## ЗАСТОСУВАННЯ ІНТЕРАКТИВНИХ МЕТОДІВ РОБОТИ У ЕКСКУРСІЙНІЙ ПРАКТИЦІ

У часи економічної кризи актуальною стає боротьба за клієнта, на перший план виходить орієнтування на його потреби та інтереси. Це сприяє пошуку і застосуванню інноваційних підходів.

Інновації ми розглядаємо (за Л. В. Ващенко) як систему, утворену з таких складників: власне ідеї та їх практична реалізація [1, с. 338–340]. Серед інноваційних особливе місце займають інтерактивні методи роботи, як спосіб налагодження взаємодії між учасниками, що сприяє активному включенню у процес, емоційному підкріпленню, що є важливим фактором сприймання інформації.

У нинішніх умовах клієнт сплачує гроші не лише за інформацію, яку він може отримати в Інтернеті, а і за враження, які він може здобути через взаємодію з іншими учасниками, за відчуття себе частиною дійства.

Інтерактивні методи навчання досліджували Р. Балан, Л. Велитченко, Т. Дуткевич, І. Підласий, С. Кашлев, О. Комар, М. Кларін, В. Мельник, О. Пометун, Л. Пироженко, Л. Щербина та інші. Важливість інтерактивних методів роботи у туристичній сфері, зокрема у екскурсійній діяльності підкреслювали І. Дашевська, Б. Ємельянов, М. Покогодна, І. Чагайда, С. Грибанова, В. Бабарицька, А. Короткова, О. Малиновська, О. Томкович та ін.

**Мета роботи:** з'ясування особливостей інтерактивних методів в екскурсійній практиці. «Інтерактивні підходи сьогодні є найбільш ефективними, бо ставлять того, хто шукає знань в активну позицію їх самостійного освоєння... і шукача істини» [2, с. 225].

Інтерактивна екскурсія – це організація екскурсійного процесу таким чином, що практично всі його учасники стають залученими до процесу пізнання,

мають можливість розуміти та рефлексувати з приводу того, яку інформацію вони отримують. Упровадження інтерактивних методів передбачає самостійне сприйняття інформації клієнтами, орієнтуючись на їх життєвий досвід, а також на їх активну взаємодію між собою та експозицією.

Інтерактивні методи характеризуються діалогом та взаємодією між усіма учасниками: майстер-класи, обговорення, віртуальні екскурсії з творчим завданням, бесіди, опитування, конкурси, вікторини, інсценування, брейн-стормінг, тренінги, ділові ігри, заняття нестандартної форми тощо.

Отже, під час інтерактивної екскурсії клієнт опиняється у соціальній ситуації розвитку, яка спонукає до розвитку його творчих здібностей:

- надає можливість засвоїти до 90% інформації (на відміну від 20% засвоєної інформації під час лекції);
- дозволяє зменшити на засвоєння інформації до 30-50% часу;
- дає можливість екскурсанту спробувати себе у різних ролях, з демонстрацією власних найкращих якостей;
- екскурсійна взаємодія забезпечує постійне позитивне підкріплення самостійної пошукової активності клієнтів;
- оволодіння прийомами мислетворчості є засобом розвитку суб'єктивності особистості;
- екскурсовод може займати фасилітативну позицію у взаємодії з екскурсантами.

Ефективними сучасними інтерактивними методами при проведенні екскурсій виступають різні види квестів: екологічний, етнографічний, краєзнавчий тощо.

Квест активізує туристичну діяльність, сприяє практичному застосуванню теоретичних знань, вмінь та навичок, розвитку інтелектуальних і творчих здібностей, прояву особистості в різноманітних образах, розвитку організаційних здібностей і командного духу учасників тощо. Під час квесту

можливе дослідження краєзнавчої інформації через практичні форми вдало підібраних питань та завдань на місцевості.

Учасники спільно вирішують логічні завдання, здійснюють пошук на місцевості, будують оптимальні маршрути переміщення, шукають оригінальні рішення і підказки. Після завершення чергового завдання команди переходять до виконання наступного. Переможцем стає команда, яка швидко і правильно виконає всі завдання.

Цей метод набуває популярності серед студентської та учнівської молоді. Молодь має змогу самотужки провести собі екскурсію, за визначеним організаторами маршрутом, який може бути у формі творчих завдань.

Сьогодні популярності набуває селфіквест, завданням якого є знайти потрібні точки маршруту за завданнями, зробити селфі на фоні та відправити фото на сторінку компанії у мережу. Така форма роботи сприяє популяризації компанії-організатора.

Важливість квестів полягає у поєднанні самотійного пошуку інформації з прийомом руху – суттю екскурсії, однією з визначальних її рис.

Сучасна інтерактивна екскурсія поєднує у собі прийоми показу і розповіді з комплексом інтерактивних методів. Спорідненість інтерактивної екскурсії з навчанням дає їй широке поле використання всього комплексу навчально-виховних методів.

Популярною сьогодні є екскурсія-інсценізація, під час якої певна історична постать самотійно проводить екскурсію, а також нічні музейні екскурсії, які проводяться як театралізації або рольові ігри. «Музейними» інтерактивними методами є методи спрямовані на самотійну діяльність екскурсантів (наприклад, ліплення горщика з глини, виготовлення ляльки-мотанки, ляльки-зерновушки тощо).

Інтерактивна навчальна діяльність передбачає організацію і розвиток діалогового спілкування екскурсовода і екскурсантів. У ході діалогової взаємодії принципово змінюється позиція екскурсовода. Під час традиційної екскурсії

екскурсовод виконує роль «аудіокниги», під час інтерактивної екскурсії – роль консультанта-фасилітатора.

Ефективне проведення інтерактивної екскурсії вимагає професійної підготовки екскурсовода. А саме:

- екскурсовод має створювати для кожного клієнта ситуацію успіху під час екскурсії; володіти технологією організації суб'єкт-суб'єктної взаємодії, реалізуючи в процесі спілкування з клієнтами такі функції спілкування, як відкриття, співучасть;

- екскурсовод має поєднувати в своїй роботі фасилітаційну, експертну та організаційну позиції: як лектор-експерт – викладати нову інформацію, формулювати проблеми, відповідати на запитання. Як організатор – налаштовувати інтерактивну взаємодію учасників. Як фасилітатор – звертатись до особистого досвіду учасників, спонукати їх до самостійного пошуку нових шляхів вирішення наявних завдань та формулювання нових запитань.

**Висновок.** Налаштування на цільову аудиторію, її потреби та запити вимагає застосування інтерактивних методів у роботі екскурсовода. Їх використання оптимізує процес проведення екскурсій, допомагає встановити партнерські стосунки екскурсовода й групи, підвищити рівень якості надання послуг екскурсійної діяльності. Інноваційні форми роботи сприяють розвитку дослідницької діяльності молоді; активізують пошукову, організаційно-творчу роботу, обмін досвідом у питаннях популяризації туризму; підвищують професійну майстерність, стимулюють розвиток творчих ініціатив та реалізацію творчого потенціалу екскурсоводів.

#### **Список використаних джерел:**

1. Енциклопедія освіти / Акад. пед. наук України ; головний ред. В. Г. Кремень. – К. : Юрінком Інтер, 2008. – 1040 с.
2. Підласий І. П. Практична педагогіка або три технології. Інтерактивний підручник для педагогів ринкової системи освіти / Підласий І. П. – К.: Видавничий Дім “Слово”, 2004. – 616 с.

## **ЗБІРНИК ТЕЗ ДОПОВІДЕЙ**

### **IV Всеукраїнської науково-практичної конференції «Сучасні тенденції розвитку туризму»**

---

Посвідчення № 642 від 24 жовтня 2016 р. про реєстрацію проведення IV Всеукраїнської науково-практичної конференції «Сучасні тенденції розвитку туризму» видане Українським інститутом науково-технічної і економічної інформації (УкрІНТЕІ)

#### **Редакційна колегія**

##### **Голова:**

Федотова Н.В. – директор ВП «Миколаївська філія Київського національного університету культури і мистецтв», Заслужений працівник культури України, доцент.

##### **Члени редакційної колегії:**

Шуляк С.О. – к.п.н., доцент.

Обозна А.О. – к.е.н., доцент.

Гаврилова О.В. – к.п.н., доцент.

Доній В.С.

##### **Технічний редактор:**

Огієнко М.М. – к.т.н., доцент.

---

Надруковано у видавничому відділі Миколаївської філії  
Київського національного університету  
культури і мистецтв» вул. Декабристів, 17  
тел. (0512) 47-11-40